



**UNIVERSIDAD DE CHILE
FACULTAD DE ARTES
ESCUELA DE POSTGRADO**

**GESTIÓN CULTURAL EN LA CIUDAD DE SANTIAGO DE CHILE:
ESTRATEGIAS DESARROLLADAS POR LOS ESPACIOS DE
EXHIBICIÓN DE ARTES VISUALES PARA INTEGRARSE A LA
ESCALA URBANA.**

“Tesis para optar al grado de Magíster en Gestión Cultural”

Lucía Cintas Coca
Renata Espinoza Roa

Profesor Guía: José Solís

Diciembre 2016, Santiago de Chile

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	4
RESUMEN EJECUTIVO.....	5
INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO 1. FRAGMENTACIÓN E IMAGEN EN LA CIUDAD CONTEMPORÁNEA. SANTIAGO DE CHILE.....	10
1.1 LA FRAGMENTACIÓN DE LA CIUDAD. EL CASO DE SANTIAGO DE CHILE	11
1.1.1 <i>La fragmentación de Santiago desde el punto de vista de la organización de la ciudad.....</i>	<i>12</i>
1.1.2 <i>La fragmentación de Santiago desde el punto de vista administrativo.....</i>	<i>15</i>
1.2 UNIR LA CIUDAD, UNA ESTRATEGIA DE MERCADO: EL MARKETING URBANO	19
1.3 LA IMAGEN DE LA CIUDAD DESDE LOS IMAGINARIOS URBANOS, LA CIUDAD FÍSICA-SIMBÓLICA	22
1.4 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO	24
CAPÍTULO 2. DISPOSITIVO DE ANÁLISIS URBANO PARA ESPACIOS DE EXHIBICIÓN DE ARTES VISUALES EN SANTIAGO DE CHILE	26
2.1 UNIDAD DE ANÁLISIS	26
2.2 DISPOSITIVO DE ANÁLISIS.....	28
2.3 METODOLOGÍA PARA LA PRODUCCIÓN DE INFORMACIÓN	32
2.4 METODOLOGÍA PARA LA SISTEMATIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN	36
2.5 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO	37
CAPÍTULO 3. ANÁLISIS URBANO DE LOS CASOS DE ESTUDIO	38
3.1 ADMINISTRACIÓN Y RECONOCIMIENTO A NIVEL DE CIUDAD	38
3.2 RELACIÓN ENTRE EL VALOR DEL PROYECTO COMO OFERTA CULTURAL Y EL VALOR DEL EMPLAZAMIENTO	41
3.3 RELACIÓN LOCALIZACIÓN Y TERRITORIO	44
3.4 RELACIÓN ENTRE LA INTENCIÓN DEL PROYECTO Y SU INTEGRACIÓN A LA CIUDAD	49
3.5 RELACIÓN ENTRE PÚBLICO OBJETIVO Y ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	50
3.6 RELACIÓN ENTRE ALIANZAS Y COLECTIVIDAD	54
3.7 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO	58
CAPÍTULO 4. PROPUESTA DE LA INVESTIGACIÓN.....	60
4.1 CRITERIOS PARA LA CREACIÓN DE UN CIRCUITO TERRITORIAL DE ESPACIOS DE EXHIBICIÓN QUE PROMUEVA LA INTEGRACIÓN DE LA CIUDAD.....	60
4.2 RECURSOS PARA LA CREACIÓN DE UN CIRCUITO TERRITORIAL DE ESPACIOS DE EXHIBICIÓN QUE PROMUEVA LA INTEGRACIÓN DE LA CIUDAD.....	62
4.2.1 <i>El transporte público como plataforma para el desarrollo de un proyecto que integre la ciudad</i>	<i>62</i>
4.2.2 <i>El sistema de transporte en la industria del turismo.....</i>	<i>64</i>
4.2.3 <i>La vitrina como recurso de visibilización.....</i>	<i>69</i>
4.3 PROPUESTA CONCEPTUAL DE DESPLAZAMIENTO DE LOS ESPACIOS DE EXHIBICIÓN DE LAS ARTES VISUALES EN SANTIAGO A ESPACIOS-VITRINAS EMPLAZADOS EN EL METRO DE LA CIUDAD	72
4.4 CONCLUSIONES DEL CAPÍTULO	74
CONCLUSIONES.....	79
LISTA DE REFERENCIAS.....	82
LIBROS	82
TEXTOS EN SOPORTE ELECTRÓNICO.....	82
PORTALES	84
COMUNICACIONES PRESENCIALES	85

ANEXOS	87
A. PAUTAS.....	87
A.1 <i>Pauta de entrevista a gestores culturales con cargos estratégicos</i>	87
A.2 <i>Pauta de entrevista a artistas visuales que hayan expuestos en los espacios definidos</i>	88
A.3 <i>Pauta de entrevista a ciudadanos usuarios de Bibliometro</i>	88
B. ENTREVISTAS Y GRUPO FOCAL.....	90
A.1 <i>Entrevistas a artistas</i>	90
A.2 <i>Entrevistas a instituciones culturales</i>	110
A.3 <i>Grupo focal Bibliometro</i>	129

AGRADECIMIENTOS

A nuestro profesor guía José Solís por su dedicación y paciencia y a cada uno de los artistas, gestores, usuarios y docentes que aportaron, por medio de entrevistas, desde su experiencia a que esta investigación tomara cuerpo.

Lucia Cintas Coca:

A mi maravillosa familia y a mi amado esposo.

Renata Espinoza Roa:

A mi amada familia con un reconocimiento especial a mi padre y a mi madre.

RESUMEN EJECUTIVO

Esta tesis es un estudio cualitativo que busca analizar cómo se comportan los espacios de exhibición de artes visuales en la ciudad de Santiago de Chile en cuanto a las estrategias que desarrollan para integrarse a la escala urbana. Se utiliza un enfoque teórico de los estudios culturales de la ciudad y se toma como antecedente la fragmentación como una condición típicamente contemporánea de la ciudad, con lo que el estudio apunta a encontrar, en la gestión e infraestructura de las artes visuales, posibilidades que promuevan una imagen integradora de la ciudad.

Dentro de la diversidad de enfoques teóricos que permiten el análisis de lo urbano, se toman en cuenta dos perspectivas de observación vinculadas a la imagen de la ciudad. Por un lado, el marketing urbano, que involucra aspectos relativos a una actividad económico-productiva, y por otro, los imaginarios urbanos, que se orientan al ciudadano y a su reconocimiento como sujeto urbano. Ambas perspectivas son utilizadas para desarrollar un dispositivo de análisis aplicado a cuatro casos de estudio, tres espacios de exhibición de artes visuales y un caso del que se desprenden buenas prácticas de integración a la ciudad.

A partir de los resultados se realiza una propuesta de criterios y recursos que son útiles –y preexistentes en Santiago– para desarrollar una iniciativa que permita una coordinación territorialmente integrada de las artes visuales en Santiago.

INTRODUCCIÓN

En la presente investigación se pretende demostrar la hipótesis de que los espacios de exhibición de artes visuales en Santiago de Chile necesitan integrarse a la ciudad con estrategias que enfrenten su fragmentación, considerando que es uno de los principales problemas de la metrópolis contemporánea y que tiene como una de sus consecuencias el aislamiento, en este caso del sector de las artes visuales.

La fragmentación es una característica esencial de la ciudad contemporánea, que invita a pensarla en partes, es decir, la ciudad deja de imaginarse como un todo y comienza a albergar múltiples microciudades dentro del territorio. Este fenómeno se puede observar en distintos ámbitos. En Santiago, por ejemplo, no existe un organismo administrativo único, sino uno por cada una de las 32 comunas: los municipios; estos tienen políticas e iniciativas independientes. En otras palabras, la ciudad está organizada administrativamente bajo parámetros que interfieren en su integración y, por lo tanto, también la existencia de una dinámica urbana cohesionada.

A partir de los estudios de la ciudad contemporánea, y como consecuencia de su condición fragmentada, existen hoy tendencias para agruparla. Desde una perspectiva de mercado, existe el modelo de posicionamiento de “marketing urbano”, cuyo objetivo es promover aquellas características de la ciudad que la hacen atractiva, desde un punto de vista principalmente económico, con el fin de atraer la inversión extranjera y convertirla en un destino turístico. Con el agotamiento de este modelo, teniendo en cuenta que la realidad que viven las ciudades es más compleja que la imagen proyectada por el mercado, ha surgido una tendencia que observa la ciudad tomando en cuenta a los habitantes, a partir de los estudios sobre los “imaginarios urbanos”.

El modelo de posicionamiento de ciudades denominado “marketing urbano” se ha venido desarrollando a partir de criterios dirigidos a la competitividad entre ciudades para su posicionamiento a nivel mundial. Este se ha convertido en un propósito para atraer turismo e inversión extranjera, y con ello, un crecimiento económico acelerado. Santiago de Chile

es, actualmente, una ciudad posicionada en los rankings globales con altos índices de seguridad para la inversión extranjera.

Estudios recientes sobre la ciudad abordan la tensión que existe entre los proyectos de marketing urbano y las necesidades reales de la ciudad, representadas a partir de los imaginarios urbanos, donde se revelan estados de fragmentación, segregación económica e inseguridad en la ciudadanía. En años recientes han aparecido artículos académicos en revistas especializadas que promueven este debate, como la revista latinoamericana de estudios urbanos *Eure*, y la de estudios culturales de la ciudad, *Bifurcaciones*.

Existe una tendencia en los estudios de la ciudad por acercarse cada vez más a estos imaginarios con un enfoque que busca entender los acontecimientos urbanos, tanto materiales como sociales. Además, en esta línea investigativa, que no es homogénea, se ve una intención de aplicar nuevos criterios para el posicionamiento, que ha fracasado desde el punto de vista de las necesidades reales de la ciudad.

Si se observa el caso de Santiago de Chile desde la gestión cultural en las artes visuales y desde una perspectiva que promueva una imagen ciudad, pero desde sus necesidades, se evidencia la carencia de un circuito urbano de los espacios de exhibición que integre la ciudad a nivel territorial y ciudadano. Esto sería una posibilidad para promover una imagen cohesionada –una imagen de Santiago– desde las artes visuales, como un fenómeno cultural.

Los espacios dedicados a la difusión y circulación de artes visuales que existen en Santiago, ya sean institucionales o los que se denominan autogestionados, no forman parte de una planificación que los reúna a nivel de ciudad. No obstante, existen intensiones de agruparse con redes o proyectos temporales vinculados al contexto urbano, que contienen además la necesidad de acercamiento al ciudadano, potencial audiencia. Pero falta aún una integración que aporte estratégicamente al desarrollo cultural de Santiago y a su imagen, desde el acontecer de las artes visuales, con un carácter más territorial que temporal.

Para abordar la problemática anteriormente planteada, la presente tesis tiene como objetivo identificar criterios y recursos que promuevan la integración urbana desde la gestión de las artes visuales por medio de la definición de conceptos clave, la construcción de un dispositivo metodológico y el análisis de casos.

El capítulo 1 desarrolla conceptos clave de la condición actual de la ciudad, imprescindibles para el desarrollo de la investigación. Se define lo que se entenderá por ciudad contemporánea y el fenómeno de fragmentación, específicamente en el caso de Santiago de Chile, con una descripción organizacional y administrativa. Además, en ese capítulo quedan definidas las dos perspectivas de observación que se utilizarán a lo largo de la tesis; el marketing urbano y los imaginarios urbanos, buscando con ello construir las bases teóricas para la construcción de una herramienta metodológica que colabore en demostrar la hipótesis planteada.

El capítulo 2 está enfocado en la construcción de un instrumento metodológico que proporcione un sistema de análisis para la observación de los espacios de exhibición de artes visuales en Santiago. Para ello se tomarán en cuenta las definiciones y perspectivas del capítulo 1.

En el capítulo 3 se explica el análisis realizado a partir de la aplicación del dispositivo descrito en el capítulo anterior. Este análisis se divide en seis dimensiones que permiten detallar el fenómeno de la gestión de los espacios estudiados, y que surgen de las relaciones –vinculaciones o contradicciones– entre los casos. Estas dimensiones son el fundamento para la creación de los criterios que deben ser tomados en cuenta en la elaboración de un proyecto desde las artes visuales que integre la ciudad, descrito en el capítulo final de la tesis. Allí se esboza una propuesta a modo de ejemplificación de la aplicación de tales criterios y recursos.

La problemática abordada en esta investigación es la necesidad de atender el aislamiento que padecen estos espacios en Santiago, como una consecuencia de la carencia de estrategias de integración urbana que ayude a enfrentar la fragmentación de la ciudad. Con

todo lo cual se busca un acercamiento a la ciudad desde la gestión del arte, con la intención de fomentar una imagen unificada de la urbe santiaguina desde las artes visuales.

CAPÍTULO 1. Fragmentación e imagen en la ciudad contemporánea. Santiago de Chile

La hipótesis de estudio de la presente investigación es que los espacios de exhibición de artes visuales en Santiago necesitan integrarse a la ciudad. Ello será analizado a partir de un enfoque teórico desde los estudios culturales de la ciudad, proponiendo que en la ciudad existen condiciones y posibilidades que deben ser tomadas en cuenta para su desarrollo, en este caso, vinculadas a la gestión cultural; es decir: a partir del reconocimiento de las necesidades de la ciudad se podría mejorar y consolidar su imagen.

Hay que considerar que en el siglo XXI la ciudad es el centro de la vida social del hombre, por lo tanto todo aquello que ella significa es inmediatamente transferido a sus prácticas cotidianas, siendo a su vez el sujeto quien las determina. Por este motivo existe una tendencia a observar el acontecer del sujeto contemporáneo desde la perspectiva de la ciudad, como escenario relacional de su vida individual y social.

En el presente capítulo se establecerán los elementos conceptuales que se utilizarán para abordar el fenómeno de la fragmentación en Santiago como una condición típicamente contemporánea y que aqueja a las grandes metrópolis occidentales. Ello involucra explicar en forma sucinta qué es este fenómeno y cómo se comporta en Santiago. Además, dentro de la diversidad de enfoques teóricos que permiten el análisis de lo urbano, se han seleccionado dos perspectivas de observación de la ciudad que tienen relevancia actualmente en los estudios relativos a la imagen de la ciudad: el marketing urbano y los imaginarios urbanos. La decisión de trabajar desde estas dos perspectivas obedece a la naturaleza de la investigación, que nace desde la gestión cultural. Por un lado, involucra aspectos relativos a una actividad económico-productiva, que guarda estrecha relación con el marketing urbano. Pero también tiene una orientación hacia el ciudadano y el arte, que involucra una perspectiva identitaria, centrada en la necesidad de aportar a consolidar un autorreconocimiento del habitante con su territorio, lo que se relaciona principalmente con el enfoque de los imaginarios urbanos. Si bien ambas perspectivas manifiestan contradicciones entre sí, la propuesta de la investigación es que ambas son útiles, aunque a

nuestro parecer, serán los imaginarios urbanos los que deben tener hegemonía, quedando el marketing urbano en condición de herramienta supeditadas a este plan.

Con estos antecedentes se establecerán las bases para la construcción de una herramienta metodológica que ayude a evidenciar la hipótesis de la investigación a partir del análisis de casos de estudio.

1.1 La fragmentación de la ciudad. El caso de Santiago de Chile

“[la ciudad contemporánea es] un emporio de estilos, una enciclopedia de culturas y lenguajes, un sistema esquizofrénico, orgánico y operante” (Améndola 2000, 74).

Una de las características que aparece en los estudios sobre la ciudad contemporánea es su fragmentación. Esta condición es una de las razones que descarta la utopía moderna de un discurso que la agrupe en una planificación urbana con un punto de vista totalizador. El sociólogo italiano Giandoménico Améndola, en su obra *La ciudad postmoderna: magia y miedo de la metrópolis contemporánea* (2000), utiliza una definición capaz de aunar en un solo concepto todo aquello que significa la ciudad actual: “ciudad-bricolaje”, denominación que hace referencia a circunstancias de indeterminación y ambigüedad como características que describen las ciudades en las que vivimos hoy, donde aparecen ideas como lo temporal, lo relativo, lo contingente y lo fragmentario. Améndola (2000) describe que una ciudad es – en definitiva– todas las ciudades del mundo, un acontecimiento transversal y global; “el mundo entero, finalmente, tiende a ser ciudad” (119).

Santiago, como parte de este conglomerado de ciudades mundiales descritas por Améndola, es una gran metrópolis fragmentada. La lógica de funcionamiento del sistema urbano que la rige se puede observar teniendo en cuenta dos factores: la organización y la administración de la ciudad. Ambas cuestiones están relacionadas, pero se explicarán en subtemas independientes para una mejor comprensión del fenómeno.

1.1.1 La fragmentación de Santiago desde el punto de vista de la organización de la ciudad

Para desarrollar esta idea se tomará como referencia el estudio realizado por el investigador de la Universidad Católica de Chile Carlos De Mattos, publicado en su artículo “Santiago de Chile, globalización y expansión metropolitana: lo que existía sigue existiendo” (1999), que establece una sistematización de los procesos históricos y las consecuencias sociales que condujeron a la actual situación de la ciudad, y que ha constituido uno de los textos emblemáticos en el intento por explicar las grandes formas metropolitanas del Santiago actual.

La idea de ciudad fragmentada en Santiago se funda a partir de que a mediados de los años setenta sufrió un cambio en cuanto a su organización, ya que pasó de un plan desarrollista a una estructura de libre mercado, instaurada por el gobierno de la Dictadura Militar a partir de políticas de liberalización y desregularización en la gestión urbana. En gran medida, esto fue producto de la búsqueda de inversión extranjera, para lo que se requerían dinámicas globalizadas y un mercado interno en expansión. Esto trajo como consecuencia que en Santiago, que era la ciudad con más posibilidades de posicionamiento debido a su condición de capital, se profundizara la acumulación del poder económico y de los servicios productivos y financieros, y así convertirlo en el sector industrial más innovador. Esto condujo a que Santiago fuese la ciudad más representativa del contexto nacional para acceder al pretendido estatus de ciudad global.

Todo este proceso de globalización de la ciudad, y por consiguiente su expansión metropolitana, tuvo consecuencias en la configuración del territorio urbano. Carlos De Mattos describe las tres grandes consecuencias que el neoliberalismo instauró sobre el territorio santiaguino, que para los efectos de esta tesis significan las evidencias de la fragmentación de la ciudad. Estas fueron: una de carácter morfológico, que implicó el policentrismo; otra de carácter territorial, donde se acentúa la segregación urbana; y por último, una de carácter físico, el cambio del paisaje urbano a partir de la aparición de lo que el autor denomina “artefactos de la globalización” (De Mattos 1999, 31-32).

La condición policéntrica de la ciudad de Santiago, como primera consecuencia, tiene varias causas, algunas de ellas vinculadas a la intensificación de dinámicas modernas de crecimiento urbano, y otras específicamente asociadas a las políticas de desregularización de la planificación urbana. El crecimiento demográfico de la ciudad debido a la emigración que se produjo desde el campo es una situación que ya venía ocurriendo desde décadas anteriores en respuesta a la centralización de las actividades en la capital. Este crecimiento demográfico jugó un papel importante en la expansión territorial de la ciudad que, a su vez, dio lugar a que el contorno urbano se desdibujara. Ello condujo a la generación de nuevos asentamientos urbanos y suburbanos, con nuevos centros aledaños a Santiago, entre los cuales el autor nombra Maipú, Puente Alto, Quilicura, entre otros, como también el caso más reciente de Chicureo. Por otra parte, se puede destacar el surgimiento de ciudades satélite y barrios dormitorio, como Rancagua y Melipilla, así como sectores urbanos que fueron desarrollados bajo estrategias inmobiliarias donde los estratos sociales quedaron claramente delimitados.

Esta gestión fue favorecida por las nuevas políticas de liberalización y de desregularización urbana. En 1979 se hizo una modificación al Plan Regulador Intercomunal para promover la incursión del mercado como factor fundamental para el desarrollo de la ciudad. En la medida en que las intervenciones públicas sobre la planificación de la ciudad tendieron a reducirse, comenzaron a surgir iniciativas privadas desarrolladas en función de la rentabilidad del suelo, quedando la planificación bajo intereses empresariales. Una consecuencia importante de ello fue que uno de los grupos económicos con mayor crecimiento en este período fuera el inmobiliario. Otro de los factores fundamentales que intensificaron esta situación fue el uso del automóvil y las nuevas tecnologías de medios de transporte y comunicación. A partir de mediados de los ochenta aumentó la tasa de motorización del país, especialmente en el área metropolitana, donde las autopistas y carreteras se establecieron como los ejes que progresivamente fueron guiando la expansión urbana, lo que De Mattos (1999) denomina una morfología metropolitana de tipo tentacular (47).

La segunda consecuencia que configura la actual ciudad fue la segregación urbana. Según menciona el autor, el área metropolitana en esa época era el territorio con la mayor cantidad de pobres del país, 836 mil personas en situación de pobreza y 150 mil indigentes en 1996 (De Mattos 1999, 49), con la mayor polarización en la distribución de ingresos en el país. Esta situación se evidenció en un mapa de segregación social profunda que se radicalizó a partir de las políticas de marginalización llevadas a cabo por la Dictadura Militar, “se trasladó a la población pobre que se había asentado en el seno de barrios de ingresos altos y medios hacia lugares homogéneamente pobres” (De Mattos 1999, 49).

La tercera y última consecuencia fue la aparición de los denominados “artefactos de la globalización”, producto de la necesidad de construir una imagen globalizada de la ciudad capaz de acoger ciertas condiciones urbanas que demuestren su modernización. A esto se le suma el crecimiento del negocio inmobiliario y su injerencia sobre el desarrollo de la ciudad. Uno de estos artefactos fueron los núcleos empresariales, como la Ciudad Empresarial en la comuna de Huenchuraba o “Sanhattan”, denominación que relaciona el sector financiero de Santiago con Manhattan en Nueva York. Otra evidencia son los grandes centros comerciales de escala comunal e intercomunal. Sobre este último, el 31 de marzo de 2016 el diario *El Mercurio* publicó el siguiente titular: “Chile figura como el quinto país con más centros comerciales en América Latina”, ya que cuenta con 79 *malls* a nivel nacional.

A este panorama se suma la construcción de condominios, también parte del negocio inmobiliario, diversificados para los distintos estratos sociales. Estas edificaciones, que por lo general requieren grandes terrenos, se constituyen de cientos de casas con una estética similar, y se sitúan en puntos periféricos de la ciudad. Estos recintos generan un crecimiento poblacional en ciertos territorios que impulsa la creación de nuevos subcentros urbanos con servicios básicos, incluyendo, por cierto, al resto de los artefactos de la globalización, como barrios financieros y centros comerciales, esta vez, en la periferia.

Todos los antecedentes antes mencionados son los que configuran la organización actual de Santiago, una ciudad policéntrica y segregada, es decir, una ciudad fragmentada como

consecuencia de la instauración de políticas neoliberales. Actualmente Santiago cuenta con un “Plan Regulador Metropolitano de Santiago 1994” que se basa en el Plan Intercomunal de Santiago de 1960 que rigió hasta 1979, cuando se aplicó la nueva Política Nacional de Desarrollo Urbano que favoreció la privatización y el fortalecimiento de los derechos de propiedad. Este nuevo plan además abarca la Región Metropolitana, desdibujando los límites administrativos de la ciudad de Santiago. Durante el gobierno de Sebastián Piñera se promulgó la Política Nacional de Desarrollo Urbano (MINVU 2014), que, en cierta medida, reconoce gran parte de estos efectos negativos, intentando contenerlos mediante un conjunto de medidas asociadas a una mayor y mejor regulación del crecimiento y desarrollo sustentable de las ciudades, aunque con bastante oposición por parte del poderoso gremio inmobiliario.

Con todo lo expuesto se puede decir que Santiago es una ciudad que se ha posicionado desde las dinámicas del mercado. Incluso forma parte de *rankings* globales que la identifican como una ciudad segura para la inversión y en crecimiento económico (World Economic Forum, International Institute for Management Development, citado en De Mattos 1999, 33). Sin embargo, el territorio y los imaginarios urbanos viven una realidad diferente, una flagrante contradicción entre lo que existe y su imagen promocional. Esta noción es básicamente construida a partir de una estrategia de mercado que se ha puesto de moda a nivel internacional, el marketing urbano o posicionamiento de ciudades, que será desarrollado más adelante en este mismo capítulo.

1.1.2 La fragmentación de Santiago desde el punto de vista administrativo

El fenómeno de la fragmentación es de interés para múltiples organismos que tienen como eje central el tema de la ciudad. En el caso de Chile, el Ministerio de Vivienda y Urbanismo (MINVU) tiene a cargo la generación de políticas nacionales de desarrollo urbano. En la última de ellas (2014), y a la cual ya nos hemos referido, se plantea que “existe consenso en que nuestro sistema público en materia de desarrollo urbano se caracteriza por una toma de decisiones fragmentadas, reactivas, centralizadas y con mecanismos deficientes de participación” (MINVU 2014, 69), debiendo existir un reordenamiento institucional “para

avanzar hacia procesos integrados, descentralizados y participativos” (55) con el objetivo de lograr integración social, desarrollo económico, equilibrio ambiental e identidad y patrimonio. Es decir, la fragmentación y la generación de múltiples núcleos de funcionamiento está presente incluso en los organismos que legislan y dictan las políticas públicas de desarrollo urbano a nivel nacional, aplicándose al caso de Santiago de Chile.

En efecto, no existe ningún organismo administrativo que agrupe Santiago como ciudad. En el libro *Santiago en la Globalización: ¿Una nueva ciudad?* (De Mattos et al. 2004) se insta la pregunta ¿es posible gobernar Santiago?, atendiendo a que “la ciudad requiere estar organizada administrativa y políticamente” (134), para alcanzar la integración del ciudadano y su participación en la organización de la ciudad. Santiago no tiene un estatuto político ni administrativo en tanto ciudad y, por lo tanto, todas las iniciativas aplicadas a su desarrollo y organización de alguna manera terminan reafirmando su condición fragmentada.

Frente a este panorama, es necesario hacer un breve acercamiento al proceso de formación del actual sistema administrativo de la ciudad de Santiago, para comprender cómo llega a estar subdividida en 32 comunas, cada una con su organismo administrativo respectivo, definido actualmente con el nombre de municipalidad. Es decir, cómo Santiago llega a cumplir con la característica ser una ciudad altamente fragmentada desde el punto de vista de su administración. Es importante acotar que existe un ente regional del que Santiago es parte, la Intendencia Metropolitana, que considera las provincias de Cordillera, Talagante, Maipo, Santiago y las Gobernaciones de Chacabuco y Melipilla, extendiéndose a 37 comunas. En definitiva, la administración de la ciudad queda supeditada a un gobierno regional y a sus múltiples municipalidades, complejizando su determinación unitaria en tanto capital.

Durante el periodo colonial el Cabildo fue la institución encargada de llevar la administración local de la ciudad. Fue en la constitución de 1823 que esta entidad pasó a llamarse municipalidad, nombre con el cual se conoce hasta el día de hoy. Recién en 1876 se introdujo la posibilidad de elección de las autoridades municipales. Dado el crecimiento

poblacional, en 1891 se dictó la Ley de Organización y Atribuciones de las Municipalidades, más conocida como Ley de Comuna Autónoma. Este decreto de creación de municipalidades dividió definitivamente a Santiago. Se crearon además municipalidades rurales en torno a la ciudad, como Ñuñoa, Maipú, Colina, Lampa y Renca, las cuales con los años seguirán subdividiéndose. En la constitución de 1925 surgió la llamada “comuna” como la división territorial de la municipalidad, creándose la comuna de Santiago bajo la municipalidad de Santiago. En las siguientes décadas aparecieron las de San Bernardo, Talagante, Puente Alto y Presidente Aguirre Cerda, junto a varias comunas rurales que terminaron siendo incorporadas por el crecimiento de la urbe. Fue en los años setenta, con el proceso de regionalización, que el país se organizó en comunas administradas por municipalidades, creándose en 1974 el Área Metropolitana de Santiago que, en 1976, pasó a ser Región Metropolitana, dividida en tres provincias con sus respectivas comunas, hasta el día de hoy.

Cada una de las municipalidades de la ciudad de Santiago funciona con políticas de aplicabilidad local, es decir, velan por los intereses de su comuna y no de la ciudad como un todo. Si bien en algunos sectores se ha desarrollado un concepto de identidad local o de circuito barrial, son situaciones que no se han logrado integrar plenamente a una escala metropolitana. Un ejemplo de ello es el Barrio Yungay, que ha intentado organizarse con un fin patrimonial frente a la invasión de las grandes inmobiliarias para resguardar la vida de barrio dentro de la metrópolis en el sector central. Otro caso es Barrio Italia, que ha intentado formar un circuito a partir de la recuperación de casas patrimoniales, pero donde han proliferado tiendas con productos de distintas índoles (mayoritariamente del área del diseño), existiendo, también, espacios de exhibición que son parte de este barrio para atraer el turismo que, de alguna manera, han tendido a desnaturalizar su perfil original. Asimismo existe el caso del Barrio Bellavista, que también está enfocado en ser un centro del turismo en la ciudad, pero enfocado en la gastronomía. Estos dos últimos casos son representativos de lo que se denomina gentrificación, según la definición de Eric Clark (2005) mencionada por Ernesto López-Morales (2013). Este fenómeno se entiende “como la reestructuración espacial de un área urbana mediante la inyección de capital fijo en mercado inmobiliario y de infraestructura, orientada al reemplazo de usuarios de ingreso medio-bajo por usuarios

de poder económico superior, en un contexto de mercantilización de suelo” (32). Es decir, llevándolo a los casos mencionados anteriormente, se crea un escenario dedicado al arte, la arquitectura, el diseño, la nostalgia por el pasado, y se atrae a un público sofisticado y entendido en aquellas materias, generándose un movimiento artístico, que finalmente pretende valorizar al sector. En otras palabras, sube el valor monetario de las propiedades que se encuentran en ese perímetro de la ciudad, obligando a un reemplazo de habitantes por personas de un poder económico superior al habitante anterior.

La gentrificación, al ser una estrategia del marketing urbano, genera espacios atractivos y de deseo dentro de la ciudad, cuya imagen tiene un carácter principalmente comercial. El problema de esto, y que guarda estrecha relación con los imaginarios urbanos, es que son espacios con una imagen que por lo general se construye a medida de unos pocos (pocos que no habitan ese espacio) para vender una ciudad idónea, que ayude a posicionarla dentro de los *ranking* internacionales, pero que muchas veces no tiene relación alguna con las personas que habitan esos espacios. Es decir, que el imaginario urbano de esos barrios se ve afectado por la imposición de una nueva cultura, situación que podría revertirse si se considera como una herramienta para encontrar posibilidades para el desarrollo de la ciudad de Santiago desde sus habitantes y sus culturas locales.

En cuanto a la fragmentación de la ciudad y su evidencia en la distribución de los espacios de exhibición de artes visuales, se puede decir que existen algunos sectores que han alcanzado cierta cohesión a la hora de la circulación de los visitantes, generando circuitos o microcircuitos culturales barriales en cuanto a su recorrido. Pero son también de carácter barrial o municipal. Este es el caso de Matucana en Quinta Normal¹, o de las galerías ubicadas en Alonso de Córdoba², donde se concentra una cantidad importante de agentes culturales bajo un perímetro acotado. Estos microcircuitos creados dentro de la ciudad están determinados por dos fenómenos que son característicos de la organización de ciudad de Santiago, explicados en párrafos anteriores de este capítulo, a partir de las definiciones del investigador Carlos De Mattos. Desde el punto de vista morfológico, el carácter

¹ Donde se encuentran ubicados varios museos y centros de arte como Matucana 100, MAC Quinta Normal, Museo de la Memoria y los Derechos Humanos.

² Galería Patricia Ready, Galería Isabel Aninat, Animal, Artespacio, entre otras.

policéntrico de Santiago determina el hecho de que existan varios núcleos territoriales que se organizan principalmente por barrios y municipalidades. Desde el punto de vista territorial, la segregación urbana responde a la diferencia socioeconómica que, por ejemplo, es evidente en los núcleos descritos anteriormente y que determina su distanciamiento geográfico dentro de la ciudad.

Santiago está fragmentado tanto desde su organización como desde su administración. Este fenómeno tiene como consecuencia la deficiente existencia de modelos que la agrupen. Se cuenta el modelo de posicionamiento denominado marketing urbano, que posiciona a Santiago con características atractivas desde el punto de vista del mercado; sin embargo, este modelo tiene cierta resistencia, ya que no atiende el desarrollo de la ciudad según sus condiciones y necesidades de microescala, ni es capaz de proporcionar una verdadera integración, al menos de forma imaginaria.

1.2 Unir la ciudad, una estrategia de mercado: el marketing urbano

Améndola desarrolla una idea sobre la ciudad, entendiéndola como un acontecimiento, como una atracción internacional bajo la planificación y los modelos de posicionamiento a nivel mundial; esfuerzo que se hace cada vez para satisfacer las necesidades del mercado que rigen el orden global. Respecto de esto, Améndola (2000) declara que “la ciudad-acontecimiento es la verdadera ciudad-mundo. Una ciudad en el centro de los muchísimos mundos de los que el mundo contemporáneo está formado” (296).

Precisamente para enfrentar esta perspectiva, tomaremos la cronología propuesta en el artículo “De la planificación estratégica al marketing urbano: hacia la ciudad inmaterial” (Míguez, Orosa y Precedo 2010); que nos ayudará a explicar el proceso histórico que dio lugar al marketing urbano como modelo de planificación urbana.

A partir de la segunda mitad del siglo XX, debido a los incipientes procesos de globalización, surgió la necesidad de posicionamiento urbano a nivel mundial, y con ello la creación de ciudades atractivas para los distintos públicos que las habitan. Bajo esta idea las

ciudades volcaron los esfuerzos de planificación, que durante el período industrial habían desarrollado planes de urbanismo, hacia una planificación estratégica. Esta debía satisfacer las necesidades culturales, sociales, infraestructurales, económicas, de calidad de vida, etc., de todos estos públicos objetivos involucrados en ella: habitantes, turistas, empresarios, entre otros. Sin embargo, la visibilización y la internacionalización de la ciudad son factores determinantes dentro de la lógica del posicionamiento, y las herramientas establecidas por este modelo anterior no fueron suficientes. Es por ello que surgió nuevamente la necesidad de buscar otros instrumentos que permitieran promover una imagen de ciudad a nivel internacional. Este nuevo modelo fue el marketing urbano.

Teniendo en cuenta que la imagen es una construcción que existe *per se*, resulta necesario para este modelo de posicionamiento dirigirla hacia aquellas características que ayudan a ubicar la ciudad en base a cualidades atractivas que invisibilicen posibles contradicciones. Este fenómeno ha generado un conflicto con respecto al desinterés por resolver problemas reales de la ciudad, y la construcción de una ciudad paralela, ficticia y sustitutiva.

En un artículo del investigador vasco Elías Mas Serra denominado “Ciudad, identidad y rankings” (2009), se establece una importante interrogante con respecto a los fundamentos sobre los cuales se diseña un proyecto para el posicionamiento de la ciudad; cuestión que se plantea apuntando al caso específico de Bilbao, pero que sin embargo es transversal a cualquier intento de marketing urbano, independiente a la localización geográfica de este. La interrogante dicta lo siguiente:

¿en qué medida el proyecto de la ciudad debe apuntar a criterios de competitividad, en relación a un supuesto ranking de ciudades internacionales o, por otro lado, debe incidir en la mejora de la propia ciudad, desde la consideración de las preexistencias materiales y sociales que la identifican y que, a su vez, la vinculan a un proceso de reconocimiento en relación a sí misma y a su territorio? (Mas Serra 2009, 31-32).

Los proyectos de marketing urbano habitualmente crean una imagen de la ciudad que, si bien no es falsa, tampoco podemos considerarla real a la hora de intentar posicionarla de forma atractiva a los diferentes públicos objetivos.

Teniendo en cuenta que estos procesos son dialécticos, no es posible pensar que la imagen de una ciudad, establecida bajo un modelo de marketing urbano, ha salido de la nada y ha sido impuesta arbitrariamente a sus habitantes. Generalmente son procesos de absorción de modelos foráneos exitosos desde el punto de vista del mercado, o bien desde la idea, también como una estrategia de mercado, de “espacios de oportunidad” bajo el alero de instituciones gubernamentales y/o intereses empresariales (inmobiliarias y otras). Es por ello que Mas Serra (2009) afirma que los procesos urbanos y el marketing asociado a estos, están íntimamente ligados al ámbito económico según la lógica de mercado, debido a que en las últimas décadas gran parte del mundo ha vivido bajo un sistema capitalista y neocapitalista extremo. En este sentido, lo que ha sucedido es un alejamiento o degeneración de las lógicas bajo las cuales se afrontan los proyectos de la ciudad.

Respecto de lo anterior, Mas Serra (2009) alerta sobre “la perversión de los objetivos y términos de los criterios bajo los cuales se interviene la ciudad” (30), que, entre otros, se aleja cada vez más de los sucesos, necesidades y conflictos que allí acontecen, los cuales quedan solapados por una imagen atractiva y superficial. En lugar de eso deberían ser las mejoras para el bienestar de los habitantes, así como los potenciales de desarrollo cultural y social de la ciudad, las que hagan de esta un lugar atractivo. La relevancia de los planteamientos críticos respecto de los proyectos de posicionamiento no está en la negación de los mismos, sino en la necesidad de un reconocimiento de la ciudad, de los fenómenos que allí acontecen y de cómo un proyecto de ciudad se trabaja en función de mejorar las condiciones de habitabilidad, haciéndola más atractiva. Ya no parece posible ni deseable que las proyecciones de la misma sean ficticias o incoherentes, imponiendo incluso a los propios habitantes una imagen ajena a sus condiciones de vida.

Como se ha mencionado en los párrafos anteriores y se desarrollará con más profundidad en el siguiente punto, existe una forma distinta de pensar la ciudad, ya que, a diferencia de las estrategias del marketing urbano, los imaginarios urbanos pueden constituir una solución a la fragmentación de la ciudad desde lógicas distintas a las del mercado. Se trata de una perspectiva más centrada en cómo los ciudadanos que la habitan la ven, la viven, la sienten, la recuerdan, o imaginan.

1.3 La imagen de la ciudad desde los imaginarios urbanos, la ciudad física-simbólica

Los imaginarios urbanos se han convertido en una teoría para el análisis de lo urbano, síntesis de los estudios culturales de la ciudad. Uno de sus principales precursores es el investigador colombiano Armando Silva, quien lidera a nivel mundial el proyecto “Ciudades Imaginadas”, estudio de casos en base a ciudades, latinoamericanas en su mayoría y algunas españolas, que hasta el momento suman 14, entre las cuales se encuentra Santiago de Chile. En el prólogo de la quinta edición del libro *Imaginarios Urbanos* (Silva 2006), el cual se ha establecido como base metodológica para este gran proyecto internacional, el autor describe los imaginarios urbanos como un

nuevo campo [del conocimiento] en formación, en el que convergen varias disciplinas en su construcción epistemológica, se ocupa de lo que está por fuera del marco de la racionalidad positiva, para enmarcar los sentimientos, los deseos ciudadanos, las fantasías de lo inesperado que se manifiestan como promesas de manera colectiva.” (Silva 2006, prólogo).

Se entenderá la definición del autor como aquello que se encarga del estudio de lo urbano, no visto desde las condiciones materiales de la ciudad, sino desde una aproximación cultural que se funda en la manera en que la imaginamos. Este enfoque viene a significar la construcción de una nueva conceptualización de lo urbano.

La ciudad, bajo el alero de esta teoría, se considera un objeto simbólico, el cual se construye mediante las percepciones que generan sus habitantes y en base a las cuales ejercen distintas acciones territoriales. En este marco aparecen los procesos de selección y reconocimiento de aquellos acontecimientos a partir de los cuales se puede imaginar la ciudad. Lo urbano se entiende como un acontecimiento novedoso que no se limita solamente a las formas físicas de la ciudad, y que determinan las maneras de ser y de comportarse de un sujeto urbano, o ciudadano. En palabras de Silva (2006), “estamos en la obligación de volver a pensar nuestras ciudades, ahora desde otras dimensiones culturales”. (326). Si bien los estudios de los imaginarios perciben la ciudad desde una naturaleza simbólica, Silva (2012) menciona en sitio web en torno a imaginarios urbanos que

los imaginarios no son solo representaciones en abstracto y de naturaleza mental, sino que se “encarnan” o se “in-corporan” en objetos ciudadanos que encontramos a la luz pública y de los cuales podemos deducir sentimientos sociales como el miedo, el amor, la ilusión o la rabia (s. d.).

Esto significa que los imaginarios finalmente se materializan en aquellos objetos, o bien comportamientos, que el sujeto ejerce sobre la ciudad; es decir, aquello que se hace público, una vez que los imaginarios se hacen colectivos y llegan a conformar una realidad social.

La teoría de los imaginarios urbanos es novedosa para el estudio de la ciudad, por lo cual existe un consenso entre los investigadores respecto de su importancia y necesidad como una nueva herramienta para acercarse a las complejidades de la ciudad contemporánea. Esta ya no se circunscribe a sus calles, edificios, monumentos, o bien instituciones, políticas públicas, o acontecimientos históricos; apunta más bien a cómo el sujeto se relaciona con estos espacios simbólicamente y los transforma, y cómo esta relación es socializada y compartida por un grupo de personas, como si de una identidad se tratara.

La literatura existente sobre este tema se manifiesta en numerosos artículos publicados en revistas de urbanismo y estudios culturales, como *Eure* y *Bifurcaciones*, por innumerables autores, la gran mayoría de ellos basados en estudios latinoamericanos. Se trata entonces de una teoría en construcción, con las limitaciones y posibilidades que ello implica en cuanto a su utilización en un estudio de la naturaleza de la presente investigación.

En este sentido, y a partir de lo desarrollado hasta aquí, proponemos un acercamiento a dos problemáticas que intentamos relacionar: por un lado la fragmentación de la ciudad, y por otro, la inexistencia de un circuito territorial de las artes visuales a nivel de ciudad. A partir de estas dos condiciones nuestro empeño será intentar vislumbrar la posibilidad de resistir la fragmentación mediante la colaboración de las artes visuales en la promoción de los imaginarios urbanos. Precisamente, entendemos tal desafío con la articulación de un circuito territorial a escala metropolitana que sea capaz de colaborar en la constitución de dichos imaginarios.

En una entrevista realizada al antropólogo Néstor García Canclini por la investigadora argentina y colaboradora del proyecto “Imaginario Urbanos”, Alicia Lindón (2007a), García Canclini hace referencia a que los imaginarios urbanos se han colocado en una línea de pensamiento más heterogénea dentro de los estudio socio-culturales, que además no tienen las pretensiones modernas de una totalidad dogmática ni tampoco la fragmentación de lo social que proponen los posmodernos, y cuyo alcance se desborda de las fronteras de la investigación científica social. Alentando a encontrar nuevas posibilidades, afirman que

es legítimo hablar, como se hace, de los imaginarios a partir de las prácticas sociales de actores que no tienen la pretensión de construir ciencia ni conocimientos científico. En parte corresponde a la misma dinámica: trata de ocuparse –con la imaginación– de cómo funciona el mundo y cómo podrían llegar a funcionar los vacíos, los huecos, las insuficiencias de lo que sabemos. Esta tarea la hacen los actores sociales, políticos, los individuos comunes (García Canclini, citado en Lindón 2007a, 90).

Entiéndase, los imaginarios urbanos, en su dependencia con lo imaginable, permiten “visualizar lo invisible” (Castoriadis, citado en Márquez 2007, 80), como un ejercicio de imaginar algo que está ausente para evocarlos y traerlos al presente. Teniendo en cuenta que una de las características ausentes en la ciudad actual es su cohesión, es acertado pensar que desde los imaginarios urbanos existe una posibilidad de agrupar la urbe contemporánea; allí reside la urgencia de los estudios culturales de la ciudad. También su inserción en otros campos del conocimiento parece pertinente, como el caso de las artes como ente observador de una ciudad que necesita otras maneras de ser pensada.

1.4 Conclusiones del capítulo

En este capítulo se identifica Santiago de Chile como metrópoli contemporánea, según la definición que establece el estudio de Giandomenico Améndola, por lo que uno de sus rasgos representativos es ser una ciudad fragmentada. Esta cualidad se evidencia en Santiago tanto desde el punto de vista de su organización, como desde la administración, y tiene como consecuencia la falta de modelos que la agrupen como fenómeno urbano.

Frente a esta situación, existe el modelo de posicionamiento que se demonima marketing urbano, que posee desviaciones economicistas centradas más en torno al mercado global que

en construir una relación entre la ciudad y sus habitantes. Por otra parte, existen los imaginarios urbanos, donde es posible encontrar las condiciones sociales y materiales que se generan en la ciudad y que la conforman como un sistema urbano. No obstante, la principal dificultad que ofrecen estas perspectivas es su aplicabilidad real al ámbito de la gestión cultural. Para ello, en el siguiente capítulo se propone un dispositivo de análisis que contempla ambas: el marketing urbano por medio de herramientas propias de la gestión y la de los imaginarios urbanos, a operar desde los ciudadanos, sus necesidades y perspectivas en torno a la ciudad. Donde los imaginarios son los que fundamentan finalmente cualquier intento de gestión sobre la ciudad y las herramientas del marketing urbano deben quedar supeditadas a éstos como posibilidad para desarrollarla.

A partir de una metodología que se propone a continuación se intenta, en primera instancia, diagnosticar el escenario urbano en cuanto a la gestión de la exhibición de artes visuales, para luego esclarecer estrategias que colaboren a la integración –a nivel urbano– de Santiago de Chile, desde una imagen de las artes visuales que considere las necesidades de la ciudad. De esta manera se propone la utilidad de los imaginarios urbanos en la gestión cultural que se desarrolla en la ciudad.

CAPÍTULO 2. Dispositivo de análisis urbano para espacios de exhibición de artes visuales en Santiago de Chile

El presente capítulo está orientado a describir la construcción de un dispositivo metodológico general para el desarrollo de la investigación. Se propuso la elaboración de un instrumento de análisis que tomara como referencia las teorías, estudios y conceptos abordados en el marco teórico anteriormente descrito. Ello permitió la observación, desde una perspectiva urbana, de los espacios de exhibición de artes visuales en Santiago de Chile, para la definición de las condiciones urbanas y una posible contribución al desarrollo de una imagen ciudad.

En una primera instancia se definieron los espacios de exhibición de artes visuales en la ciudad que fueron analizados como casos de estudio, así como los criterios de selección respectivos. Luego se describieron los principales conceptos extraídos del marco teórico, base para la construcción del dispositivo. A partir de los cuales surgió un método de observación que, desde una perspectiva urbana, permitió el análisis que fundamenta la investigación. En una última instancia, se describieron las herramientas metodológicas que debieron ser aplicadas tanto para la producción de la información como para su posterior sistematización.

2.1 Unidad de análisis

El Consejo Nacional de la Cultura y Las Artes (CNCA) publicó el 2014 el estudio *Mapeo de las Industrias Creativas en Chile*, donde se describen los agentes comercializadores y de difusión que componen las artes visuales en Chile (124). Aunque está enfocado en el ámbito del mercado y es más abarcador que lo que convoca a esta investigación, sirve como base para definir cuáles son los agentes cuyo objetivo central es la promoción, difusión y circulación de las artes visuales. Este estudio nos ayudó a detectar las tipologías de espacios de exhibición de artes visuales existentes en la ciudad. El CNCA establece la siguiente clasificación: Museos, Galerías, Universidades, Grandes Empresas, Centros Culturales (clasificados dentro de los Espacios Alternativos).

Dentro de esta gama de agentes que se encuentran en Santiago, se seleccionó una muestra de espacios para ser analizados según los criterios que serán explicados a continuación. Los casos de estudio son el Museo de Arte Contemporáneo (MAC), la Feria de Arte Contemporáneo (Ch.ACO) y Galería Temporal. El criterio para definirlos se fundamenta en los intereses particulares de esta investigación, lo que no significa que estos casos tengan necesariamente una mayor relevancia en otros aspectos de la gestión cultural. Estos espacios cuentan con más de una sede en Santiago y son coherentes con la relación con la ciudad que esta investigación propone.

Bajo el estudio anteriormente mencionando del CNCA, cabe decir que Ch.ACO, al ser feria de arte contemporáneo, no está clasificada dentro de las categorías de agentes mencionados en el párrafo anterior. Este tipo de proyecto está amparado bajo el concepto de “comercio mixto”, que tiene la característica de agrupar a todas esas categorías de agentes culturales descritas: “existe cuando converge un conjunto de actores para sostener espacios donde se reúnen artistas, curadores, galerías de arte, universidades y/o museos” (2014, 124).

El Museo de Arte Contemporáneo cuenta con dos sedes en la ciudad, MAC Parque Forestal y MAC Quinta Normal, que trabajan bajo las mismas estrategias y con el mismo *staff*, a excepción de la unidad de producción, que es específica para cada una. Galería Temporal, por otra parte, se encuentra inmersa en el espacio público, haciendo uso de diferentes vitrinas comerciales del centro de la ciudad como galerías de arte. El último caso es Ch.ACO, que no cuenta con más de una sede en estricto rigor, sin embargo ha tendido a ser itinerante en su emplazamiento en distintas sedes en la ciudad.

Además de los tres casos de estudio definidos anteriormente, que nos permitieron analizar el comportamiento urbano de los espacios de exhibición de las artes visuales en Santiago, incorporamos un cuarto caso: el proyecto de Bibliometro, desarrollado por la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM) en conjunto con el Metro de Santiago. Este consiste en el emplazamiento de vitrinas para el préstamo de libros, iniciativa de fomento a la lectura. Si bien no constituye un referente asociado a las artes visuales, comparte el

mismo criterio de selección de los tres casos anteriores, al contar con más de una sede en la ciudad.

El sentido de su inclusión obedeció a que constituye un modelo de proyecto cultural con énfasis territorial de escala metropolitana. Bibliometro, además, es considerado un ejemplo exitoso dentro de las iniciativas para el incentivo de la lectura, siendo la biblioteca urbana que posee la mayor cantidad de préstamos. Según la Cuenta Pública 2015 de la DIBAM, el total durante ese año fue de 354.971, con un promedio de 50.000 usuarios (Salazar 2016).

Considerando que Metro de Santiago es el medio de transporte más utilizado por los ciudadanos, según la información en su página web, el cual traslada a 2,3 millones de personas diariamente es, además, uno de los circuitos intraurbanos del gran Santiago que logra conectar los múltiples subcentros que la componen. Su funcionamiento y señalética es estándar respecto de cualquier metro del mundo, de los más antiguos, de Londres, Nueva York, Chicago, Budapest y París, entre otros, hasta los más contemporáneos, logrando formar una síntesis del territorio, entregando a las personas que circulan en él un importante referente de orientación de escala metropolitana.

Por todo lo anterior Bibliometro fue abordado como caso de estudio en esta investigación, analizado y relacionado con las otras iniciativas que ofrecen un importante énfasis en la ciudad, y se observó la coherencia entre las estrategias propuestas y los resultados en cuanto a la incidencia en el espacio urbano e integración del ciudadano.

2.2 Dispositivo de análisis

Los casos de estudio definidos como unidad de análisis buscaron determinar la coherencia entre sus estrategias a nivel urbano y su efectiva vinculación a la ciudad, tanto en su variante física como social. Con ello se buscó proponer un diagnóstico que avalara la hipótesis de la presente investigación.

Para tales objetivos, y tal como lo hemos anunciado, se expuso un dispositivo analítico elaborado a partir de la relación entre conceptos extraídos del marco teórico y que constituyen aquellas nociones o percepciones que permiten la observación de los fenómenos urbanos.

Precisamente, se tomaron en cuenta los dos ámbitos de observación simbólica de la ciudad que en este estudio hemos destacado. Por un lado el marketing urbano, con una orientación más bien técnica, ya que constituye un modelo de gestión económica para el posicionamiento de ciudades. Este estuvo enfocado principalmente en el comportamiento de los casos de estudio definidos junto a su proyecto respecto de la ciudad. Es decir, cómo son las acciones en cada uno de estos casos y su despliegue de estrategias. El otro ámbito fue el de los imaginarios urbanos, entendidos como una orientación más crítica de acercamiento y entendimiento del fenómeno urbano desde la perspectiva de los usuarios.

Estos ámbitos de comprensión advierten que el análisis conformó una suerte de dualidad. Por un lado, el posicionamiento y representación de la ciudad, y por otro, el nivel de coherencia que tienen estas estrategias según los resultados y la percepción de los usuarios. Cabe aclarar que ambas nociones coinciden desde el punto de vista de la imagen urbana como fenómeno simbólico, por lo tanto se encontraron puntos tanto de enlace como de contradicción.

Améndola, refiriéndose a la ciudad posmoderna, postula el concepto de “ciudad-acontecimiento” (2000, 296). Precisamente, esta noción se puede entender como una consecuencia del marketing urbano, dada la competitividad en el posicionamiento de las ciudades a nivel global. El autor hace referencia a la idea de una ciudad capaz de representar al mundo contemporáneo, específicamente a la imagen que ella puede constituir desde un enfoque de mercado. Dentro de esta dinámica podemos pensar en dos grupos de ciudades-acontecimiento a partir de su temporalidad. Por una parte, encontramos aquellas que son permanentemente un acontecimiento mundial, como son los casos de Nueva York y París por su carácter cultural cosmopolita y su capacidad para agrupar de manera representativa todo lo que significa la cultura occidental dominante, tanto de su historia

como de su contemporaneidad. Por otro lado están aquellos eventos disputados por las naciones con el objetivo de atraer la atención mundial, como las olimpiadas y las bienales de arte, entre otros. Estos ejemplos son aquellos que generan ciudades-acontecimiento de carácter eventual o transitorio.

El concepto ciudad-acontecimiento dentro del marketing urbano resulta interesante para determinar la capacidad de visibilización y posicionamiento de ciertos proyectos o espacios de artes visuales dentro de la ciudad como estrategia. En ese sentido es un concepto urbano del cual nos apropiamos, y lo trasladamos a un foco de análisis más específico: los casos de estudio definidos. Concretamente, nos referimos a cómo funcionan estos proyectos en cuanto a estrategias de posicionamiento a nivel urbano y representación de la ciudad a nivel local e internacional.

El concepto ciudad-acontecimiento es de índole urbano y no pertenece al ámbito institucional artístico, razón por la cual no se ajusta en un principio a los casos de estudio. Por lo mismo fue necesario reenfocarlo según criterios que provengan del marketing urbano y que ayudaran a diagnosticar la capacidad que tienen en relación al concepto ciudad-acontecimiento.

Con esta finalidad tomamos como referencia el estudio publicado por la revista *Eure*, que propone precisamente un acercamiento a la imagen ciudad a partir de la percepción de líderes de opinión. El artículo en cuestión se denomina “La modelización de la imagen de la ciudad desde la perspectiva de los líderes de opinión externos” (Del Barrio et al. 2009). Lo interesante de este estudio es que plantea una metodología de trabajo de gran utilidad para nuestro cometido en dos sentidos: por un lado, establece una serie de parámetros observables en cuanto a la imagen ciudad y, por otro, se encuentra la opinión de los actores sociales como fuente de información.

Los parámetros utilizados en el estudio antes mencionado nos ayudaron a construir una serie de enfoques de observación y análisis para el diagnóstico del comportamiento urbano de los casos de estudios, específicamente sobre su capacidad de ciudad-acontecimiento. Se

estableció una pauta ajustada de los criterios obtenidos del estudio de Salvador Del Barrio et al. 2009.

- Atractivo arquitectónico y valor patrimonial.
- Oferta cultural.
- Proyección local e internacional.
 - Visibilización.
 - Redes y colaboradores.
- Percepción ciudadana.
- Valoración de la imagen del espacio para la ciudad.

Desde el punto de vista de los imaginarios urbanos, y a diferencia del modelo anterior, el análisis se desarrolló teniendo en cuenta que la percepción u opinión de los actores sociales que son usuarios se construyen mediante la experiencia con el espacio, y pueden ser indiferentes a las estrategias desarrolladas por sus gestores culturales.

Específicamente, para este abordaje tomamos como propuesta analítica la metodología de los hologramas espaciales de Alicia Lindón (2007b). Este método novedoso dentro de los estudios culturales de la ciudad plantea que en la narración del sujeto urbano habitan las dimensiones del imaginario individual, siendo el análisis y la relación de estos lo que podría llegar a conformar una noción de imaginario colectivo. En la capacidad del sujeto de relacionar espacios, historia y memoria es posible conseguir información sobre cómo es percibido y habitado un lugar. En efecto, como nos dice Lindón:

el holograma espacial es una propuesta metodológica abierta a la interpretación espacial en dos planos: uno, el del lugar como realidad localizada, y otro, el del lugar como realidad desplegada en una red de lugares interconectados a través de lo vivido, que puede integrar lugares distantes (Lindón 2007b, 44).

Para obtener la narración del sujeto fue necesario aplicar como metodología una herramienta cualitativa de levantamiento de información, como es el caso de la entrevista a profundidad, donde el sujeto puede explayarse y construir una narración sobre el caso de

estudio del cual es consultado. A partir de las relaciones que haga el sujeto en su narración será posible encontrar distintos niveles de interpretación del lugar descrito.

Es importante aclarar que esta metodología en ciernes es de carácter subjetivo, por lo que la interpretación o enfoque del analista es determinante en la lectura de la información. Para obtener información útil a esta investigación se preestablecieron enfoques de análisis que guiaron la pauta de la narración, los que son adecuaciones de las ideas que describe Lindón en su metodología, que tienen que ver con la memoria del lugar, la capacidad de relacionar, el temor y el deseo. Estas percepciones se resumen en:

- Relación y percepción del espacio y su entorno.
- Relación “narrativa” con otros espacios de la ciudad.
- Expectativas (cumplidas y no cumplidas).

A partir de la información recabada se realizó una interpretación y se obtuvieron conclusiones sobre la percepción del ciudadano usuario del caso analizado. Dicha información arrojó una perspectiva de cómo es el comportamiento urbano del caso de estudio en relación a los imaginarios urbanos en la ciudad.

2.3 Metodología para la producción de información

Teniendo en cuenta que el presente dispositivo se construyó a partir de los ámbitos de observación simbólica de la ciudad, y que opera a nivel ciudadano, se tomó como fuente de información la opinión de actores sociales. Retomando las observaciones de Néstor García Canclini abordadas en el marco teórico, son los actores sociales, incluso sin intenciones científicas, quienes tienen la capacidad de ocuparse de los imaginarios urbanos. Es decir, es fundamental la opinión del ciudadano en la conformación de una idea de ciudad, así como también en el despliegue de ciertas estrategias para el posicionamiento de la misma. Cabe aclarar que esta última observación no entra en la perspectiva de los estudios culturales de la ciudad ya que, más bien, proviene del marketing urbano, aunque nos resultará conveniente para la presente investigación.

Con el fin de desplegar más en detalle la metodología de producción de información del presente dispositivo de análisis, expondremos los planteamientos tomados en cuenta, que fueron recogidos en la compilación *Metodologías de investigación social* (2006), editada por Manuel Canales con la participación de varios autores.

A partir de la revisión del estudio mencionado es que esta investigación se clasificó como cualitativa. “La noción de lo cualitativo se presenta en la investigación social asociada a la búsqueda de las dimensiones simbólicas (de los significados sociales) y motivacionales de los sujetos investigados” (Canales 2006, 238). Justamente, lo que se intentó es dar cuenta de los procesos de producción social, tanto de los significados como de las acciones de los sujetos.

Considerando el carácter de la información levantada para analizar los casos del Museo de Arte Contemporáneo (MAC), la Feria de Arte Contemporáneo (Ch.ACO), Galería Temporal y Bibliometro, la herramienta que consideramos más adecuada fue la de entrevista en profundidad semidirectiva.

La naturaleza de la información que se produce en una entrevista en profundidad es de carácter cualitativo debido a que expresa y da curso a las maneras de pensar y sentir de los sujetos entrevistados, incluyendo todos los aspectos de profundidad asociados a sus valoraciones, motivaciones, deseos, creencias, y esquemas (Canales 2006, 220).

Solo para el caso de Bibliometro se definió que las opiniones de los usuarios se debían pesquisar utilizando el instrumento grupo focal. Cabe mencionar que ambos instrumentos están relacionados, puesto que “un modo más adecuado de entender la posibilidad metodológica de los grupos focales es atendiendo a su fundamento en el diseño de las entrevistas focalizadas” (Canales 2006, 278).

El grupo focal es un grupo de actores-participantes que comparten un punto de interés para el campo de investigación mediante una pauta dirigida por el investigador, a fin de lograr obtener información relevante. Esta es dada por las vivencias de los actores, las perspectivas de observación, las racionalidades de la acción y el testimonio y narración.

Tanto para el dispositivo entrevista a profundidad semidirectiva como para el grupo focal, la muestra consultada correspondió a informantes clave. Dichos informantes son aquellos que tienen acceso a información privilegiada respecto al tema investigado.

Teniendo en cuenta que las acciones relacionadas al marketing urbano son estrategias establecidas por la organización, para levantar esa información se aplicó entrevista a profundidad a los informantes clave definidos como gestores culturales con cargos estratégicos en los casos respectivos. Dichas categorías no necesariamente están establecidas por la organización, con intereses comunes a los de esta tesis, sino que son aspectos relevantes en la gestión cultural. Sin embargo, parte de nuestra propuesta es levantar la información y relacionarla con los enfoques de análisis urbano descritos en párrafos anteriores.

Las conclusiones que arrojó el análisis provienen de las interpretaciones que se establecen a partir de la comparación entre los casos y su relación con el fenómeno urbano, donde pudimos detectar patrones de gestión, buenas prácticas y asociaciones con la ciudad territorial, física y social.

En las entrevistas semidirectivas sobre los imaginarios urbanos, respecto de los espacios de unidad de análisis, se definieron como informantes clave las personas-ciudadanos que fueran usuarios frecuentes de espacios de artes visuales en Santiago, pero que no tuvieran cargos de gestión o similares. En ese público entraron artistas visuales, curadores, así como otros profesionales del arte. Este grupo se diferencia del resto de la audiencia en que tienen información privilegiada sobre el acontecer de las artes visuales en la ciudad. Dentro este mismo se seleccionan dos artistas visuales por caso que hubieran tenido la experiencia de exponer allí. Los artistas tienen además de una relación profesional, una relación afectiva con su trabajo y por lo tanto con el entorno que los acoge.

Para el grupo focal se usó un enfoque basado en la territorialidad donde están insertos los puntos de Bibliometro, por lo que se establecieron como informantes clave tres ciudadanos

usuarios frecuentes de Bibliometro, de diferentes edades y comunas, para tener mayor amplitud en la muestra.

Lo que se propuso con los instrumentos entrevista y grupo focal fue levantar información personalizada que diera cuenta de representaciones sociales, que en el estudio metodológico citado anteriormente se define como una “conversación (micro)” (Canales 2006, 209) que contiene la posición del entrevistado frente a una “conversación (macro)” (209). Es decir, la opinión, postura y actuar del informante clave sobre el fenómeno investigado.

Dentro de los tipos de entrevista a profundidad identificados en el estudio, desarrollamos aquella denominada “Entrevista en profundidad holística o intensiva, destinada a explorar y profundizar en ciertos temas generales que se van abordando de manera creciente a medida que la información que se recoge exige su profundización” (Canales 2006, 254); debido a que el comportamiento territorial es sistémico porque en él intervienen diversos factores interrelacionados, aunque aparentemente independientes, así como nociones que provienen de la cotidianidad y de otros fenómenos urbanos. Es por ello que la estructura de la entrevista debió ir de menos a más en profundidad, es decir, desplazarse de lo más superficial a lo más profundo, desde datos concretos a opiniones o interpretaciones del fenómeno.

Las entrevistas y el grupo focal se realizaron en base a los cuatro casos de estudio determinados como unidad de análisis. Para ello se elaboraron tres pautas de entrevista. Una a partir de los enfoques obtenidos del estudio de Del Barrio et al. (2009), que se aplicó a los cuatro entrevistados con cargos estratégicos dentro de los casos de estudios respectivos. La segunda se realizó a partir de los enfoques establecidos a partir del estudio de Lindón (2007b), que dirigió a los seis artistas que han expuesto respectivamente en los tres espacios de exhibición y que son usuarios habituales de este tipo de oferta cultural. La última pauta corresponde a la del grupo focal que se aplicó a tres usuarios de Bibliometro, que también se orientó al enfoque de la metodología de los hologramas espaciales. De esta manera se realizaron en total nueve entrevistas y un grupo focal, con la participación de tres personas.

2.4 Metodología para la sistematización de la información

Para la sistematización de las entrevistas fue consultado un experto metodológico del campo de la investigación sociológica: Alberto Mayol³. Se trata, en primera instancia, de un vaciado en una matriz para análisis cualitativo. En este caso, los ítems dispuestos en la matriz coincidieron con la estructura de la pauta de las entrevistas, que no es más que el despliegue de los enfoques previamente establecidos de los estudios de los autores Del Barrio (2009) y de Lindón (2007b). Esto quiere decir que se trata principalmente de una matriz descriptiva.

Posterior a eso se observó el material, tomando como referencia el problema de investigación, para detectar los temas relevantes que deben ser abordados, y buscando niveles de relación y dimensión de análisis de la información recopilada. Esto quiere decir que los temas de análisis no fueron construidos previamente, sino que emergieron de la información levantada. Las frases y conceptos que se consideraron significativos se reagruparon según posibles asociaciones o contradicciones entre los cuatro casos de estudio. De esta manera comenzaron a evidenciarse dimensiones de análisis que apuntaron al comportamiento de los casos de estudio a nivel urbano, entendiendo que la ciudad es un fenómeno territorial, físico y social.

Esta metodología buscó aportar a la investigación la posibilidad de construir dimensiones de análisis que no hayan sido previamente establecidas, en el entendido que aparecieron al estudiar proyectos de gestión cultural desde las propias percepciones de observación de la ciudad.

³ Alberto Mayol: sociólogo, cientista político, licenciado en estética, DEA en sociología. Dirigió la reforma al sistema de titulación de la carrera de Sociología en la Universidad de Chile, fue profesor de metodología en las universidades Diego Portales, Universidad de Chile y Universidad de Santiago. Realizó durante seis años el curso Sociología del Arte en la Universidad de Chile. Dirige actualmente el Centro de Investigación Sociedad, Economía y Cultura (CISEC) de la Universidad de Santiago, donde además dirige un diplomado en Arte y Política. Ha realizado diversas investigaciones sobre arte, incluyendo un catastro el año 2002 sobre museos y galerías. Ha publicado seis libros y fue acreedor al premio mejor ensayo 2012 por la Municipalidad de Santiago. Es además libretista de ópera.

2.5 Conclusiones del capítulo

En síntesis, el dispositivo de análisis que se planteó se estableció a partir de los cuatro casos de estudios definidos bajo el criterio de tener más de una sede en la ciudad. Estos fueron: el MAC, Galería Temporal, la feria Ch.ACO y Bibliometro. Este último, aunque no es un espacio dedicado a la exhibición de artes visuales, se tomó en cuenta como modelo exitoso de gestión cultural dado que contribuye a una concepción cultural “en red” que puede tener interesantes efectos de resistencia ante la fragmentación metropolitana.

A partir de las dos perspectivas de observación de la imagen ciudad, el marketing urbano y los imaginario urbanos, se propuso una metodología de entrevista en profundidad semidirectiva, que fue aplicada de manera individual y mediante grupo focal, tomando como fuente de información gestores con cargos estratégicos y usuarios de cada caso de estudio. Para la sistematización de la información, se planteó un vaciado en una matriz para análisis cualitativo que tiene un carácter principalmente descriptivo. Posterior a eso, se seleccionaron aquellos temas relevantes para la investigación y se relacionaron los casos.

Se pretendió de esta manera determinar las dimensiones de análisis a ser abordadas en el siguiente capítulo. Estas permitieron delimitar nociones de observación del comportamiento urbano en los casos analizados y proyectarlo, por tanto, a los espacios de exhibición de artes visuales en la ciudad.

CAPÍTULO 3. Análisis urbano de los casos de estudio

Al aplicar la metodología de levantamiento y sistematización de la información de los casos de estudio, surgieron seis dimensiones de análisis, que se describen en este capítulo. Estas proponen la observación de los casos respectivos a partir de una perspectiva urbana orientada a una ciudad territorial, física y social. Aunque algunos temas del análisis tienen mayor énfasis en alguno de los ejes antes mencionados, interesa principalmente a esta investigación la observación de los casos dentro de un sistema urbano, donde lo territorial, físico y social se interrelacionan.

La metodología aplicada –para inducir los temas– fue la de encontrar tipos de relación en los discursos analizados. Esto implicó que cada uno se abordara desde sus vinculaciones o contradicciones, donde aparecen perspectivas de comportamiento de integración en la ciudad que describiremos en el presente capítulo.

3.1 Administración y reconocimiento a nivel de ciudad

En los cuatro casos de estudio se pueden identificar las dos formas tradicionales de administración: pública y privada.

Bibliometro surge de una alianza entre la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (DIBAM) y Metro, una empresa estatal. Cuenta con una administración pública, al igual que el MAC, el que depende de la Facultad de Artes de la Universidad de Chile. Ambos espacios no solo tienen una administración pública, sino también pueden ser considerados espacios públicos dentro de la ciudad. En el caso del MAC, el ciudadano puede visitar cualquiera de las dos sedes sin tener que pagar una entrada. También Bibliometro se emplaza en el espacio público de la red Metro y es un servicio de carácter gratuito. Ambos cumplen con la particularidad de ser gratuitos, permanentes y abiertos al público.

Además, ambos proyectos tienen hegemonía a nivel urbano sobre la oferta cultural que desarrollan. Es decir, son considerados, dentro del campo al que pertenecen, como

proyectos emblemáticos de Santiago, contando con la atención y el apoyo de instituciones públicas para el desarrollo cultural como el Consejo de la Cultura, la DIBAM, la Universidad de Chile, entre otras. El MAC por ejemplo, es una institución de la ciudad de Santiago, pero se considera también un museo nacional, en palabras de su director “Esperamos que sea representante de Chile, más aun que de Santiago, como un museo nacional” (Brugnoli 2015).

Bibliometro, si bien no se considera una institución, es un proyecto con respaldo estatal, tanto de Metro como de la DIBAM. Además cuenta con una infraestructura significativa, con espacio fijo en veinte puntos de préstamo en diferentes estaciones, más un punto n.º 21, vagón de ferrocarril acondicionado como biblioteca ubicado en la plaza lateral de la Biblioteca Nacional (por la calle Mac Iver) y que al momento de la entrevista se estaba trasladando a Estación Central. Se trata, por tanto, de un circuito territorial en la ciudad que hace uso, mayoritariamente, de la red de transporte del metro. Cabe mencionar también que su alcance territorial a nivel ciudad crecerá, ya que implementará el mismo servicio en la red EFE (Empresas de Ferrocarriles del Estado), con la idea de acercar el libro a las personas en los medios de transportes masivos. Teniendo en cuenta estos antecedentes, se trata de un proyecto sólido y con hegemonía a nivel urbano.

Por otra parte, Ch.ACO y Galería Temporal comparten la característica de contar con una administración privada, aunque con diferencias. En el caso de Ch.ACO se hace uso de un espacio público, Estación Mapocho, para un uso privado. La feria tiene fin comercial, ya que arrienda puestos a las galerías de arte, tanto nacionales como internacionales, para la exposición y comercialización de obras de arte. Además, la entrada para este evento se cobra a los visitantes. Galería Temporal también cuenta con una administración privada y se financia con recursos que provienen principalmente de fondos concursables. Los gestores del proyecto comentan que hasta el momento han trabajado con fondos estatales, otorgados por concurso por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile (CNCA), conocidos como FONDART. En cuanto al acceso, es un proyecto gratuito que hace uso de espacios privados –tanto en lo que respecta a las vitrinas de locales comerciales como a la galería de arte– dispuestos para consumo masivo. En palabras de sus gestores,

“son lugares privados de uso público, poner una galería de arte que podía entenderse como una galería privada, pero en un espacio público” (Cura Á. y Cura F. 2015).

Respecto de la connotación institucional y urbana del proyecto, Ch.ACO tiene una situación similar a la del MAC y Bibliometro, ya que cuenta con apoyo tanto del Estado como de importantes empresas privadas que dedican fondos a la cultura.

Galería Temporal, en cambio, es un proyecto que surge como una preocupación por la gestión de las artes visuales que tienen hegemonía en la ciudad, ya sea el MAC, Ch.ACO u otros museos, galerías y centros de arte. Se trata de una iniciativa que se establece al margen del panorama tradicional del arte en Santiago. En palabras de los gestores “somos un espacio cultural insertos en la ciudad, insertos en el espacio público. El ser efímeros es parte del proyecto, nosotros no buscamos estar permanentemente visibles. Es una opción. A pesar de estar en el centro de la ciudad termina siendo marginal” (Cura Á. y Cura F. 2015).

De administración pública o privada; hegemónicos o marginales, dos de los cuatro casos de estudio son considerados precarios: MAC y Galería Temporal. Esto se evidencia en las entrevistas a los artistas que consideramos usuarios de estos proyectos. La mayoría de ellos hace referencia a problemas de financiamiento, con frases del tipo “es necesario aumentar el presupuesto” o “existe una carencia de fondos” (MAC), o como comenta otra artista “me gustaría que fuera más `atemporal´ y que no estuviera tan regido por el tema de las platas” (Cura Á. y Cura F. 2015). Pero además, aparecen también otros problemas que no solamente están vinculados a los recursos económicos, y que deben ser afrontados por los espacios de exhibición. Jorge Cabieses-Valdés (artista entrevistado) habla de la “carencia de personal”, refiriéndose al MAC. Cita textual:

Es definitivamente un lugar con carencias. Como ex alumno, entiendo muy bien ese ambiente, por lo que al exponer uno lo hace reconociendo su contexto. Siempre faltan fondos y personal para todo lo que hacen. Me impresiona lo mucho que pueden lograr con tan poco. Hay simplemente mucho que mejorar. Creo que, aparte de la falta de fondos, el MAC requiere de una profunda renovación de su planta de funcionarios, en todo nivel de jerarquía. Funciona con los vicios del servicio público. Aunque su director ha sido clave en transformar el espacio en un buen lugar para las artes visuales, es necesaria una reestructuración general y

un giro que le permita ser el centro más importante de las artes visuales en Chile (Cabiese-Valdés 2015).

Ch.ACO no fue identificado como un proyecto con precariedad de recursos; sin embargo, su modelo de gestión es algo precario, en antítesis a la imagen de exuberancia, éxito y representatividad de la ciudad que proyecta la feria. Sobre este tema, Pablo (artista entrevistado) habla de la precariedad como una posibilidad para trabajar desde ahí, desde las limitaciones del modelo y del contexto del arte. “Yo haría algo más precario. Pienso que la precariedad es una relación interesante para el arte, en un país precario como este” (Núñez 2015).

En el caso de Bibliometro, esta precariedad no es evidente. No se identificó ni en el discurso de la gestión, ni en el de los usuarios. Más bien todo lo contrario, es considerado un proyecto exitoso. Probablemente como consecuencia de contar con un presupuesto estable, una gestión adecuada y un reconocimiento significativo por parte de las instituciones a nivel de ciudad.

Los párrafos anteriores dan cuenta, entonces, de que en la ciudad de Santiago existen proyectos hegemónicos y proyectos marginales. Además, hay una percepción de precariedad en la gestión de las artes visuales, que es independiente a la clasificación anterior.

3.2 Relación entre el valor del proyecto como oferta cultural y el valor del emplazamiento

Esta dimensión de análisis está enfocada en la relación entre una visión física y una territorial de la ciudad. La primera se identifica con lo que se puede describir como una visión arquitectónica, donde prevalece una idea de ciudad que contiene hitos que identifican a Santiago. Se refiere a aquellos espacios de exhibición de artes visuales que están emplazados en edificios cuyas características arquitectónicas y patrimoniales le aportan valor al proyecto que acogen.

Este tipo de relación se identificó en el Museo de Arte Contemporáneo (MAC) y en la feria de arte contemporáneo Ch.ACO. En ambos casos existe un interés primordial por el valor del inmueble y su importancia histórica dentro de la ciudad. El MAC está emplazado en dos edificios que son monumentos nacionales. En el caso de la sede del Parque Forestal, este edificio perteneció al Palacio de Bellas Artes, como asevera el director de la institución:

es un edificio emblemático para la ciudad, pues corresponde a una de las principales edificaciones culturales de Chile del siglo XX [...] el edificio aporta en la puesta en escena, en espacialidad, en darle formalidad, en imagen. Es un lugar que es importante como espacio, es imponente (Brugnoli 2015).

Ch.ACO, por su parte, se define como un proyecto itinerante, ya que ha tenido varias sedes antes de llegar a Estación Mapocho, y es probable que la próxima edición cambie de lugar, aunque por razones comerciales. Sin embargo existe una intención de emplazamiento en edificio patrimonial: primero estuvo en Casa Lo Matta y luego en Estación Mapocho. El cambio se hizo atendiendo no solo sus características infraestructurales –de gran atractivo, sin duda– sino también a su valor simbólico, aludiendo a la historia reciente de Chile: fue creado en 1991, siendo el primer Centro Cultural construido luego del retorno a la democracia (Estación Mapocho). En palabras de la directora de la feria: “el lugar de la Concertación que es súper importante, el edificio lo remodelaron para cerrar el ciclo de Pinochet y lanzaron la Feria del Libro, esa es la connotación que tiene este espacio” (Fulton 2015).

A pesar de que ambos emplazamientos son edificaciones de gran valor histórico para la ciudad, en los dos casos se plantea la ineficiencia del espacio para contener un proyecto de artes visuales. Es decir, su infraestructura no es funcional para el tipo de oferta cultural que desarrollan. Esta característica reafirma que es el valor del inmueble el criterio principal de su selección como emplazamiento y no su utilidad para el despliegue del proyecto.

Sobre el MAC, Francisco Brugnoli (director), comenta que los dos edificios “no fueron construidos para albergar museos, menos aún, museos de artes visuales [...] su adaptación a las necesidades de exhibición y conservación de un museo de arte contemporáneo ha sido difícil” (Brugnoli 2015). Situación que es semejante a la de Ch.ACO, cuya percepción,

según las palabras de un artista entrevistado, es que Estación Mapocho “no es el mejor edificio para la feria, la feria necesita un edificio concreto, un inmueble que sea casi un cubo blanco donde se pongan las obras, para que éstas no tengan que competir con el espacio” (Vogel 2015). Esto viene a reforzar la idea de que el edificio absorbe al proyecto, planteada por otro artista entrevistado: “Estación Mapocho se come a Ch.ACO” (Núñez 2015).

Por otro lado, la segunda relación identificada es la de una visión territorial de la ciudad, teniendo en cuenta que utiliza espacios de uso público. Se refiere aquellos proyectos que aportan valor a los lugares donde se emplazan que, aunque son representativos de la ciudad, son considerados lugares comunes, incluso decadentes. Pero, teniendo la cualidad de estar cerca de la gente.

Este tipo de relación es la que se identificó en Galería Temporal y Bibliometro. Ambos proyectos se emplazan en lugares de la ciudad de acceso al ciudadano común. Galería Temporal hace uso de galerías comerciales del centro de Santiago. Sobre estos espacios los gestores del proyecto comentan “que estaban en cierto decaimiento, ya que han sido constantemente reemplazados, por el caracol en los 80 y por el mall en los 90” (Cura, Á. y Cura, F. 2015). Sin embargo, son espacios que el proyecto revaloriza por considerarlos representativos de la ciudad. Esta valoración coincide con la opinión de artistas que han expuesto ahí. Uno de ellos comenta que

ese tipo de galería comercial solo está en Santiago, son una cosa muy típica de Santiago, de alguna manera esos lugares se ha ido perdiendo, acabando. Hace muy poco demolieron uno para hacer un supermercado. Entonces, es bueno que haya alguien preocupado de atraer de nuevo a colación esos lugares, resignificarlos (Gutiérrez 2015).

El otro proyecto es Biobliometro, que se emplaza en estaciones de Metro de Santiago. Si bien no es un espacio reemplazado o marginado, ya que es considerado representativo, no cuenta con un reconocimiento patrimonial. Se puede decir que Bibliometro aporta valor cultural al Metro de Santiago, que resignifica el espacio más allá de su uso como sistema de transporte.

Sin embargo, la elección del emplazamiento en ambos proyectos no corresponde en primera instancia a la valorización del lugar, pues esa lectura aparece como una consecuencia posterior. El motivo principal atiende las posibilidades y la utilidad que aporta al proyecto para cumplir sus objetivos. En el caso de Galería Temporal, el uso de las galerías comerciales permite acercar el arte al ciudadano, para llegar a mayor cantidad de personas y ser un espacio de interacción con la vida de la ciudad: lugares de tránsito y de cotidianidad para muchos habitantes. Los artistas que han expuesto en este proyecto son conscientes de esta cualidad del lugar, afirmando que uno de sus aportes es “dar visibilidad a algo invisible y hacerlo cercano o reconocible para el transeúnte” (Briceño 2015).

También Bibliometro, al instalarse en el Metro, intenta un acercamiento al ciudadano al hacer uso de una zona de mucho tránsito en la ciudad, con el objetivo de fomentar el acceso a la lectura. Según explica la coordinadora del programa, la intención es:

acercar los libros y la lectura a las personas por donde transitan es sacar los libros de estas murallas grandes que pueden atemorizar a las personas que no se quieren acercar a la biblioteca, y llevárselos a un lugar que es absolutamente democrático, con la libertad de hacer uso o no. Se pretende acercar el libro a las personas en los medios de transporte masivos, estamos en un lugar de paso (Salazar 2015).

Por lo tanto, estamos ante dos tipos de dinámicas de uso de la ciudad: relación entre el valor del emplazamiento y valor del proyecto. Por un lado están los que seleccionan edificios que no son funcionales para la oferta cultural que desarrollan, pero que tienen una connotación patrimonial e histórica para la ciudad que le aporta valor. Por otro lado, están los proyectos que buscan instalarse en espacios de la ciudad que sean útiles para alcanzar sus objetivos y que, a su vez, la oferta cultural desarrollada revaloriza dichos espacios y le otorgan otra significación dentro de la ciudad.

3.3 Relación localización y territorio

Otra dimensión de análisis desprendida del emplazamiento de los casos de estudio tiene que ver con las características del lugar respecto de la ciudad: su localización y cómo se conecta con el territorio. Se observaron dos grupos en los casos de estudio, uno que hace uso de

vitrinas distribuidas por la ciudad y otro que se ubica en edificios que son hitos arquitectónicos, cuyas connotaciones fueron explicadas en la dimensión de análisis anterior.

El primer grupo está compuesto por los proyectos Galería Temporal y Bibliometro, ambos emplazados en múltiples vitrinas distribuidas en la ciudad, utilizadas como un recurso de visibilización que trata de romper la distancia entre la oferta cultural y el transeúnte. Aunque no sea novedoso, dentro de las estrategias de la gestión cultural por encontrar nuevas audiencias, estos dos proyectos son particulares por contar con múltiples espacios de exhibición en la ciudad. De esta manera, propician un circuito territorial que requiere el desplazamiento del transeúnte para visitar cada una de esos espacios. Esta dinámica tiene una significación en cuanto a la relación entre la localización y el territorio, que es su capacidad de crecer en cantidad de espacios, es decir, de abarcar más ciudad. En ambos casos se plantea su desarrollo histórico, haciendo referencia a un crecimiento que se expande sobre el territorio urbano.

Galería Temporal comenzó utilizando una vitrina en una de las galerías comerciales del centro, formato similar a otros proyectos en Santiago, como Galería Tajamar, Microgalería, Galería Callejera –todos proyectos mencionados por los gestores de Galería Temporal–. Luego se planteó un crecimiento a tres vitrinas en distintas galerías, con la intención de establecer un circuito y así generar un proyecto diferente que contara con más énfasis en el territorio. La selección no fue permanente, sino que fue cambiando en función de los contenidos de la oferta cultural desarrollada, y pueden multiplicarse según las necesidades en las propuestas de exhibición. Específicamente, en la última temporada de exposiciones los gestores establecieron tres ejes conceptuales que serían desarrollados en las tres vitrinas respectivas. Los temas definidos fueron: objeto, representación y espacio. La relación entre lo que se expone en la vitrina y la galería comercial seleccionada para su ubicación se explica con un ejemplo descrito por los gestores:

para la línea del tema espacio, seleccionamos una vitrina que está dentro de un edificio característico de la ciudad, que tiene en los balcones un juego, un especie de mosaico. Ese edificio fue construido por unos arquitectos de la Católica de la época en que Josef Albers vino a dictar clases a Chile. Era bastante *ad hoc* tener en ese edificio una vitrina tocando ese

tema. Por ejemplo, Leonardo Portus aprovechó este edificio tan característico y con esos balcones, para hacer su obra (Cura, Á. y Cura, F. 2015).

Otro ejemplo que explica la relación entre la vitrina y el contenido de la oferta cultural es la decisión de utilizar dos galerías en Plaza de Armas, teniendo en cuenta que se abordaría la temática del desplazamiento desde el fenómeno de la emigración.

Se trata entonces de un proyecto que tiende a crecer y se mueve por la ciudad con la intención de crear relaciones de coherencia entre el entorno y la oferta cultural. Esta dinámica aporta a la propuesta del artista y también al proyecto. Se puede decir, también, y teniendo en cuenta las entrevistas, que el artista se siente identificado con esa disposición al entorno. Según palabras de uno de los entrevistados

siempre intento entender el entorno en el que está incluido el espacio de exhibición, porque justamente lo que me interesa es que las personas que lleguen ahí se sientan convocadas a ver una obra que no está desligada de su entorno, sino que justamente, llame la atención sobre algo que está cerca o que pueda reconocer en su caminata habitual (Briceño 2015).

Esto ayuda al ciudadano-espectador a establecer relaciones entre el entorno que es habitual en su cotidianidad y el objeto artístico que es inusual para él, favoreciendo que se pueda identificar con el proyecto al sentir una cercanía con la propuesta del artista.

En el caso de Bibliometro la dinámica es similar. Es un proyecto que también utiliza el recurso vitrina distribuido en distintos puntos de flujo de la ciudad. Se inició en 1996 con tres vitrinas, y actualmente cuenta con veinte puntos distribuidos en el Metro de Santiago. Al ubicarse en este sistema de transporte que abarca toda la ciudad, el proyecto tiene capacidad de crecimiento en cantidad y de expansión en el territorio urbano. Es, de todos los casos, el que tiene mayor posibilidad de abarcar más ciudad, incluso que Galería Temporal, que se circunscribe a un sector determinado: galerías comerciales del centro de Santiago.

El uso de la vitrina, al igual que Galería Temporal, permite acceder al ciudadano de manera más inmediata, teniendo en cuenta que está ubicado en un lugar de flujo y no de deleite o paseo. Es una estrategia coherente con la intención y las necesidades del proyecto. Una de

las usuarias participantes del grupo focal advierte lo siguiente: “yo veo que siempre hay gente, pero más que pidiendo, mirando las vitrinas ya que llaman la atención a la vista, por ejemplo, los títulos” (López 2015). Es decir, la vitrina cumple el mismo rol que en su versión tradicional de uso comercial, llamar la atención sobre productos específicos e incitar a entrar y adquirir el producto. En este caso, se trata de libros y se otorgan en préstamos de forma gratuita. Este recurso es valorado por el usuario considerando su eficiencia, así lo afirma una de las entrevistadas, “algo importante que tiene es que tienen vitrinas, generalmente lo primero que te preguntan es ¿viste uno en vitrina? La vitrina lo hace más fácil, porque es rápido” (Arroyo 2015).

Por otro lado está el segundo grupo identificado, que contempla a Ch.ACO y al MAC. Estos son proyectos emplazados en edificios puntuales, antes caracterizados como de valor patrimonial e histórico para la ciudad, que se encuentran en puntos específicos de esta. La naturaleza de estos emplazamientos no permite un crecimiento en cantidad. Aun cuando el MAC tenga dos sedes, una en el Parque Quinta Normal y otra en el Parque Forestal, no significa una real intención de expansión por la ciudad, como sí se evidencia en los proyectos antes mencionados.

En Ch.ACO se distingue una dinámica similar. Aunque es un proyecto que ha tendido a cambiar de locación en busca de un emplazamiento ideal, no tiene capacidad de crecimiento o expansión urbana. La movilización que ha tenido el proyecto no corresponde a una intención por abarcar la ciudad, sino a necesidades de audiencia. Inicialmente se instaló en Vitacura para estar cerca de la población con mayor poder adquisitivo, la que puede acceder a comprar arte y que es su principal público objetivo. Pero la feria necesitaba proyectar una imagen-ciudad atractiva para las galerías internacionales, que también son sus clientes, por lo que fue trasladada al centro cívico de Santiago, en Estación Mapocho, edificio con más valor y belleza. Sobre esto la directora de la feria afirma que “empezamos a recibir otro tipo de galerías extranjeras, europeas, galerías que no conocíamos y también nos parecía importante venderle una cierta imagen de la ciudad [por su localización] [...] y por lo tanto vendía una imagen país” (Fulton 2015). Sin embargo, plantea que “nos vamos a ir de ahí porque el lugar no ha crecido con nosotros [...] tiene una resistencia social

compleja” (Fulton 2015), refiriéndose a que ese público objetivo no le interesa acceder a ese espacio de la ciudad. También los artistas entrevistados hacen referencia a este tema: “Estación Mapocho no es el mejor lugar para Santiago de Chile, por todos los problemas de movilidad que tiene la gente en este país” (Vogel 2015), haciendo alusión a la resistencia social planteada anteriormente y que hace que el público objetivo no llegue a ese lugar.

Teniendo en cuenta estos antecedentes se puede afirmar que la relación entre la localización de la feria y el territorio que la circunda tiene que ver con una búsqueda por integrar una imagen atractiva de Santiago en la proyección internacional de la misma, y por lograr una cercanía con el público objetivo, es decir, hacer un lugar atractivo para ese sector económico, ya que tiene un carácter comercial.

El MAC es una institución con un modelo de gestión de un museo tradicional, por lo tanto su relación con la localización y el territorio apunta más a la monumentalidad que a la integración. Es decir, museo como monumento. No obstante, desde la gestión existe un discurso de vinculación con el entorno, que tiene que ver con iniciativas específicas llevadas a cabo principalmente en la sede de Quinta Normal. Un ejemplo es el proyecto “Quiero mi Barrio”, que invita a los vecinos a participar de la programación del museo. Uno de los artistas entrevistados comenta, sobre este mismo tema de la vinculación de esa sede con el entorno, lo siguiente:

encuentro bueno que esté donde está, pero de ahí a que en verdad genere mayor audiencia no soy muy positivo. Cuando yo voy no hay mucha gente. No tiene el nivel de visibilidad que puede tener. Puedo decir, desde el prejuicio, que va más gente del mundillo del arte, que gente del sector, quizás en [la sede de] Matucana va más gente del lugar, me parece un poco más inclusivo, me parece que tiene más políticas para conectarse con el espacio que el MAC [de Parque Forestal] (Guendelman 2015).

Por lo tanto, aunque existen estas iniciativas no hay evidencia de que en la gestión haya una tendencia de proyectarse hacia la ciudad. Más bien son instancias que apuntan a políticas tradicionales de creación de audiencia.

Según lo anterior se puede señalar que tanto el MAC como Ch.ACO buscan emplazamientos monumentales, hitos arquitectónicos de la ciudad, mientras que Galería Temporal y Bibliometro se instalan en vitrinas ciudadinas con mayor capacidad de crecimiento y expansión urbana.

3.4 Relación entre la intención del proyecto y su integración a la ciudad

Tomando como base los análisis anteriores, se pueden distinguir dos maneras de integración a la ciudad. Por un lado están aquellos proyectos que utilizan las dinámicas de la ciudad para lograr sus objetivos, ya que son útiles para su desarrollo. Por otro, están los que intentan modificar las dinámicas urbanas en función del posicionamiento del proyecto dentro de la ciudad.

Galería Temporal y Bibliometro son proyectos que, como parte de su desarrollo, utilizan ciertas dinámicas de la ciudad, adaptando su oferta cultural a condiciones propias de los espacios públicos donde se emplazan. Esta característica surge de la intención de sacar sus libros y obras de arte de las monumentales y grandes bibliotecas o galerías/museos para extenderlas al espacio público. El objetivo es que cualquier persona pueda acceder a ellos sin la necesidad de cambiar su cotidianidad, más bien es el proyecto el que irrumpe en ella. En otras palabras, los usuarios no necesariamente tienen que trasladarse para acceder a los servicios o “experiencias” que brinda el proyecto, sino que es este el que se acerca a ellos para facilitar el acceso. Como explica la coordinadora de Bibliometro “La oportunidad de estar en un lugar tan transitado, como el Metro de Santiago, ya tiene valor por sí mismo. Permite que el usuario no tenga que trasladarse mucho para la lectura, no tiene que estar condicionado a un horario” (Salazar 2015).

También lo gestores de Galería Temporal tienen una propuesta similar. Afirman que

es un proyecto que tiene la capacidad de llegar a personas que no se desplazan para ir a un museo necesariamente, como que están alejadas de esto que se llama arte contemporáneo. Es como un regalo, está ahí si alguien lo quiere tomar, ahí está (Cura, Á. y Cura, F. 2015).

Se trata entonces de proyectos que se vinculan al espacio urbano con el afán de aprovechar la cercanía con el usuario. En palabras de los gestores

al desarrollarse en pleno centro de Santiago, Galería Temporal va adoptando dinámicas – como las caminatas y recorridos por la ciudad– que le pertenecen al centro y a su vez los trabajos que allí se exhiben son obras que hablan del contexto particular que habitan (Cura, Á. y Cura, F. 2015).

Los artistas también se identifican con esta correspondencia entre el proyecto y la ciudad, así lo explica Jessica, artista entrevistada por su exposición en Galería Temporal, “siempre me ha tocado exponer en espacios de la ciudad” (Briceño 2015). Estas afirmaciones nos llevan a la idea de que ambos proyectos se pueden considerar orgánicos en la urbe, ya que al adecuarse a sus dinámicas se mueven tan orgánicamente como la ciudad misma.

Ch.ACO y MAC, por otro lado, son proyectos que generan instancias puntuales de vinculación con la ciudad con el objetivo de ampliar las audiencias que participan de ellos. La intención es incitar al transeúnte a visitar las instalaciones donde se llevan a cabo. Según se analizó en párrafos anteriores, son edificios de gran valor arquitectónico y patrimonial, recurso de posicionamiento a nivel de ciudad y sirve para atraer a las audiencias. En esta misma dirección se afirma, desde la gestión del MAC, el interés por la vinculación con iniciativas urbanas que promuevan la visita de personas al museo por primera vez, algunos ejemplos son: el Día del Patrimonio, Museos de Medianoche, Semana de la Educación Artística, Ch.ACO, entre otros eventos culturales de la ciudad de Santiago. También desde la gestión de Ch.ACO se observa la itinerancia del evento como resultado de una búsqueda de lograr ser un proyecto atractivo para las audiencias, tanto nacionales como internacionales. Es decir, los esfuerzos se centran en conseguir que el público se desplace hacia ellos, lo que implica cambiar el comportamiento del ciudadano con respecto al proyecto.

3.5 Relación entre público objetivo y estrategia de comunicación

Entrando a la dimensión de análisis sobre la relación con el público, se identificaron dos patrones de manejo entre público objetivo y estrategias de comunicación. Ambos grupos

definen sus públicos objetivos como “amplios”, pero la diferencia está en cómo es su relación con estos y qué tan definidos los tienen. Uno de los grupos tiene claramente identificado su público y además mantiene una relación fluida, constante y en tiempo real, gracias al uso de las redes sociales. Además cuenta con un mediador capacitado que interactúa periódicamente con el público, y utiliza el “boca en boca” como medio de difusión eficiente. Por otro lado, existe un segundo grupo que define múltiples públicos objetivos, que cuenta con equipos profesionales de trabajo de prensa y comunicación. Su relación está mediada por los canales de difusión, que no necesariamente generan una relación directa entre la institución y a quien se quiere llegar, sino que se enfocan en una promoción de carácter masivo.

Galería Temporal y Bibliometro son los espacios definidos como conscientes del uso de medios de comunicación directos, sistemáticos y en tiempo real con su público, mediante Facebook, Twitter y el poder del “boca a boca”. Ángela, de Bibliometro, comenta al respecto que “todas las recomendaciones, reclamos, sugerencias por parte del usuario están muy activa y es en tiempo real. Las redes sociales son importantísimas, todas las personas que trabajamos en el área de gestión cultural tenemos acceso a Facebook y Twitter” (Salazar 2015). En este caso, además, el poder del boca a boca toma relevancia cuando se analiza el grupo focal: las usuarias coinciden con que ellas llegan a Bibliometro porque una amiga les comentó o porque las vitrinas se hicieron habituales en su recorrido diario, sembrándoles la curiosidad, hasta que un día se animaron a preguntarle a la persona del mesón de qué se trataba. Luego de eso se hicieron usuarias frecuentes y a su vez, “canales de difusión andantes”. Todas confiesan promover y difundir el uso de Bibliometro. Una de ellas es profesora, y la difusión la hace tanto entre sus estudiantes, apoderados, y comunidad del colegio, como en su núcleo familiar y de amigos. Bibliometro, por su parte, declara que su principal canal de difusión es “el mesón y las redes sociales” (Salazar 2015).

La instalación de vitrinas cuyo contenido es algo fuera de lo común, ya sean libros u obras de arte en lugares donde socialmente ese objeto no es habitual, genera una situación extraña, y al igual que lo señalado en el párrafo anterior, siembra la curiosidad para el transeúnte; entablando una relación directa con este. Tarde o temprano se acercará a ver, o

en el mejor de los casos, a preguntar de qué se trata. Esta curiosidad también aparece en el proyecto de Galería Temporal, donde no solo se llega a las personas que dan por casualidad con una o algunas de las vitrinas, sino también al público que trabaja o transita diariamente por las galerías. Como comenta Ángela, de Galería Temporal: “ahí hay oficinistas, locatarios, administradores, conserjes, público que va a hacer algún trámite a la notaría” (Cura, Á., Cura, F. 2015), quienes inevitablemente ven las vitrinas, ya que interfieren en su paisaje como un objeto anómalo. Por otra parte, se puede identificar a los dueños de los negocios, a quienes se les arriendan las vitrinas, que son además los que toman el rol de mediador e informan qué es aquello que se está exhibiendo. Además, es con ellos –o algunos de ellos– con quienes los gestores del proyecto han mantenido relación hasta estos días, en palabras de ellos: “esto de alguna manera también es hacer ciudad, el ser ciudadano” (Cura, Á., Cura, F. 2015).

Se puede decir que las vitrinas de las tiendas se convierten en galería, el transeúnte en espectador de arte y el dueño de la vitrina, en galerista. Todos los espacios y roles tradicionales en el mundo del arte se reacomodan definiendo nuevos públicos objetivos: el transeúnte que pasa por casualidad, los habitantes temporales diarios que tiene el centro de Santiago y los dueños de los locales. Al igual que en Bibliometro, se llega a nuevos públicos al sembrar la semilla de la curiosidad en medio del recorrido habitual del ciudadano común y corriente. Como bien comenta Jessica (artista), “si el público no viene al arte, que el arte llegue al público” (Briceño 2015) o en el caso de Bibliometro, comenta Ángela, la “intención de acercar los libros y la lectura a las personas por donde transitan” (Salazar 2015). No se puede obviar, en el caso de Galería Temporal, a un cuarto público, el del medio de las artes visuales. Como nos comentan Ángela y Felipe, de Temporal: “llegan por artistas que se les ha invitado a participar, o a través de páginas especializadas de arte, algunos siguen el proyecto, el que va a las inauguraciones en los museos, a las galerías, los que asisten regularmente a las exposiciones de arte” (Cura, Á., Cura, F. 2015).

Otra es la situación de la feria de arte contemporáneo Ch.ACO y del Museo de Arte Contemporáneo, MAC. Ellos cuentan con un discurso, desde la gestión, con gran énfasis en la comunicación. Al respecto, Elodie de Ch.ACO comenta que “Ch.ACO es una plataforma

de comunicación” (Fulton 2015). Pero en la información recopilada, esta comunicación no es directa ni sistemática. En el caso del MAC, al parecer, se han percatado de una necesidad de conexión directa con los públicos objetivos, al declarar “nuestro objetivo el 2016 es lograr la comunicación y fidelización con la difusión directa al público” (Brugnoli 2015). No solo los gestores del MAC se han percatado de esta deficiencia, sino también los artistas entrevistados sobre esta institución, quienes entregan información de por qué no existe una conexión con el público, que no necesariamente se vincula a la difusión, ya que también guarda relación al cómo el ciudadano habita ese espacio. Por ejemplo, un artista entrevistado comentó que la explanada del MAC sirve como centro de reuniones o punto de encuentro, existiendo un público que no necesariamente es cautivado por el museo (Cabieses-Valdés 2015). Otro punto mencionado es la presentación a nivel arquitectónico del museo, cuya monumentalidad ha sido antes mencionada. Esta característica del edificio genera una barrera con el espectador. En palabras de algunos artistas entrevistados: “la monumentalidad de Estación Mapocho no sirve, pasa a ser una especie de barrera, un contenedor aislado, con una permeabilidad que es pequeña” (Núñez 2015) o “la frialdad en el MAC es a todo nivel, como que a la gente le da miedo entrar, tiene esos inmensos pilares, como reflejando ‘esto es un museo’” (Guendelman 2015).

Otra característica identificada es la monotonía en la dinámica que se observa en estos proyectos, que tiene que ver con la falta de nuevos públicos. En el caso de Ch.ACO, Pablo (artista entrevistado) declara: “allí tú te encuentras con la misma gente, incluso con las mismas conversaciones” (Núñez 2015). Esta visión es incoherente con los planteamientos desde la gestión de Ch.ACO sobre la formación de un público más joven, de “nuevos públicos”, cuando el artista lo define como “un espacio monótono” (Núñez 2015).

Dentro de la misma dinámica de relación con el público, una estrategia recurrente en los cuatro casos de estudio es el recorrido. Se puede decir que los cuatro proyectos se relacionan con actividades que tienen que ver con el recorrido y el público, pero desde concepciones distintas. Por un lado Galería Temporal y Bibliometro instalan el recorrido en el territorio urbano como una dinámica imprescindible para los objetivos del proyecto, ya que la localización de las vitrinas arma un circuito en la ciudad. Esto quiere decir que no es

posible que el público se vincule al proyecto si no es mediante el recorrido. En el caso de Galería Temporal, además organizan visitas guiadas caminando por las galerías del centro de Santiago, tanto a público general como a estudiantes de artes de diferentes universidades.

También desde la gestión de Ch.ACO se da información sobre un interés por el recorrido:

instalamos Espacio Móvil, hicimos recorridos peatonales por la ciudad. Pero lo interesante era que en el Mercado Central habíamos instalado piezas, la gente iba a comer y veía mini galerías. La noche de los coleccionistas y una noche VIP comimos ahí, abrimos el mercado, hicimos caminar a la gente (Fulton 2015).

La feria contempla iniciativas de recorrido urbano, pero a partir de actividades puntuales que no pueden ser consideradas un circuito en la ciudad. Son instancias de esparcimiento fuera del espacio de la feria que se puede relacionar a la necesidad del proyecto de mostrar una ciudad atractiva. La diferencia con Galería Temporal, por ejemplo, es que Ch.ACO no necesita generar un circuito para cumplir sus objetivos, pero sí necesita instancias donde la ciudad sea un lugar de atracción.

El MAC, por su parte, ofrece recorridos bajo el lugar físico de cada institución que no se pueden considerar de carácter urbano o como un circuito. Cuenta con visitas guiadas, talleres y conversatorios en torno a las exposiciones de turno programadas.

3.6 Relación entre alianzas y colectividad

Esta dimensión de análisis va enfocada al estudio del comportamiento de los casos en cuanto a la manera en que se asocian con otros agentes culturales y ciudadanos para lograr sus objetivos. Por lo general existen las alianzas, que son acuerdos entre dos o más partes para lograr determinados fines de interés común.

Se identificaron dos tipos de alianza: las colaborativas y las económicas. En Bibliometro y Galería Temporal se reconocen alianzas del tipo colaborativas, que tienen que ver con el contenido y la gestión del proyecto. Los organizadores de Galería Temporal comentan que

no trabajan con alianzas permanentes ni a largo plazo, pero sí participan de varios eventos que se realizan en otros espacios de exhibición en Santiago, en regiones y en el extranjero. “generan vínculos” (Cura, Á. y Cura, F. 2015), según lo denominan los gestores del proyecto. Otra definición que utilizan es “alianzas a nivel más discursivo que práctico” (Cura, Á. y Cura, F. 2015), ya que principalmente son instancias de debate y conversación sobre los espacios alternativos. El proyecto no cuenta con alianzas que le permitan obtener bienes, servicios o financiamiento para su ejecución.

En esta misma línea de colaboración se plantean las alianzas de Bibliometro. El proyecto es un modelo chileno exportado a otras ciudades del mundo que, actualmente, se ha implementado en Medellín y en Madrid. La iniciativa chilena se declara “madre” de estos dos proyectos y genera instancias de cooperación y capacitación, donde se comparten experiencias para su desarrollo. Sin embargo, a nivel de la ciudad de Santiago y del país, no existen alianzas con otras bibliotecas a pesar de que el proyecto está regido por la DIBAM. Ángela comenta en torno a esto que

cuando se quiso hacer un convenio con las bibliotecas de la Región Metropolitana, en donde el usuario de Bibliometro se podía inscribir y hacer socio gratis en la biblioteca pública de su comuna y viceversa, muchas bibliotecas públicas se enojaron con nosotros porque le quitábamos los usuarios (Salazar 2015).

Contradictoriamente, es un proyecto que crea conflicto y se considera que atenta contra las escasas audiencias de las bibliotecas, en vez de ser promovido como una iniciativa eficiente de acceso a la lectura.

El otro tipo de alianza identificada es la económica y se observa en los proyectos Ch.ACO y MAC, cuyos gestores declaran alianzas de financiamiento con empresas privadas que se interesan en “el proyecto” o “en algún proyecto” específico, todas de carácter transitorio. Teniendo en cuenta que Ch.ACO es una empresa privada, busca *sponsors* para financiarse. Aunque Galería Temporal también es una empresa privada, no cuenta con el apoyo financiero de ninguna organización, debido a que es un proyecto alternativo y al margen de las instancias hegemónicas del arte en la ciudad. En el caso del MAC, el tipo de alianza económicas se explica en la insuficiencia del presupuesto que se le asigna como institución

cultural. A diferencia de Bibliometro, que también se financia con presupuesto estatal, pero que cuenta con los recursos necesarios para su desarrollo.

Estos antecedentes determinan que las alianzas colaborativas apuntan al perfeccionamiento de los contenidos y a la gestión del proyecto, mientras que las económicas, a la necesidad de mantenerse en el tiempo. Ambas son necesarias para el desarrollo de cualquier proyecto de gestión cultural, pero ninguna apunta a sumar otros proyectos que integren a Santiago como ciudad cultural.

La falta de colectividad aparece entonces como una característica general de los casos de estudio. Aunque son proyectos que tienden a proyectarse hacia la ciudad, la dimensión de lo colectivo sigue siendo una carencia, incluso a nivel urbano. Una apreciación de este fenómeno aparece en la opinión de una de las artistas entrevistadas, específicamente hablando de Galería Temporal, pero con un alcance a nivel de ciudad:

creo que es una buena iniciativa, pero muy individual, no se ha colectivizado. Santiago es una ciudad a la que le hacen falta carnavales. Las experiencias colectivas que tiene la gente en Santiago son muy puntuales, son escasas [...] lo más parecido a un carnaval es París Parade, o las actividades más locales, como el festival en el Parque Bustamante, el concierto en el cerro. Pero no hay aún en Santiago un algo que empape a la ciudad completa, como son los carnavales en otros países o en otras ciudades de Chile, y siento que pasa lo mismo en el arte, no hay una manera, aún, de llegar a todos (Briceño 2015).

Esto es resultado de que las alianzas corresponden a preocupaciones exclusivas del proyecto, ya sean financieras o de desarrollo de contenidos, pero no apuntan en ningún caso a colectivizar la oferta cultural a nivel urbano. De todas las instancias antes mencionadas dedicadas a la exhibición de artes visuales, la más cercana a un evento colectivo de la ciudad es Ch.ACO, debido a que agrupa en un acontecimiento muchas de las organizaciones culturales de la ciudad. Incluso las intenciones del proyecto tienen que ver con el posicionamiento a nivel urbano. Sin embargo, los resultados no han sido favorables.

Ch.ACO es un proyecto foráneo, importado en Chile, como un gesto para el posicionamiento del arte chileno a nivel internacional y el fomento del coleccionismo. Con este objetivo busca exportar una imagen-ciudad desde las artes visuales que sea atractiva.

Es decir, es un proyecto con carácter internacional que busca ser una marca ciudad que, para lograrlo, necesita convertirse en un acontecimiento urbano y representativo de Santiago. Incluso desde la gestión de la feria se entiende como un proyecto de exportación aunque no obtiene financiamiento de Prochile, organismo del estado de apoyo a la exportación. Sobre esto Elodie Fulton –directora general de Ch.ACO– comenta la necesidad de

una actitud centrípeta, con los recursos que se gasta Prochile no tiene sentido que no apoyen Ch.ACO. Santiago socialmente también funciona con fuerza centrífuga, la gente con plata se va a vivir a Chicureo. Nosotros queremos estar donde embulle todo. Una imagen de una ciudad que puede tener relaciones magníficas, un flâneur, porque caminas y te pasan cosas (Fulton 2015).

A pesar de estos intentos por ser una marca ciudad representativa de Santiago, la feria no adquiere ese rol dentro de la comunidad artística a pesar de su cercanía al evento, mucho menos en la colectividad de la ciudad. Sobre esto uno de los artistas entrevistados afirma que Ch.ACO

no ha logrado el objetivo de ser una marca ciudad o marca país, a diferencia por ejemplo, de Teatro a Mil que inmediatamente pienso en Santiago completo, en donde hay un recorrido por parte de la gente. En el caso de las artes visuales, me parece que no ha habido una campaña durante el año fuerte, me parece que todo se deja para los meses previos y eso no basta. Eso es lo que hizo Santiago a Mil, la gente no va mucho al teatro durante el año, pero sabe que existe enero, que existe esa instancia y es en todo Santiago (Vogel 2015).

La feria se sigue considerando una iniciativa aislada en la ciudad, ya que no cuenta con la capacidad de colectivizar las artes visuales a nivel urbano.

Por otro lado Bibliometro, aunque desde su gestión no declara alianzas con otros proyectos que promuevan la colectividad, la creación de esta iniciativa se autopromociona. El proyecto es resultado de una alianza entre la DIBAM y el Metro de Santiago que tiene como objetivo fundamental el acceso a la lectura como algo colectivo. En palabras de la coordinadora del programa “Bibliometro es un lugar de acceso, acceso democrático y libre a los libros” (Salazar 2015). De los cuatro casos de estudio este proyecto es el que tiene mayor incidencia en la ciudad a nivel colectivo.

3.7 Conclusiones del capítulo

A partir del análisis realizado, se observa que en Santiago los proyectos e instituciones hegemónicas dedicados a la exhibición de artes visuales (representados por los casos Ch.ACO y MAC), carecen de una gestión dirigida a la integración urbana, situación que fomenta el aislamiento que padece esta oferta cultural dentro de la ciudad. Las estrategias están principalmente vinculadas a una gestión cercana al marketing urbano: búsqueda de posicionamiento de la oferta cultural que no evidencia intenciones de vinculación con los imaginarios urbanos, representados en las dinámicas que ya existen y son representativas de la vida en Santiago.

Estas estrategias se demuestran en el uso de edificaciones de gran connotación cultural y patrimonial, cuyo valor le aporta importancia y formalidad a la oferta cultural que desarrollan. La manera en que se integran a la ciudad es desde una visión arquitectónica, por lo que desarrollar audiencias se basa en alentar al ciudadano a visitar estos espacios-monumento. En otras palabras, trabajan desde la idea de modificar las dinámicas urbanas y no con estrategias que acerquen la oferta cultural al ciudadano, por ejemplo, mediante su inserción en las dinámicas que ya existen en la ciudad.

El intento por atraer al público a estos espacios-monumento implica un cambio en el comportamiento social de la ciudad, para lo que se necesitan importantes estrategias que comuniquen y animen al ciudadano a participar y a sentirse representado. Sin embargo, desde el punto de vista de la comunicación y de las alianzas, los esfuerzos están centrados en mecanismos masivos en medios de prensa y alianzas vinculadas a las necesidades financieras del proyecto. Es decir, los esfuerzos no están volcados a la integración urbana ni a la participación ciudadana.

Se ha vislumbrado un interés, no obstante, al margen de esta situación, que realiza una gestión para la integración urbana, el de Galería Temporal. En el análisis realizado este proyecto coincide con la gestión de Bibliometro, iniciativa exitosa en cuanto a su capacidad de integración. Ambos son proyectos que se emplazan en espacios públicos, permitiéndoles hacer uso de las dinámicas urbanas para lograr sus objetivos, y están principalmente

dirigidos a favorecer la mayor cantidad de personas posible con su oferta cultural. Es decir, están pensados bajo la lógica de cercanía con el usuario, pero también de expansión en el espacio urbano, evidenciándose principalmente en Bibliometro.

El caso de Galería Temporal, de artes visuales, es un proyecto que, como bien se precisó en el análisis, se autodenomina marginal. Es decir, un proyecto de autogestión, lo que se puede traducir en que carece de apoyo institucional, lo que implica una precariedad en su continuidad y desarrollo. Esto último hace que Bibliometro sea un caso exitoso en cuanto a su gestión de integración urbana, ya que es un proyecto hegemónico dentro de la ciudad.

Otro factor importante, que se evidencia en Bibliometro pero no así en Galería Temporal, es la capacidad de generar alianzas que fomenten la colectividad entre proyectos hacia el desarrollo de la integración de la manifestación a nivel urbano. En el caso de las artes visuales debiese ser fundamental para promover instancias de integración urbana. En el caso de Bibliometro, existe la alianza estratégica con Metro –plataforma que permite la integración urbana– y la DIBAM –quien dirige la oferta cultural en cuestión– ofreciéndole desarrollar de manera exitosa el proyecto.

Es importante acotar que este análisis no quita mérito a la gestión que desarrollan las instituciones que promueven las artes visuales en la ciudad. Más bien busca identificar si la gestión está o no enfocada en la integración urbana, ante el aislamiento que padece la oferta cultural de artes visuales en la ciudad de Santiago.

CAPÍTULO 4. Propuesta de la investigación

A partir de las vinculaciones y/o contradicciones analizadas en el capítulo anterior, proponemos un conjunto de criterios primordiales a considerar para la creación de un proyecto que promueva la integración urbana. Es decir, según el comportamiento de los casos descritos definiremos maneras eficientes de gestión para la integración de proyectos culturales a la urbe; principalmente de Bibliometro y Galería Temporal. Por otra parte, vislumbraremos los principales recursos que se necesitan para llevar a cabo un proyecto de tal naturaleza: sistema de transporte como plataforma territorial y vitrinas como espacios de visibilización. Además, presentaremos iniciativas de referencia en la ciudad de Santiago donde se haga uso de alguno de estos recursos, aunque con objetivos diferentes al de esta investigación. De esta manera se fundamenta la existencia de las posibilidades en la ciudad para el desarrollo de un proyecto de tales características.

Tanto los criterios como los recursos identificados a partir del análisis realizado nos dan directrices para una propuesta de creación de un circuito territorial de las artes visuales que logre integrarse a la ciudad, ayudando a enfrentar la fragmentación, así como el aislamiento que padecen los espacios de exhibición de artes visuales en la ciudad de Santiago de Chile.

Finalmente se esboza una propuesta, a modo de ejemplo, de la aplicación de tales criterios y recursos rescatados.

4.1 Criterios para la creación de un circuito territorial de espacios de exhibición que promueva la integración de la ciudad

Retomando los planteamientos de Elías Mas Serra abordados en el primer capítulo, consideramos la necesidad de encontrar en las condiciones que existen en la ciudad las posibilidades para su desarrollo y, por lo tanto, de la imagen que se puede proyectar de esta; a partir de lo cual se han establecido criterios que deben ser considerados en el diseño de un proyecto de artes visuales que promueva la integración de la ciudad de Santiago, cuyo fundamento se encuentre en el análisis realizado en el capítulo anterior. En otras palabras,

los criterios que se han seleccionado, de algún modo ya existen en Santiago en alguno de los casos analizados, aunque no se agrupan en un solo proyecto dedicado a la exhibición de artes visuales. Algunos coinciden con la gestión de Galería Temporal, como proyecto consciente de la necesidad de integrarse al espacio y los imaginarios urbanos; como también están presentes en la gestión de Bibliometro ya que, además de la integración urbana, es un proyecto hegemónico apoyado por importantes instituciones contando con una administración y financiamiento estable. En este último caso es un modelo exitoso según las intenciones del análisis realizado y, por lo tanto, debe ser tomado en cuenta.

Los criterios a establecer son los siguientes:

- 1) El proyecto debe contar con un financiamiento estable, cuya administración puede ser de carácter público, privado o mixto. Debe ser un proyecto con hegemonía urbana y debe contar con el respaldo de instituciones de la ciudad, ya sean culturales, urbanas, etc. Además debe ser gratuito y emplazado en el espacio público.
- 2) El proyecto debe ser emplazado en un lugar adecuado para el cumplimiento de sus objetivos. Es decir, si es un proyecto que se propone integrar la ciudad mediante las artes visuales, el lugar utilizado como plataforma para su desarrollo debe ser de acceso ciudadano y que territorialmente abarque e involucre en su mayor parte a Santiago.
- 3) Teniendo en cuenta el tipo de proyecto, es necesario hacer uso de las dinámicas de la ciudad para el buen desarrollo del mismo. Es decir, estar y actuar según las condiciones actuales que existen en la ciudad y no desconocerlas.
- 4) Tener capacidad de crecimiento y expansión en el territorio urbano. De esta manera se abarcará más ciudad, se podrá contener y agrupar bajo una misma idea.

- 5) La relación con el público objetivo debe ser directa, mediante el uso de mediadores culturales que generen relaciones humanas con los espectadores.
- 6) Realizar alianzas que estén enfocadas a generar colectividad en el ámbito de las artes visuales en la ciudad.

Una vez definidos estos criterios, es fundamental determinar aquellos recursos que ayudarán a que sean cumplidos. El origen de estos recursos se fundamenta en que tienen relación con el fenómeno urbano y además se pueden encontrar en los resultados del análisis, por lo tanto, son parte de las condiciones que ya existen en la ciudad.

4.2 Recursos para la creación de un circuito territorial de espacios de exhibición que promueva la integración de la ciudad

Se han detectado en el análisis desarrollado recursos útiles a la hora de pensar un proyecto que tenga como objetivo integrarse a la ciudad y que sea capaz de agruparla bajo una misma idea, en este caso desde la exhibición de artes visuales. El primer recurso es el transporte urbano, como plataforma territorial que comunica la ciudad actual, teniendo en cuenta su condición policéntrica y multinodal. El segundo recurso es la vitrina, como recurso de visibilización y comunicación con el ciudadano.

Ambos recursos existen en Santiago no solamente en los casos de análisis, sino también de manera más extendida a partir de varias iniciativas. Resulta interesante tomarlas como referencia para demostrar la versatilidad que ellos poseen en la gestión de proyectos vinculados a la imagen ciudad.

4.2.1 El transporte público como plataforma para el desarrollo de un proyecto que integre la ciudad

Teniendo en cuenta las posibilidades de expresión del arte y su capacidad para involucrarse con los imaginarios urbanos, se podría agrupar la ciudad bajo una misma idea en torno a la gestión de la exhibición del arte. Surge entonces la necesidad de examinar dónde, en el territorio urbano, puede ser entendida la ciudad como un todo; dónde existe un circuito que

la contenga y que sea posible de intervenir con un proyecto dedicado a la exhibición de artes visuales.

Para esto se tomará como referencia el artículo de François Ascher “Ciudades con velocidad y movilidad múltiples: un desafío para los arquitectos, urbanistas y políticos” (2005), donde el autor explora su concepto “metápolis”, desarrollado en su obra homónima de 1995. Ascher propone un modelo para el desarrollo de la “macrociudad”, una condición inevitable a partir del crecimiento de la posmetrópolis contemporánea (Soja 2000), en donde la movilización es indispensable tanto desde el punto de vista social como desde el económico. En este fenómeno convergen el transporte y las comunicaciones como factores determinantes para habitar un territorio urbano que progresivamente incrementará su condición multinodal y policéntrica; características que también han sido utilizadas para describir la ciudad de Santiago.

Dentro de esta dinámica urbana, los sistemas de transporte vendrían a ser la posibilidad de comunicarse con los servicios que brinda la ciudad, lo cual se puede interpretar como una manera posible de unificar el territorio. Según Ascher, si bien esta megaciudad tenderá a expandirse, no se trata simplemente de construir más, sino de unificar lo construido mediante una permanente e intensiva actividad de comunicar los espacios ya consolidados con las nuevas zonas de expansión. Desde esta perspectiva se puede dilucidar que, en el sistema de transporte, podemos encontrar una posibilidad inigualable de unificación de la ciudad.

Precisamente, en Santiago existe una creciente tendencia en la ciudadanía por demandar una mayor y mejor interconexión del territorio, como por ejemplo la creación de ciclovías intercomunales, propuesta que sintetiza el deseo de conectividad con el de la sustentabilidad medioambiental.

Sin lugar a dudas, y a gran diferencia de lo que en los últimos años ha representado el proyecto Transantiago, el metro constituye aún uno de los sistemas de transporte más representativos y mejor evaluados por la ciudadanía. Este medio de movilidad, que es en sí

un mapa de la ciudad, constituye una suerte de síntesis territorial con una marcada presencia, no solo desde el punto de vista de la conectividad, sino también a nivel local por el importante reconocimiento que poseen sus estaciones. Es por ello que se ha elegido como uno de los emblemas de movilidad en la ciudad, ya que simplifica el territorio y lo hace más accesible.

Con esta reflexión se plantea la posibilidad de un sistema de transporte de alcance metropolitano, plataforma de despliegue de una estrategia para la agrupación de los espacios de exhibición para las artes visuales en la ciudad, que contribuya a la construcción de imaginarios urbanos; es decir, un recurso útil desde el cual se pueda imaginar a la ciudad desde una amplia diversidad de perspectivas.

Ahora bien, para el caso de Santiago, debemos considerar la existencia, también desde la lógica de la movilidad, de distintas iniciativas de intento por generar una imagen ciudad a partir de pequeños circuitos territoriales y/o instancias. Estas pueden convertirse en importantes referencias a considerar al momento de pensar un proyecto que aúne territorialmente la ciudad de Santiago desde las artes visuales.

4.2.2 El sistema de transporte en la industria del turismo

El sistema de transporte y las rutas como circuito territorial son recursos que habitualmente se consideran primordiales en la consolidación de la industria turística, en tanto integrantes de su infraestructura. En efecto, en Chile, particularmente la *Estrategia Nacional de Turismo 2012-2020*, ha definido entre sus planteamientos la importancia de las rutas, el transporte y la señalización para el desarrollo turístico. Entre las diez rutas establecidas se encuentra la de la capital con provecho de su potencial urbano.

La lógica de mercado, bajo la cual opera el turismo, es parte del marketing urbano no solamente en las prácticas privadas sino también en las políticas públicas. En primera instancia se evidencia la construcción del destino turístico como alternativa, posicionando la ciudad con ciertas características deseables tanto a nivel internacional como nacional y, en segundo lugar, en la dinámica de construir un circuito territorial determinado y bajo

parámetros de comodidad que reiteren la imagen promovida comercialmente con anterioridad. Tal cual se encuentra declarado como uno de los ejes estratégicos de la política de desarrollo del turismo antes mencionada, la infraestructura de transporte es una de las variables indispensables en el impacto de esta industria, con una inmejorable capacidad de aumentar su competitividad.

Por cierto, dentro de esta industria el sistema de transporte es un recurso habitual en la ejecución de modelos para la integración-imagen de la ciudad. En el caso particular del turismo urbano que promueve la imagen de la ciudad, el servicio ofrece la creación de una idea atractiva, segura y cómoda, aunque al mismo tiempo capaz de aunarla bajo una misma globalidad que el turista sea capaz de obtener como experiencia. Para tales efectos, es necesaria una infraestructura turística dentro de la cual podemos destacar el uso de los denominados *citytour*, los que mapean la ciudad a partir de hitos patrimoniales representativos de la historia y la cultura, y son determinantes para construir esta imagen previamente definida. Bajo esta lógica, el transporte y las rutas juegan un papel fundamental para conectar estos hitos urbanos y la infraestructura hotelera, favoreciendo el bienestar en la acumulación de la experiencia construida en relación a la ciudad.

Si bien este modelo es tradicional, existen nuevas tendencias en el turismo actual que corresponden a otras formas de relacionarse con el espacio urbano. De una manera más independiente a esta infraestructura, encontramos lo que Dennis Judd (2003) denomina postturistas:

A diferencia de los turistas corrientes, los post-turistas no desean fijar la mirada en los sitios turísticos sancionados oficialmente, en parte porque ellos ya han sobrellevado un continuo aluvión de objetos e imágenes turísticas proyectadas por la televisión, el cine, las revistas y otros medios de comunicación (59).

Por el contrario, este nuevo tipo de turismo está más enfocado en la búsqueda de los imaginarios que solamente se encuentran en la convivencia urbana, aun cuando la percepción del turista siempre será encausada por un sistema de publicidad que define previamente la imagen de la ciudad antes de llegar al destino.

Este nuevo tipo de turismo no utiliza la infraestructura turística oficial, pero sí necesariamente hace uso del transporte y las rutas públicas para localizar y visitar los lugares de interés. Bajo esta lógica, Metro constituye un medio inmejorable por su claridad de emplazamiento, ya que sintetiza el sistema de transporte urbano, siendo al mismo tiempo capaz de simplificar el mapa de la ciudad al ser un espacio urbano habitado, tanto física como simbólicamente. En definitiva, se podría afirmar que en su contención del espacio urbano, se convierte en una microciudad que resume y proyecta sus acontecimientos y su territorio.

4.2.2.1 Proyecto circuito cultural de Transantiago

Transantiago tiene un proyecto de circuito cultural que usa un modelo similar al de la industria del turismo, en cuanto a la utilización del transporte y la creación de *citytour*, pero con fines sociales. Es una iniciativa en conjunto entre el Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones y el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, que buscan “incentivar a los habitantes de Santiago a conocer y visitar atractivos de la ciudad que en muchas ocasiones pasan desapercibidos, pese a su gran valor histórico y cultural” (Circuito Cultural Transantiago 2015). Se trata de un recorrido especial de buses que funciona los días domingo y festivos entre las 10:00 y 18:30 horas, y que cuenta con 18 paradas en puntos de interés histórico y patrimonial de las comunas de Santiago Centro y Quinta Normal. El servicio, aunque no es gratuito, tiene el costo de un solo pasaje, ya que se entrega una pulsera distintiva para su uso en reiteradas ocasiones durante el día, muy similar al modelo usado por el turismo tradicional.

A pesar de que el proyecto se rige por instituciones gubernamentales y tiene un carácter capitalino, se circunscribe solamente a dos comunas, respondiendo a la característica de fragmentación que ha sido descrita en capítulos anteriores. Sin embargo, es interesante rescatar la idea del uso del transporte como un recurso frecuente en proyectos que proponen comunicar la ciudad desde perspectivas visuales relacionadas a la elaboración de una imagen que la agrupe, en este caso, la historia y el patrimonio.

4.2.1.2 El modelo del Metro de Santiago como síntesis de un circuito territorial y visual en la ciudad de Santiago

El Metro de Santiago es el medio de transporte más utilizado por los ciudadanos, el cual traslada a 2,2 millones de personas diariamente. Además, es uno de los circuitos contenidos por la ciudad de Santiago que logra conectar los múltiples centros que la componen, constituyendo, por sí mismo, un verdadero mapa de la ciudad. Su funcionamiento y señalética es transversal a cualquier metro del mundo, desde los primeros de Londres, Nueva York, Chicago, Budapest, y París, hasta los metros más contemporáneos.

Esto significa que el metro en cualquier ciudad, por tanto también en la ciudad de Santiago de Chile, hace una síntesis del territorio, entrega a las personas que circulan por él una orientación territorial sin tener que contar necesariamente con demasiados conocimientos previos del territorio donde se encuentran. Por lo mismo, es un espacio que ha sido escenario de varios proyectos culturales, por ser considerado de gran significación territorial y ciudadana.

El Metro de Santiago cuenta con una corporación cultural –MetroArte– desde el año 2000, la cual tiene por objetivo “fomentar el arte y la cultura en las distintas instalaciones de metro y sus entornos” (Corporación MetroArte 2015), para lo cual desarrolla una serie de actividades. Como antecedente a su constitución corporativa, en 1992 surgió MetroArte como un proyecto para llevar a cabo instalaciones artísticas de connotados artistas, tanto nacionales como internacionales. Ya en el año 2000 se convirtió en corporación para poder recibir donaciones a través de la Ley de Donaciones Culturales, lo que le ha permitido ampliar su gama de actividades. Hoy cuenta con una colección de treinta obras dispuestas en distintas estaciones de metro, entre ellas obras de Roberto Matta y Guillermo Muñoz Vera. Esta iniciativa invita a salir de los espacios convencionales al arte para incorporarlo en las dinámicas de la ciudad, y así llegar al ciudadano común y corriente que hace uso de este medio de transporte.

Otro proyecto de semejante índole desarrollado por MetroArte en alianza con Minera Escondida y la Editorial Plagio, es el que convoca a los habitantes de algunas ciudades de

Chile a narrar la urbe en la que habitan a partir de un cuento en 100 palabras. Estos son: “Antofagasta en 100 palabras”, “Iquique en 100 palabras”, “Valparaíso en 100 palabras” y “Santiago en 100 palabras”. Dada su especial característica de invitar a los ciudadanos a imaginar la urbe y compartirla por medio de la literatura, quisiéramos colocar un poco más de énfasis en esta iniciativa.

“Santiago en 100 palabras” se lleva a cabo anualmente desde el año 2001, e invita a participar a persona residentes en Chile, así como chilenos residentes en el extranjero a elaborar un breve relato con un máximo de 100 palabras, con el tema de la ciudad de Santiago como eje central. Esta iniciativa que se ha vuelto muy popular: en su última edición recibió un total de 50.000 microrelatos. De todos los recibidos se seleccionan 100 cuentos, que son promocionados a través de dos canales: una publicación que se distribuye de manera gratuita y la exhibición de algunos relatos en los paneles-vitrinas que se encuentran en las estaciones de metro.

En el sitio web oficial del proyecto se declara como objetivo general el “incentivar la creación literaria a través de la reflexión sobre nuestra ciudad, el significado de vivir en grandes metrópolis y las historias que, día a día, se entrecruzan entre quienes viven en Santiago” (Santiago en 100 palabras). En otras palabras, se trata precisamente de construir una imagen de la ciudad de Santiago desde los ciudadanos por medio de la literatura. Además, en las últimas tres ediciones se ha sumado también la iniciativa de invitar al ciudadano a ilustrar los 100 relatos, incorporando la visualidad al proyecto como otra manera de imaginar Santiago.

En el artículo “Ciudad v/s Naturaleza en el imaginario santiaguino” de Ricardo Greene (2009), que forma parte de la compilación *SCL. Espacios, prácticas y cultura urbana*, el autor logra identificar cuatro conceptos bajo los cuales se puede clasificar Santiago según los relatos escritos por sus habitantes. Estos son: (1) la naturaleza inmaculada y la ciudad corrupta –la nostalgia y la corrupción como fuentes de inspiración para varios relatos–; el desierto urbano –la contaminación–, progreso y modernidad –como culpables–; y el valor de la ciudad por sus ciudadanos –siete de cada diez lugares mejores evaluados de la ciudad

son sitios naturales, ríos, plazas, etc—. Estas características deberían ser tomadas en cuenta por los especialistas como insumo para construir proyectos en base a la ciudad. La exploración hecha por Greene (2009) concluye que

Santiago es percibido por sus habitantes como un desierto cementado y violento que aniquila y transpone todo aquello que hace del mundo un lugar sublime. Condenado a habitar esta tierra inhóspita y con la esperanza de “hacer comfortable lo inhóspito, y doméstico lo salvaje” (Mizrahi, 2005). El santiaguino termina acudiendo a plazas y parques, calles barrios y almacenes; lugares de pequeña escala donde pueden conectarse con aquellas cosas que constituyen los ladrillos esenciales de cualquier territorio al que quiera llamarse *hogar* (2009, 150).

El proyecto de “Santiago en 100 palabras” insta los imaginarios urbanos como un fenómeno que está definiendo la urbe actual, pensada desde sus habitantes, especialmente como resistencia a la construcción de la imagen-ciudad establecida a partir de estrategias de mercado, con cánones competitivos para el posicionamiento en *rankings* internacionales.

Esta iniciativa hace pensar que los imaginarios urbanos deben ser tomados en cuenta tanto en la planificación y administración de la ciudad, como en la obtención y proyección de su imagen. Dado que el arte ha sido una herramienta fundamental en la capacidad expresiva del sujeto, vale destacar el potencial de proyectos que involucran la literatura y otras manifestaciones de carácter visual, así como la capacidad de plataformas como la de Metro para activar espacios públicos que hagan repensar la ciudad que habitamos.

4.2.3 La vitrina como recurso de visibilización

El segundo recurso que se tomará en cuenta es la vitrina. Siendo actualmente una de las modalidades en boga del arte contemporáneo, se ha vuelto común encontrar este concepto proveniente de la publicidad tradicional, precisamente para referirse a plataformas de promoción del arte contemporáneo, como lo son también las bienales y las ferias. Sin embargo, desde hace varios años está instaurada la idea de vitrina como objeto contenedor de visibilidad urbana, respondiendo a necesidades del arte que desbordan el cubo blanco, en cuanto al encapsulamiento de sus instituciones y sus públicos. Este es el caso de Galería Temporal, donde la vitrina no es una extensión a ningún otro espacio, sino es el espacio en sí. Por otro lado, y considerando el análisis realizado anteriormente, se tomó en cuenta la

importancia de la vitrina tanto en el discurso desde la institución, como en el discurso de los ciudadanos, donde las vitrinas de Bibliometro se reconocen como un “recurso potente” a la hora de hacer visible lo que se quiere que el transeúnte vea.

Se puede decir que la vitrina comercial ha sido adoptada para captar más públicos que los que entran a los museos, salas de arte y centros culturales –en el caso de las artes visuales–, o a las bibliotecas –en el caso de la literatura–, siguiendo la misma lógica de la publicidad, pero con fines más amplios que el comercial. Por este motivo, varias instituciones y proyectos en Santiago han comenzado a utilizar este método, como Galería Temporal y Bibliometro.

4.2.2.1 Uso del recurso vitrina en los espacios de exhibición en Santiago de Chile

Los espacios de arte que hacen uso de la vitrina como mecanismo de exhibición en Santiago se pueden clasificar en dos tipos: herramienta promocional y herramienta para la reflexión en torno al arte y su infraestructura de cara al espacio urbano.

Los espacios de exhibición en que la vitrina se usa promocionalmente vendrían a ser la Galería Gabriela Mistral, por ejemplo, que está ubicada en uno de los ejes principales y centrales de la ciudad, a una cuadra del Palacio Presidencial, lugar de alto tránsito de habitantes y turistas. Funciona como un espacio tradicional de exhibición con una ventana de vidrio a la calle. Similar es la propuesta de Sala Gasco, la cual cuenta con dos salas que están diseñadas para que, en sí, el espacio sea una gran vitrina de cara a la calle, pudiendo observar desde afuera la totalidad de la muestra durante el tránsito por su fachada.

Por otra parte se encuentran los espacios en que la vitrina se usa para cuestionar la infraestructura del arte en el espacio urbano, que resultan más interesantes para esta investigación. Son fenómenos más recientes, que surgen en respuesta a las deficiencias, contradicciones o decaimiento de las instituciones que dominan la escena en la ciudad, como nos comentó en la entrevista los gestores de Galería Temporal, se trata de espacios

cuyo principal objetivo es instaurar nuevas posibilidades territoriales y conceptuales, siendo el espacio urbano una de las preocupaciones más presentes.

Entre los casos más representativos de la ciudad, se encuentra Galería Tajamar, fundada en el 2011, emplazada en un espacio comercial cuya principal cualidad arquitectónica es la transparencia de todos sus muros, los cuales son vidrios sostenidos por una estructura metálica. Esta condición ha generado una importante reflexión, no solo en torno a la promoción del arte y su acercamiento al sujeto urbano, sino también al carácter tridimensional de la obra de arte, la cual puede ser observada desde 360° alrededor del espacio, condición que bosqueja la línea curatorial del espacio. Según dice en su sitio web:

el proyecto “se plantea como un espacio accesible a todos. Su transparencia, arquitectura y emplazamiento, permiten que las obras exhibidas dialoguen con el espectador a partir de la lógica del espacio público. Son obras planeadas con la intención específica de dialogar con su entorno urbano, interactúan con el transeúnte, los vecinos y el público que visita la Galería” (Portal Galería Tajamar).

Otro proyecto de semejante índole que se desarrolla en Santiago es el de Galería Temporal, analizada como caso de estudio anteriormente. Además de utilizar vitrinas comerciales como espacios de exhibición para las artes visuales, propone las nociones de circuito y desplazamiento como ejes curatoriales, específicamente Circuito Temporal y Desplazamiento Temporal. El circuito considera la utilización de varias vitrinas emplazadas en distintas galerías comerciales en el Centro de Santiago, lo que tiene una doble connotación. Primero acercar el arte al público urbano y, segundo, atraer la atención respecto al carácter patrimonial de las galerías comerciales de Santiago Centro, tanto desde el punto de vista material como simbólico. Coherente con esto, el desplazamiento considera las posibilidades del arte que surgen de la interacción con agentes y territorios ajenos a este campo, “de esta manera el ‘desplazamiento’ constituye una manera de recuperar para el arte contemporáneo el patrimonio conceptual, simbólico y material de conceptos, procedimientos y disciplinas artísticas tradicionales” (Portal Galería Tajamar), frase que se extrajo del sitio web. Se puede definir que este proyecto tiene mayor relevancia en la ciudad debido a sus posibilidades de integración y expansión en la ciudad, criterio que fue primordial en su selección como caso de estudio para esta investigación.

Por lo visto, estamos ante una ciudad donde podemos encontrar recursos disponibles para el desarrollo de un proyecto integrador, que pueda enfrentar críticamente su fragmentación y potencie una imagen en base sus condiciones existentes. Por un lado, las vitrinas y su capacidad de visibilización, y por otro, el sistema de transporte como plataforma con capacidad de expansión urbana.

4.3 Propuesta conceptual de desplazamiento de los espacios de exhibición de las artes visuales en Santiago a espacios-vitrinas emplazados en el metro de la ciudad

Para idear un proyecto que agrupe la ciudad desde las artes visuales es imprescindible la cohesión de los espacios dedicados a su circulación en la ciudad, y no solamente el eventual emplazamiento de objetos artísticos en el espacio urbano. Desde una óptica tradicional, los espacios físicos contenedores del acontecimiento de las artes visuales en la ciudad pueden disponerse de manera específica, como pueden ser los *mall* y los parques, es decir, espacios definidos donde se concentran determinados servicios. Sin embargo, en el debate y producción contemporánea de las artes visuales podemos encontrar cada vez más conciencia en torno a la crisis del arte respecto a la utilidad pública, como consecuencia de ser un campo endógeno en cuanto a sus prácticas. Por lo tanto, es necesario desbordar estos espacios para lograr contribuir o incidir en el aspecto social.

Los recursos transporte y vitrina son ya una tendencia en proyectos que tienen como objetivo generar cercanía entre la ciudad y su imagen, basada en imaginarios urbanos, ya sea desde una perspectiva turística en cuanto a su acontecer y la relación con sus habitantes e imaginarios, o desde algunas manifestaciones artísticas, como son la literatura y las artes visuales, tomando en cuenta su baja capacidad de convocatoria masiva. Todo ello ha sido producto de la búsqueda por ampliar los horizontes de quienes trabajan en torno a estos ámbitos, desde el desarrollo profesional o desde un mayor reconocimiento social de sus actividades.

Dentro del modelo de transporte se ha definido el metro como una síntesis de la ciudad dada su condición de circuito territorial. Es un espacio importante para la construcción

imaginaria de la vida citadina, además de ser uno de los medios de transporte más utilizados. En definitiva, constituye un símbolo urbano característico y representa un mapa simplificado de la compleja metrópolis y su progresiva expansión territorial.

Los proyectos que se desarrollan en el Metro de Santiago son antecedentes que ponen de manifiesto la dualidad ciudad fragmentada-ciudad contenida de los imaginarios urbanos. Justamente buscan enfrentar problemáticas propias que surgen en la sociedad contemporánea, como es el caso de la crisis de la lectura y el espacio para la literatura en la ciudad. De igual manera es posible proyectar este espacio como posible contenedor del circuito territorial de las salas de artes visuales en la ciudad, puesto que la propia complejidad y fragmentación del espacio urbano los ha convertido aún más en lugares endógenos y aislados.

Por otro lado, el modelo de vitrina se ha convertido en una constante que se ha vuelto popular entre los interesados por explorar la ciudad, ya no solamente como una temática, sino también como un espacio al que hay que acercarse para buscar nuevas posibilidades y nuevos públicos, involucrando nuevas infraestructuras para el arte. Esto conduce a ampliar las posibilidades profesionales para el campo de las artes visuales, al aprovechar las oportunidades que ya existen en la ciudad, más que el espacio público, la infraestructura de los espacios que son capaces de acoger su promoción.

Teniendo en cuenta estos antecedentes, es posible pensar una solución al aislamiento en la ciudad de los espacios de exhibición de las artes visuales, que también han padecido la fragmentación urbana mediante la aplicación de aquellos modelos desde los cuales se puede crear un circuito territorial. En este caso específico, Metro puede servir de nicho para desplegar un circuito de espacios de artes visuales, al tiempo que la vitrina puede servir como recurso de visibilidad, ya sea desde una perspectiva material o desde un desplazamiento conceptual, de las artes visuales de cara al espacio urbano.

La propuesta conceptual de la presente investigación es desplazar hacia vitrinas ubicadas en el metro proyectos artísticos que desborden lo que acontece al interior de los espacios de

exhibición de la ciudad de Santiago. Tenemos como referencia la temática utilizada por Galería Temporal y “Santiago en 100 palabras”, cuando se considera que ambos trabajan bajo criterios curatoriales acotados y que tienen como eje central la ciudad, haciendo énfasis en el diálogo que se puede establecer entre el entorno y las obras, y al tomar en cuenta el contexto donde son emplazadas. De esta manera se intenta una cercanía entre el espectador ciudadano y las posibles lecturas sobre la cotidianidad de la vida metropolitana, esta vez, desde las artes visuales.

Las vitrinas deben abarcar tantas sedes y estaciones de metro como sea posible, este sistema permitiría que en el propio programa de infraestructura cultural del metro quede instaurado un circuito territorial de estos espacios de exhibición en un contexto de carácter metropolitano, y que considere el cumplimiento de los criterios antes definidos como primordiales para el buen desarrollo y la continuidad del proyecto.

De esta manera se propone instalar el discurso de los imaginarios desde las artes visuales. Es decir, cómo se puede incidir en la imagen de una ciudad desde sus imaginarios proyectados en el quehacer de las artes visuales, solución no solo a la fragmentación de la ciudad y de estos espacios, sino también de integración de las artes visuales como un fenómeno social.

4.4 Conclusiones del capítulo

A partir de la elaboración y posterior aplicación del dispositivo de análisis que permitió observar el comportamiento territorial de los cuatro casos de estudio seleccionados entre los espacios de exhibición de artes visuales en Santiago, se pudo demostrar la falta de una gestión que promueva la integración de estos espacios a nivel urbano. Esto quiere decir, la imposibilidad de contener o comprender el acontecimiento de las artes visuales a escala metropolitana.

Sin embargo, a partir del análisis realizado aparecieron criterios dispersos entre los casos de estudio que convergen en ser efectivos a la hora de intentar una gestión que integre y coordine las iniciativas a escala metropolitana. Además, se han identificado dos recursos

disponibles en la ciudad donde podrían ser aplicados estos criterios y desde donde hemos establecido la propuesta de esta investigación. El primero, es el sistema de transporte como plataforma territorial que permite abarcar e integrar la ciudad; el segundo, es el uso de vitrinas como soporte de visibilización y vinculación con el ciudadano. Ambos están presentes en iniciativas que ya existen en Santiago y que se vinculan a la creación de una imagen ciudad.

Es importante describir aquí como la propuesta de esta tesis intenta cumplir con cada uno de los criterios encontrados, a partir del análisis de casos, como una posibilidad de integración urbana:

1) El proyecto debe contar con un financiamiento estable, cuya administración puede ser de carácter público, privado o mixto. Debe ser un proyecto con hegemonía urbana y debe contar con el respaldo de instituciones de la ciudad, ya sean culturales, urbanas, etc. Además debe ser gratuito y emplazado en el espacio público.

Este criterio se cumple en la propuesta al ser una alianza con Metro, tomando como referencia el trabajo de Bibliometro, caso de estudio que en el análisis se identificó como un proyecto estable. Para alcanzar ser un proyecto hegemónico a nivel urbano, además de Metro como plataforma, sería importante el apoyo de instituciones culturales, por ejemplo, del Consejo de la Cultura y las Artes, coordinación que corresponde a una fase superior del proyecto que supera el alcance de esta investigación.

El emplazamiento de la propuesta son vitrinas distribuidas en las estaciones de Metro, consideradas espacio público y de acceso ciudadano. Si bien el Metro es un servicio que se paga, es de uso masivo. Las vitrinas podrían estar emplazadas en los entornos anteriores al paso donde se cancela el importe por el uso del transporte, de manera que se pueda acceder de forma gratuita. Esta lógica de emplazamiento fue identificada en Bibliometro, pero en el caso específico de este proyecto es muy necesario ubicarse anterior al importe del Metro porque ellos brindan un servicio de préstamo de libros. Por lo tanto las personas no podrían estar condicionadas al pago del metro para retirar o devolver los libros. En el caso de las

artes visuales podría funcionar también, por ejemplo, con la localización de las vitrinas en el andén, similar a la iniciativa de “Santiago en 100 palabras”.

2) El proyecto debe ser emplazado en un lugar adecuado para el cumplimiento de sus objetivos. Es decir, si es un proyecto que se propone integrar la ciudad mediante las artes visuales, el lugar utilizado como plataforma para su desarrollo debe ser de acceso ciudadano y que territorialmente abarque e involucre en su mayor parte a Santiago.

Este criterio se cumple en la propuesta teniendo en cuenta que, como bien se explicó en este capítulo, se seleccionó el metro como plataforma para el despliegue de este proyecto teniendo en cuenta su capacidad de síntesis territorial de la ciudad y por lo tanto, su posibilidad de ser abarcada y contenida.

3) Teniendo en cuenta el tipo de proyecto, es necesario hacer uso de las dinámicas de la ciudad para el buen desarrollo del mismo. Es decir, estar y actuar según las condiciones actuales que existen en la ciudad y no desconocerlas.

Este criterio se cumple en la propuesta ya que al hacer uso del espacio público y del sistema de transporte más utilizado en la ciudad, se acerca el arte a la cotidianidad del ciudadano. Tomando como referencia la labor de los casos Galería Temporal y Bibliometro descritos en el análisis del capítulo 3.

4) Tener capacidad de crecimiento y expansión en el territorio urbano. De esta manera se abarcará más ciudad, pudiéndose contener y agrupar bajo una misma idea.

Este criterio se cumple en la propuesta ya que la plataforma que brinda Metro a partir de la ubicación de las vitrinas en las estaciones, permite un crecimiento relacionado a la cantidad de estaciones distribuidas en la ciudad. En este criterio también se toma como referencia el caso de Bibliometro y su capacidad de crecimiento y expansión en el territorio urbano a partir del uso de estaciones de Metro.

5) La relación con el público objetivo debe ser directa, mediante el uso de mediadores culturales que generen relaciones humanas con los espectadores.

Este criterio surge del análisis como una práctica efectiva en la comunicación con los usuarios, tanto en el caso de Bibliometro como en Galería Temporal. Sin embargo, debe ser resuelto en fases más avanzadas del proyecto que involucren la coordinación e implementación del mismo, aspectos que quedan fuera del alcance de esta investigación. La propuesta descrita en este capítulo tiene el siguiente alcance: buenas prácticas en la gestión a partir del análisis y dos recursos que existen en Santiago que podrían resultar útiles para desarrollar un proyecto que integre la exhibición de artes visuales a nivel urbano.

6) Realizar alianzas que estén enfocadas a generar colectividad en el ámbito de las artes visuales en la ciudad.

Este criterio surge de un vacío que fue identificado en la gestión de los casos estudiados. Sin embargo, al igual que el criterio anterior para describir cómo se debe afrontar esta necesidad el proyecto debe pasar a una fase de desarrollo que escape los alcances de esta investigación. Sin embargo, es preciso que su dinámica de trabajo apunte a lo colectivo, no solo desde el uso del espacio público y las dinámicas urbanas, sino también como forma de trabajo que involucre una cantidad importante de actores del campo del arte en la ciudad, por ejemplo, en la definición de la línea curatorial y los contenidos que serán exhibidos.

En resumen, para consolidar un sistema en red de exhibición de artes visuales, que sea capaz de unificar las múltiples visualidades que operan en la ciudad, se pueden rescatar los criterios o buenas prácticas de los casos de estudio y aunarlos en una propuesta, que eventualmente podría utilizar los recursos del sistema de transporte urbano y la vitrina para su desarrollo. Una coordinación que fuese principalmente a nivel territorial y que permitiría proyectar un gran mapa urbano de las artes visuales en Santiago, alentando a una mejor disposición para un relato visual coherente a escala de ciudad.

Aunque esta propuesta se plantea como una coordinación a nivel ciudad, debe ser planteada bajo criterios curatoriales independientes a lo que acontece en cada uno de los espacios tradicionales para las artes visuales que ya existen en Santiago. Ya que de lo contrario podría derivar en extensiones promocionales del acontecer en museos y galerías de arte, desviándose hacia una útil herramienta de marketing. Hay que tener en cuenta que esta propuesta surge como una posibilidad ante la condición de aislamiento que tienen estos espacios actualmente a nivel ciudad, debido a la condición urbana en que están insertos y la gestión que se desarrolla hacia ese contexto. Los esfuerzos de esta investigación están centrados en promover la gestión del arte hacia lo ciudadano, lo colectivo y lo público. Que además provea posibilidades y preocupaciones para el ejercicio artístico y también para la gestión cultural. Es por esto que debiese tener independencia curatorial y además una tendencia a problematizar fenómenos en relación a lo urbano. Es decir, debe ser una iniciativa con una orientación enfocada a enfrentar la fragmentación de la ciudad, desde la problematización de esta por medio de las artes visuales, resaltando las posibilidades que el arte ofrece en la representación y promoción de los imaginarios urbanos.

CONCLUSIONES

La hipótesis de esta investigación plantea que los espacios de exhibición de artes visuales en Santiago de Chile necesitan integrarse a la ciudad con estrategias que enfrenten su fragmentación, considerando que es uno de los principales problemas de la metrópolis contemporánea y que tiene como una de sus consecuencias el aislamiento, en este caso del sector de las artes visuales. Ante eso se puede afirmar que el modelo de análisis propuesto en esta tesis, es una base para un sistema de exhibición en red que estaría en mejores condiciones para “unificar” las distintas visualidades que operan en la ciudad de manera coordinada. Una coordinación que sería principalmente espacial y territorial y que alentaría a una mejor disposición para un relato visual coherente de carácter metropolitano, del mismo modo que la incrustación de los pequeños cuentos de Santiago en 100 palabras en todas las estaciones de metro colaboran en la conformación de un relato global de la ciudad.

Del análisis realizado surge la propuesta de considerar algunos criterios que podrían estimular dicha coordinación a escala metropolitana. El primero de ellos se refiere a la necesidad de un financiamiento estable que asegure su durabilidad y hegemonía a nivel urbano. Si por una parte es la dimensión reflexiva de la gestión cultural la que evalúa, delimita y otorga categoría a un proyecto, también debemos referirnos a las condiciones materiales que permitirían su realización, por tanto es crucial que un proyecto cuente con un financiamiento estable y duradero, ya que de este depende la hegemonía o precariedad del mismo. Por ejemplo, Galería Temporal, pese a cumplir con las condiciones de una buena gestión de integración urbana, es precario porque depende de si se adjudica o no los fondos concursables anuales. El MAC, en cambio cuenta con un financiamiento seguro y estable, aunque no cuantioso; mismo caso que Ch.ACO. Ambos casos son considerados hegemónicos del acontecer de las artes visuales en Santiago. Sin embargo las condiciones recién mencionadas no definen necesariamente la capacidad de crecimiento y expansión en el territorio urbano de cada proyecto, que correspondería a una gestión volcada a propiciar una integración de escala metropolitana. Este punto involucra otro criterio: expandirse en el territorio urbano, en el caso de Galería Temporal sin bien es precario y discontinuo, por lo que su expansión es inestable, sí ha logrado una cobertura territorial a escala urbana, mayor

a la del MAC y Ch.ACO, los que se encuentran del lado de la estabilidad económica. En ambos sentidos, económico y territorial, Bibliometro, es el caso más “completo”, pese a que no corresponde a un caso particular de las artes visuales, pero sí a un caso de estudio de esta tesis.

El éxito de la integración del arte a la ciudad, en el ámbito del acceso ciudadano y la relación directa con la audiencia, depende de qué tan adecuado sea el proyecto a su emplazamiento, o viceversa, lo que representa otros dos nuevos criterios de integración: hacer uso del espacio público como plataforma para su desarrollo y tener relación directa con el público. Vemos que Galería Temporal sale a la calle y su emplazamiento, que es siempre temporal, define los proyectos artísticos, siendo estos últimos los que salen al encuentro del ciudadano y no al revés. Bibliometro opera de igual forma, al ubicarse en los espacios casi más transitados de la ciudad: las estaciones de metro. A diferencia del MAC, que releva la arquitectura inamovible de sus edificios patrimoniales, o Ch.ACO que ha evaluado y seleccionado sus audiencias, y en base a eso, cambiado su localización según la evolución de sus propósitos.

El buen desarrollo de cada proyecto desde la gestión territorial depende, también, del uso que cada proyecto haga de las dinámicas de la ciudad, lo que vendría a ser otro criterio destacable. Donde se puede incluir otra de las inquietudes que plantea la propuesta de esta tesis: que la administración de las vitrinas-espacios sean espacios destinados a tematizar la ciudad como tal y no sean promocionales de los espacios de exhibición que los administren o se entreguen a concesión. Así es como el contexto exige una curatoría propia, independiente a la que rige, por ejemplo, al interior de un museo, u otros espacios de exhibición; la cual de no resguardarse, puede transformarse en una bandera propagandística de principios foráneos. Frente al peligro del aislamiento, producto de las condiciones actuales de la ciudad, quisiéramos recalcar lo significativo que fue para esta investigación el aporte de los imaginarios urbanos. Estos estudios contribuyen desde su disciplina sociocultural a la gestión territorial de las artes visuales proporcionándole un sustrato que le permita posicionarse como un dispositivo que moviliza y activa los imaginarios de la ciudad. Según lo anterior este vendría a ser el último desafío para la gestión cultural a

escala urbana: la construcción de un conjunto de relatos visuales situados, que en su conjunto ofrezcan un mapa de la ciudad, que problematice diversos fenómenos locales y que enfrenten, al mismo tiempo, su fragmentación. Esta construcción debe relevar, además, el potencial de representación, reflexión y promoción de nuestro territorio que entraña el arte. Para lograr tales objetivos es fundamental impulsar una gestión que apunte a generar colectividad, propuesta que corresponde al último criterio de esta investigación.

Para finalizar quisiéramos subrayar que la elaboración y posterior aplicación del dispositivo de análisis para la observación de los espacios de exhibición de artes visuales en Santiago, según su comportamiento territorial, nos permitió instalar un precedente de estudio en este tema, en cuanto requirió un levantamiento de información que condujo a una dimensión poco explorada: la reflexión de la relación entre gestión cultural y ciudad. Esta investigación nos llevó a pensar sobre la definición misma de gestión cultural, de su estatuto, la que si bien no se ha erguido aún como una disciplina, sí exige algunas condiciones para ser considerada como tal: que los proyectos y su correspondiente gestión sean pensados desde las condiciones y necesidades de su contexto y que las herramientas se pongan al servicio del mismo, ambas cuestionan la diferencia del desarrollo del arte y el incremento de la audiencia.

LISTA DE REFERENCIAS

Libros

- AMÉNDOLA, G. (2000). *La ciudad postmoderna: magia y miedo de la metrópolis contemporánea*. Madrid: Celeste ediciones.
- CANALES, M. (2006). *Metodologías de investigación social*. Santiago de Chile: Lom ediciones.
- DE MATTOS, C., Ducci, M., Rodríguez, A., y Yañez, G. (2004). *Santiago en la Globalización: ¿Una nueva ciudad?* Santiago de Chile: Ed. Sur y Libros Eure.
- GREENE, R. (2009). Ciudad v/s Naturaleza en el imaginario santiaguino. En M. Tironi y F. Pérez, *SCL Espacios, prácticas y cultura urbana*, pp. 138-151. Santiago: ARQ Escuela de Arquitectura Pontificia Universidad Católica de Chile
- OSSA, C. Y RICHARDS, N. (2004). *Santiago Imaginado*. Convenio Andrés Bello, Universidad Nacional De Colombia: Editorial Taurus.
- SILVA, A. (2006). *Imaginario urbanos*. Bogotá, Colombia: Arango editores LTDA, 5ta edición.
- SOJA, E. (2008). *Postmetrópolis. Estudios críticos sobre las ciudades y las regiones*. Madrid, España. De la edición: Traficantes de Sueños.

Textos en soporte electrónico

- ASCHER, F. (2005). Ciudades con velocidad y movilidad múltiples: un desafío para los arquitectos, urbanistas y políticos. *ARQ, Arquitectura de infraestructura / Infrastructure architecture*, 60, 11-19. Extraído el 13 de febrero de 2015 del sitio http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-69962005006000002.
- CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES, CNCA. (2014). *Mapeo de las industrias creativas en Chile*, Santiago de Chile: CNCA, 117-127. Extraído el 12 de febrero de 2015 del sitio http://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/01/mapeo_industrias_creativas.pdf.
- DE MATTOS, C. (1999). Santiago de Chile, globalización y expansión metropolitana: lo que existía sigue existiendo. *Revista Eure*, 25(76), 29-56. Extraído el 5 de febrero 2015 de:

- DEL BARRIO, S., LUQUE, T. Y RODRÍGUEZ, M. (2009). La modelización de la imagen de la ciudad desde la perspectiva de los líderes de opinión externos. *Revista Eure*, 35(196), 9-28. Extraído el 1 de octubre de 2015:
- FERRANDO, F. (s. f.). Santiago de Chile: antecedentes demográficos, expansión urbana y conflictos. *Revista Urbanismo*, s.n. Extraído el 31 de marzo de 2016 del sitio <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:CbZ22sftoOMJ:www.eure.cl/index.php/eure/article/view/1217/314+&cd=3&hl=es&ct=clnk&gl=cr>.
- JUDD, D. (2003). El turismo urbano y la geografía de la ciudad. *Revista Eure*, 29(87), 51-62. Extraído el 13 de febrero de 2015 del sitio <http://www.eure.cl/index.php/eure/article/view/1285>.
- LINDÓN, A. (2007a). Entrevista a Néstor García Canclini: ¿Qué son los imaginarios y cómo actúan en la ciudad? *Revista Eure*, 33(99), 89-99.
- LINDÓN, A. (2007b). Los imaginarios urbanos y el constructivismo geográfico: los hologramas espaciales. *Revista Eure*, 33(99), 31-46. Extraído el 20 de febrero 2015 del sitio:
- LÓPEZ-MORALES, E. (2013). Gentrificación en Chile: aportes conceptuales y evidencias para una discusión necesaria. *Revista de Geografía norte grande*, s.n., 31-33. Extraído el 31 de marzo de 2016 del sitio:
- MÁRQUEZ, F. (2007). Imaginarios urbanos en el gran Santiago: Huellas de una metamorfosis. *Revista Eure*, 33(99), 79-88. Extraído el 8 de agosto del 2014 del sitio <http://www.eure.cl/index.php/eure/article/view/1362>.
- MAS SERRA, E. (2009). Ciudad, identidad y rankings. *Revista Eure*, 35(106), 29-49. Extraído el 4 de febrero 2015 de:
- MÍGUEZ, OROSA Y PRECEDO. (2010). De la planificación estratégica al marketing urbano: hacia la ciudad inmaterial. *Revista Eure*, 36(108), 5-27. Extraído el 2 de septiembre del 2014 del sitio <http://www.eure.cl/index.php/eure/article/view/1401>
- MINISTERIO DE VIVIENDA Y URBANISMO, MINVU. (2014). *Política nacional de desarrollo urbano*, Santiago de Chile: autor, 55-69. Extraído el 03 de febrero de 2015 del sitio <http://politicaurbana.minvu.cl/wp-content/uploads/2014/10/L4-Politica-Nacional-Urbana.pdf>.

MUJICA, M. (s. f.). Entrevista a Armando Silva: Ser santiaguino o porteño es primero, un deseo. *Revista Bifurcaciones*, s.n.

Portales

BIBLIOMETRO. Recuperado el 2 de febrero de 2015 de:
<http://www.metrosantiago.cl/cultura/bibliometro>.

CIRCUITO CULTURAL TRANSANTIAGO. Recuperado el 2 de febrero de 2015 de:
<http://www.transantiago.cl/es/ciudad-y-cultura/circuito-cultural.html>.

CORPORACIÓN METROARTE. Recuperado el 2 de febrero de 2015 de:
<http://www.metrosantiago.cl/cultura>.

DIARIO *EL MERCURIO*. Recuperado el 31 marzo 2016 de:
<http://www.emol.com/noticias/economia/2015/03/16/708154/chile-es-el-quinto-pais-con-mas-centros-comerciales-en-america-latina.html>.

ESTACIÓN MAPOCHO. Recuperado 15 de junio 2016 de:
<http://www.estacionmapocho.cl/>.

ESTRATEGIA NACIONAL DE TURISMO 2012-2010. Recuperado el 15 de febrero de 2015 de:
http://portal.mma.gob.cl/wp-content/uploads/2014/10/1_Estrategia-Nacional-de-Turismo-2012-2020.pdf.

FERIA DE ARTE CONTEMPORÁNEO (Ch.ACO). Recuperado el 8 de octubre de 2015 de:
<http://www.feriach.aco.cl>.

GALERÍA TAJAMAR. Recuperado el 9 de enero de 2015 de:
<http://www.galeriatajamar.com/galeria.html>.

GALERÍA TEMPORAL. Recuperado el 9 de enero de 2015 de:
<http://www.galeriatemporal.com>.

IMAGINARIOS URBANOS. Recuperado el 5 de junio de 2014 de:
<http://www.imaginariosurbanos.net/index.php/es>.

INTENDENCIA METROPOLITANA DE SANTIAGO. Recuperado el 2 de febrero de 2015 de: <http://www.intendenciametropolitana.gov.cl>.

METRO SANTIAGO. Recuperado el 2 de febrero de 2015 de:
<http://www.metrosantiago.cl/ciudad>.

MUSEO DE ARTE CONTEMPORÁNEO DE CHILE, MAC. Recuperado el 8 de octubre de 2015 de:

<http://www.mac.uchile.cl>.

SANTIAGO EN 100 PALABRAS. Recuperado el 2 de febrero de 2015 de:
<http://www.santiagoen100palabras.cl/2015>.

WIKIPEDIA SANTIAGO DE CHILE. Recuperado el 31 marzo 2016 de:

https://es.wikipedia.org/wiki/Santiago_de_Chile.

Comunicaciones presenciales

Entrevistas:

CURA, Á Y CURA, F. (comunicación personal, 25 octubre de 2015).

MAYOL, A. (comunicación personal, 2 septiembre de 2015a, 1 hora de duración).

MAYOL, A. (comunicación personal, 5 octubre de 2015b, 2.5 hora de duración).

MAYOL, A. (comunicación personal, 1 noviembre de 2015c, 1 hora de duración).

SALAZAR, A. (comunicación personal, 23 octubre de 2015).

GUTIÉRREZ, C. (comunicación personal, 15 octubre de 2015).

FULTON, E. (comunicación personal, 5 enero de 2016).

BRUGNOLI, F. (comunicación personal, 2 noviembre de 2016).

BRICEÑO, J. (comunicación personal, 18 octubre de 2015).

CABIESES- VALDÉS, J. (comunicación personal, 7 noviembre de 2015).

NÚÑEZ, P. (comunicación personal, 7 octubre de 2015).

VOGEL, P. (comunicación personal, 10 enero de 2016).

GUENDELMAN, R. (comunicación personal, 15 octubre de 2015).

Grupo focal:

LÓPEZ, A., BEATRIZ, M. Y ARROYO, P. (comunicación personal, 20 octubre de 2015).

Correo electrónico:

SALAZAR, A. (correo electrónico, 07 de marzo de 2016).

Anexos

A. Pautas

A.1 Pauta de entrevista a gestores culturales con cargos estratégicos

1. ¿Qué características, cualidades y valor tiene el edificio que ocupan actualmente?
¿Por qué se instala aquí el proyecto?
 - a. ¿Qué importancia tiene para la ciudad esta edificación y cuál es la relación con la propuesta del museo/galería/feria?
2. ¿Cuál es la oferta cultural del museo/galería/feria?
 - a. ¿Qué es significativo, diferente o distintivo de esta oferta cultural?
3. ¿Cuál es el su público objetivo? ¿Cómo se vinculan con ellos?
 - a. ¿Qué mecanismo para levantar información del visitante tienen? ¿Cómo es incorporada al espacio, proyecto o iniciativa dicha información?
4. ¿Cuáles son los canales de difusión que utilizan?
 - a. ¿Cómo se utilizan? ¿Son suficientes? ¿Qué mejoras o inclusiones deberían hacerse?
5. ¿Trabajan con alianzas nacionales e internacionales (cuáles)?
 - a. ¿Cómo desarrollan el trabajo con dichas alianzas? ¿Son suficientes? ¿Qué mejoras o inclusiones deberían hacerse?
6. ¿Cuál es el rol que tiene esta institución a nivel de la ciudad?
7. ¿Participan o se relacionan (de qué manera) de algún acontecimiento eventual que se desarrolle en la ciudad como por ejemplo el día del patrimonio, feria Ch.ACO, u otro (cual)?
 - a. ¿Qué le parecen estas instancias? (respecto a: audiencia, organización, funcionamiento, representación de la ciudad)
8. ¿Qué valor agrega este espacio a la ciudad?
9. ¿Es representativo de la ciudad de Santiago?

A.2 Pauta de entrevista a artistas visuales que hayan expuestos en los espacios definidos

1. En general, cuando desarrollas un trabajo en un espacio de exhibición, ¿el lugar donde expones es relevante para tu obra?
2. Para este espacio en particular, ¿consideraste el lugar y su entorno? ¿De qué manera?
 - a. ¿La exposición u obra desarrollada en este espacio fue producida para este lugar en específico? ¿Cómo se refleja eso?
3. En el transcurso de tu exposición en este espacio, ¿cómo crees que se dio la relación entre el lugar y tu trabajo?
4. ¿Cómo puedes relacionar este espacio con experiencias que hayas tenido en otros lugares, con características similares, de la ciudad de Santiago?
5. ¿Por qué crees que hace uso de este edificio y emplazamiento? ¿Crees que tiene alguna importancia para la ciudad o para el proyecto en sí?
6. ¿Qué crees de la localización? (acceso, nivel socioeconómico, concurrencia, etc.)
7. ¿Qué pasa en el entorno de este lugar que te llame la atención? Anécdotas, experiencias.
8. ¿Qué expectativas tienes de este espacio? ¿Las cumple? ¿Por qué? ¿Qué podría mejorar?
9. ¿Qué valor agrega este espacio a la ciudad?

A.3 Pauta de entrevista a ciudadanos usuarios de Bibliometro

1. ¿Cómo comenzaron a usar Bibliometro? ¿Antes de ocuparlo hacían uso de algún espacio similar?
2. ¿Sacan recurrentemente libros de los puntos de Bibliometro? ¿Hacen uso de distintos puntos? ¿Cuáles, por ejemplo? ¿Por qué?
3. ¿Crees que sea un aporte el que Bibliometro se instale en distintas estaciones de metro? ¿Por qué? ¿Qué importancia tiene?
4. ¿Han intentado llevar que otras personas hagan uso del servicio? ¿Cómo?
5. ¿Conoces alguna iniciativa u espacio similar, no necesariamente de lectura, en la ciudad de Santiago? ¿Cuál?

6. ¿Qué expectativas tienes de este espacio? ¿Las cumple? ¿Por qué? ¿Qué podría mejorar?
7. ¿Qué valor agrega este espacio a la ciudad?

B. Entrevistas y grupo focal

A.1 Entrevistas a artistas

Artistas Galería Temporal	
Claudia Gutiérrez	Frases textuales
¿El lugar es relevante para la obra? (en general).	Sí, siempre es relevante. Hay que buscar espacios que trabajan la misma línea que uno, hay que ir ajustando y ver que espacios se acercan a lo que uno hace como obra. Si trabajo temas sociales, no iré a una galería que trabaje temas contemplativos.
¿Cómo se refleja específicamente en Galería Temporal (GT)?	<p>Me encanta ver cómo GT trabaja los espacios públicos.</p> <p>Uno no tiene la oportunidad a veces de mostrar al público en general, tan general.</p> <p>Al museo va la gente que le interesa ir al museo. Entonces, lo que pasa en las vitrinas de temporal es bonito porque la gente va caminando y de repente se da cuenta que hay algo súper raro en una vitrina, y se detiene a verlo.</p> <p>Me ha llamado la atención eso de poner un objeto que es cotidiano, como un cuchillo, en un ambiente que no es cotidiano para el arte, pero sí es cotidiano para el ser humano que vive en la ciudad.</p>
Relación entre el trabajo y el lugar.	<p>No sé si se alcanzó tanto una relación entre el lugar y el trabajo. Es un espacio público súper visitado, está en Santiago Centro, pero al mismo tiempo mi trabajo tiene que ver con aspectos de la ciudad que están escondidos.</p> <p>Desde el punto de vista que las vitrinas dentro de pasajes de Santiago, de las galerías, puede ser que también estén escondidas, eso genera una relación.</p>
Uso de importancia (en el caso de tener) del edificio.	<p>Ese tipo de galería comerciales solo están en Santiago, son una cosa muy típica de Santiago, de alguna manera esos lugares se han ido perdiendo, acabando. Hace muy poco demolieron uno para hacer un supermercado.</p> <p>Entonces, qué bueno que haya alguien preocupado de traer de nuevo a colación a esos lugares, de resignificarlos.</p>

<p>Localización (acceso, concurrencia, etc).</p>	<p>El público es muy diferente al del arte. De hecho antes se hacían recorridos, se juntaban una vez al mes a visitar las tres galerías junto con el artista. Entonces, iba el mundo del "arte" a esa situación. Había un desplazamiento físico.</p>
<p>Anécdotas y experiencias en el entorno.</p>	<p>Todos los días la obra convivía con la gente común y corriente que visitan las galerías, que pasa del trabajo, que va comer, que va al café con piernas y una vez al mes se juntaba todo este grupo a mirar la obra y la gente que iba pasando también se quedaba pegada, y había gente que se quedaba y volvía al mes siguiente a la otra visita.</p> <p>Otra anécdota es que los chiquillos arriendan las vitrinas, se las arriendan a los dueños del negocio, a los que se las arriendan, contestaban lo que la gente venía a preguntar, porque la gente le pregunta al tipo del negocio, como no hay nadie ahí, entonces el tipo del negocio también se desplaza de su rol y comienza a cumplir el rol del galerista, es decir, se transforma en galerista y tiene que contar más o menos de que trata.</p>
<p>Relación con otros lugares en la ciudad.</p>	<p>En Santiago ahora recién se está dando la oportunidad de poder trabajar desde otro lugar. Por ejemplo: Colectivo Móvil, tiene una galería que es móvil, que es un carro, que lo anduvieron trasladando por Santiago mucho tiempo, estuvo puesto en La Vega si mal no recuerdo; eran tres puntos en la ciudad y han expuesto en varias partes así. Bueno, cuando trabajé en un colectivo hicimos una intervención en el espacio en Mapocho. Buscamos espacios "no lugares" para el arte, para visibilizar, está bien que uno haga y le muestre a la gente que va al museo, pero también hay que buscar la forma de llegar a todo el público, que se acceda de todos los lados. Hacer uso del territorio pienso que es una buena manera para llegar a público y que la gente interactúe con lo que uno está haciendo.</p>

Expectativas del espacio.	Al principio tenía mis dudas si la gente realmente se detenía a mirar. Qué raro ¿la gente de verdad le interesará esto? Y me tocó sacarle fotos y había mucha gente mirando, no decían nada. Llegué, miré, saque las fotos y ahí se encontraron con la situación de alguien que viene a registrar algo que no entiendo bien de qué se trata, no me dijeron nada, pero sí se detenían.
¿Qué se puede mejorar?	Podrían tener más difusión. La gente del mundo del arte ya sabe que están, falta difusión para afuera, que la gente supiera que ahí está galería temporal y no solo encontrársela de paso.
Valor agregado a la ciudad.	La preocupación de generar espacios temporales en lugares donde no hay acceso a las artes visuales. También la resignificación de esos lugares que estaban medios obsoletos o perdidos.
Jessica Briceño	Frasas textuales
¿El lugar es relevante para la obra? (En general).	<p>En general mi obra tiene que ver con la ciudad. Siempre me ha tocado exponer en espacios de la ciudad. Por ejemplo, estoy trabajando un proyecto específico, trabajando con una investigación en particular que tiene que ver con “edificios de influencias de <i>La Bauhaus</i>” e intento desarrollar eso y meterlo dentro del espacio que me toque exponer.</p> <p>Si el público no viene al arte, que el arte llegue al público, un poco como la estrategia de la galería Gabriela Mistral, de abrirse a la calle en uno de los lugares más transcurridos de Santiago.</p> <p>Por lo menos en algunas personas va quedar un registro de un tipo de experiencia por medio de la extrañeza, que también te va a abrir el querer experimentarlo nuevamente y te va a interesar probablemente.</p> <p>Es una estrategia que me encanta ya que a mí no me hace sentido que las obras estén dentro de los museos porque se forma una distancia.</p>

<p>¿Cómo se refleja específicamente en Galería Temporal?</p>	<p>Ambas exposiciones que he tenido en GT han sido inicios de investigaciones que se han llevado a cabo 100% para este espacio.</p> <p>Por ejemplo, para la primera estaba trabajando con sistemas vivos, plantas, pensando en cómo funciona la ciudad, el tema de organismos, los hábitats, los abandonos. Pude condensarlo en esta vitrina, al ser una vitrina tiene mucho vidrio, para mí como una especie de invernadero, que sostenía un hábitat.</p> <p>Me tocó exponer en un edificio de influencia <i>Bauhaus</i>, me interesó porque me interesa la arquitectura modernista, entonces me hizo sentido trabajar ese aspecto de la arquitectura en conjunto con el espacio en el que estaba metido. Se llamó “planta básica”, que fue una reproducción de un complejo habitacional que queda a tres cuadras de donde estaba emplazada la galería en ese entonces, Moneda con Manuel Rodríguez, y que si tú bajas por Teatinos llegando a Manuel Rodríguez, te encontrarás con el puente Santa Ana, desde el cual tu puedes ver este complejo habitacional. Mi idea era que no todo el mundo lo iba a ver, porque la verdad es que no toda la gente se fija en lo que lo rodea, pero que algunas personas pudieran reconocer la reproducción de ese espacio y que les despertara por último alguna inquietud de volver a ver ese lugar, que tiene un copa de agua de las más grande que tiene Santiago. Justamente fue encerrar un complejo habitacional de los años 50, en un edificio de los años 50 y armarle todo un sistema, en donde la gente se acercaba a ver.</p>
<p>Uso e importancia (en el caso de tener) del edificio.</p>	<p>Siempre intento entender el entorno en el que está incluido el espacio de exhibición, porque justamente lo que me interesa es que las personas que lleguen ahí se sientan convocadas a ver una obra que no esté desligada de su entorno, que justamente llame la atención sobre algo que está cerca o que pueda reconocer en su caminata habitual.</p>

<p>Localización (acceso, concurrencia, etc.).</p>	<p>Entiendo que “los temporales” crearon este proyecto a raíz de su amor y admiración por el centro histórico de Santiago. Un modo pasado de tramar el tránsito peatonal y vehicular, a una escala mucho menor de la de hoy en día, tomando en cuenta además que muchas de las galerías comerciales –que habitó Galería Temporal– están insertas en edificios cuya primera planta tiene un fin comercial y el resto del edificio tiene uso habitacional o de oficinas, un modelo totalmente adquirido, que en su origen nos llega como interpretación lecorbusiana. Además, estas galerías comerciales muchas veces arriendan sus locales a negocios de servicios, no solo de productos, llevando a que muchas de estos espacios de vitrinas estén subutilizados, porque el local que ocupan es un café, una fotocopiadora, una peluquería, etc.</p>
<p>Anécdotas y experiencias en el entorno.</p>	<p>Me parece que el proyecto busca llegar a los cientos de personas que diariamente transitan por ahí y les propone una vista distinta del espacio que habitan habitualmente; las antiguas galerías comerciales no suelen contar con vitrinas/objetos con propuestas espectaculares, como un Costanera Center o un Parque Arauco, por lo que encontrar un objeto de arte entre su ruta sí será una experiencia anómala. Por otro lado, hay un público que llega específicamente en búsqueda de la exposición o de la actividad planeada por la galería, exigiendo de esos usuarios salir de los circuitos centrales del arte.</p>

<p>Relación con otros lugares en la ciudad.</p>	<p>Lo que produce este tipo de espacios de exhibiciones es un poco como el desconcierto, es algo inusual, la gente piensa que se vende o que se está promocionando algo y ven que no se está promocionando nada que uno pueda adquirir, o quizás sí, no sé.</p> <p>Yo veía que la gente pasaba y se interesaba, además caían unas gotas que alimentaban este pequeño hábitat de maqueta con los musgos, y la gente se acercaba y me comentaba cosas.</p> <p>Esta era una maqueta de cemento encima de una mesa que era una torre, un tanque de agua que goteaba, pero era manual, entonces para activarlo tenía que estar ahí, veía las reacciones de la gente cuando caía el agua, y pasaba que el agua chispeaba en el vidrio y comenzaba a evaporarse un poco, salían un poco de mosquitos, entonces la gente se acercaban a preguntarte.</p> <p>Generalmente era: ¿qué es esto? y se les explicaba de manera muy escueta un lugar de arte contemporáneo, una galería dentro de una galería y esta es una obra de una artista que hace este complejo habitacional y mucha gente decía: “¡Sí! Lo conozco, el que está acá”.</p> <p>Por alguna razón comentaban temas de la infancia, ya que era un juguete básicamente, cuando uno reduce la escala de las cosas pasan a ser objetos infantilizados y te decían cosas como “oh me acuerdo cuando yo me escondía y jugaba con estos ratones y se parecían los espacios”, otra gente “es como un laberinto”.</p> <p>Yo creo que en general el agua y lo verde convocan a los humanos de maneras muy distintas, sobre todo si te encuentras con ellos en tu recorrido habitual en el centro de Santiago donde hay como tres arbolitos.</p>
---	---

Expectativas del espacio.	<p>En general los objetos que expongo pretenden evocar una idea de tiempo pasado. Busco que la gente se identifique con algo y suele pasar. La gente dice “esto se parece a...”.</p> <p>La extrañeza me es mucho más interesante.</p> <p>El año pasado expuse en el MAC de Quinta Normal una reproducción del hospital San Juan, pero dado vuelta, entonces cuando la gente se daba cuenta y se veía entre uno y otro hacía el <i>click</i>. La idea es generar una extrañeza y que después las personas puedan reflexionar al respecto.</p> <p>Creo que es una buena iniciativa pero muy individual, no se ha colectivizado. Santiago es una ciudad que le hace falta carnavales, las experiencias colectivas que tiene la gente en Santiago son muy puntuales, son escasas y creo que lo que más ha convocado personas últimamente son marchas, para exigir cosas, derechos. También lo más parecido a un carnaval es París Parade, o las actividades más locales como el festival en el Parque Bustamante, el concierto en el cerro, pero no hay aun en Santiago un algo que empape a la ciudad completa, como son los carnavales en otros países o en otras ciudades de Chile y siento que pasa lo mismo en el arte, no hay una manera aún de llegar a todos, excepto el festival de la muñeca gigante, o la basura de París Parade. Pero eso es otra cosa.</p>
¿Qué se puede mejorar?	<p>No tenía muchas expectativas, pero las que tenía se cumplieron bastante, sobre todo por la organización de los temporales.</p> <p>El que hagan estos recorridos temporales, “vamos a mostrarte las galerías de Santiago”, que es algo que se ha puesto de moda, pero creo en que cada una de esas actividades son súper valorables, donde llega un público que fue informado a través de redes sociales y amigos. Pero también convoca a la gente que está pasando por ahí o había salido de la pega recién y se ponen a escuchar. Y eso es parte de mis expectativas, porque mi idea era que las personas lo vieran y se acercaran al objeto.</p>

Valor agregado a la ciudad.	<p>Me gustaría que fuera más "atemporal" y que no estuviera tan regida por el tema de las platas que vienen del gobierno, o no, sino que tuviera una manera de poder financiarse, para que exista esta iniciativa como una constante.</p> <p>Integrar las galerías comerciales que no sean parte de ese centro tan nuclear de Santiago, si no, que fuera un poco más expandido, también utilizando el tema de la galería comercial antigua, hay caracoles en todo Santiago.</p> <p>Expandirse fuera de los límites tan centrales.</p>
Valor agregado a la ciudad.	<p>Tienes la posibilidad de que personas que nunca van a entrar a un lugar de arte te puedan ver.</p> <p>Me encanta cuando las cosas interrumpen tu camino, no de una forma agresiva como una performance, pero que interrumpen tu cotidianidad y eso te lo da solo el emplazamiento en el espacio público y si a eso le sumamos estar en una vitrina, es ponerle una atención específica, no es lo mismo que hacer una intervención pública, en donde básicamente la ciudad te come la intervención pública.</p>
Artistas MAC	
Rafael Guendelman	Frases textuales
¿El lugar es relevante para la obra? (en general)	<p>Sí, es relevante. Primero me parece relevante el lugar donde está situado geográficamente, para saber qué tipo de público llega y la línea editorial que tiene.</p> <p>El espacio físico también repercute en la obra.</p>
¿Cómo se refleja específicamente en el MAC?	<p>Es una comuna que no está acostumbrada a galerías de arte. Se mantiene como un lugar más alejados de los centros de arte.</p> <p>El espacio en sí no sé si fue tan relevante, porque fue parte de un contexto, dos de las tres veces que he expuesto ha sido por concurso, así que la obra estaba hecha. Pero en una exposición sí fue relevante, en SCL 2110.</p>

<p>Relación entre el trabajo y el lugar.</p>	<p>En SCL 2110 trabajé con árboles. Planté unos árboles dentro del museo y cuando terminó la exposición los planté en el patio, coincidía con que ese espacio fue la facultad de agronomía de la Chile, entonces tenía el vínculo con la naturaleza y el parque. Esta obra fue pensada para ese espacio. Tuvo que ver con el tema de la exposición, que era imaginar Santiago de aquí a cien años, entonces eran puras utopías, proyectos medios urbanísticos, arquitectónicos, performáticos de la ciudad. En ese sentido todos los trabajos tenían que ver con cosas muy tecnológicas, como que intentaban usar las pantallas verdes para inventar los fondos, diferentes tipos de metodologías desde la tecnología. A mí me pareció que una cosa tan básica como el metro cuadrado verde era suficiente para trabajar y hacer un contrapunto con las otras propuestas. Era como, "yo voy a ir y plantar un metro de estos árboles y planté un metro cuadrado de árboles". Los planté durante la inauguración, yo iba trasladando los árboles, los iba subiendo. Fue como una performance. Entonces sí tiene esa relación con la exposición principalmente y además tenía que ver con el tema de la facultad de agronomía, que está inserto en un parque.</p>
<p>Uso e importancia (en el caso de tener del edificio).</p>	<p>Como arquitectura tiene un peso, una visualidad, características formales que son únicas he importantes de valorar, y en sí donde está situado, el circuito de museos que hay en el parque mismo, el espacio físico donde está, está en Quinta Normal donde se crea un pequeño circuito de arte.</p>
<p>Localización (acceso, concurrencia, etc.).</p>	<p>Encuentro bueno que esté donde está, pero de ahí a que en verdad genere mayor audiencia no soy muy positivo. Cuando yo voy no hay mucha gente, no tiene el nivel de visibilidad que puede tener. Puedo decir, desde el prejuicio, que va más gente del mundillo del arte que gente del sector, quizás en Matucana va más gente del lugar, me parece un poco más inclusivo, me parece que tiene más políticas para conectarse con el espacio que el MAC. El MAC tiene muy poco presupuesto, es como que vive muy precariamente.</p>

<p>Anécdotas y experiencias en el entorno.</p>	<p>En el MAC me da la impresión que no pasa mucho, de hecho los árboles murieron, creo que queda uno, tampoco los regaron.</p> <p>Es un lugar muy frío, nada está calefaccionado, hicimos unos talleres una vez en la mañana de Nicolás Grum para artistas, mostrabas tus trabajo y habían como encargos y era terrible, el lugar es tan frío, no solo arquitectónicamente sino que también de temperatura.</p> <p>Cuando fui a preguntar por los árboles me di cuenta que nadie se había hecho cargo de ese patio, es como un basurero. El entorno yo siento que está muy descuidado y tiene un patio atrás que es increíble.</p> <p>La frialdad es a todo nivel, como que la gente le da como miedo entrar, tiene esos pilares enormes, como reflejando “esto es un museo”, siempre está como medio cerrado, las rejas están como juntas, no hay una invitación, alguna forma, un camino que te diga voy a entrar acá, es para mí, no es como que tiene eso de mirarlo de lejos, la gente no cacha.</p>
<p>Relación con otros lugares en la ciudad.</p>	<p>Galería Temporal que es un espacio donde constantemente se cuestiona el espacio que lo rodea, la exposición que se hizo en el museo histórico fue muy interesante, porque invitaba a los artistas a trabajar con la exposición permanente del museo.</p>
<p>Expectativas del espacio.</p>	<p>Que fuera más gente, esto era como “el MAC”, una institución grande que pensé que podía tener mayor repercusión. Aunque es difícil saber cuánta gente va, porque yo no pregunté ni estaba todo el rato ahí, pero me da la impresión de que no pasa mucho.</p>
<p>¿Qué se puede mejorar?</p>	<p>Generar una política de audiencia, de visitas guiadas, mediación, no sé, generar un área que se dedique a llevar a gente. Como abrir el museo, quizás otro tipo de actividades, por ejemplo, lo que hacía el museo de la Solidaridad; sábados feria de comida, por medio de actividades llevar gente, puede ser por medio de un paseo.</p> <p>Obviamente habría que aumentar el presupuesto.</p>

<p>Valor agregado a la ciudad.</p>	<p>No sé si tiene un valor. Depende de la exposición, hay exposiciones buenísimas que han estado ahí.</p> <p>Es difícil, porque habría que responderse “¿qué espacios en la ciudad de Santiago valen la pena? y quizás quedarían muy pocos, como por ejemplo el Museo de la Solidaridad, el Bellas Artes, el MAVI, la Galería Metropolitana. El MAC del Forestal que está inserto en un lugar de flujo y el MAC de Quinta Normal es como el patio trasero, eso se nota en que no hay tanta gente, que las exposiciones no son tan buenas, pero sí encuentro bueno que, por ejemplo, está el concurso Arte Joven, tiene que existir ese espacio, o el Sub 30, más allá que te guste o no la exposición generó cierto movimiento, la inauguración estaba llena. Tiene una línea más juvenil, más experimental.</p>
<p>Jorge Cabieses-Valdés</p>	<p>Frases textuales</p>
<p>¿El lugar es relevante para la obra? (en general)</p>	<p>Sí, siempre, aunque yo no soy un artista <i>site specific</i>, pero entiendo la importancia del espacio en el diseño de la muestra como un todo. El espacio define el montaje de obras que no fueron necesariamente producidas para ese lugar. Ese es un desafío de montaje que disfruto mucho.</p>
<p>¿Cómo se refleja específicamente en el MAC?</p>	<p>En el MAC siento que hay espacio para experimentar un poco más y probar ideas nuevas. Son muy abiertos a la experimentación y la exposición que monté la última vez era muy abierta y compleja. Cuando presenté un proyecto muy general de exposición al MAC sabía muy bien en qué sala quería exponer, no tanto por el proyecto, sino por el desafío de la sala en sí misma, una sala larga y amplia del segundo piso. Cuando recibí la aprobación del proyecto, las piezas a exponer fueron lentamente acomodándose y adaptándose al lugar.</p>

<p>Relación entre el trabajo y el lugar.</p>	<p>La exposición incluía, entre otras piezas, una obra de video con un audio en formato de canción. El espacio, por su tamaño, generaba eco por lo que el audio se escuchaba en todo el museo. Esto, que seguramente fue un problema para el resto de las obras en exposición en el museo, fue para mí una ventaja, pues extendía la obra a todo el edificio y de alguna manera funcionaba como llamado al espectador.</p> <p>La relación con los técnicos y vigilantes fue buena, pero recordemos que son muy pocos para la carga laboral que tienen. Por ejemplo, algunos visitantes muchas veces robaron o interactuaron con partes de una pieza escultórica (no hecha para ser tocada) debido a que no existe vigilancia suficiente. Nunca se me ocurrió culpar a los guardias, pues comprendo la dificultad de su labor. Cuando esto ocurrió, simplemente tuve que regresar un par de ocasiones a reemplazar o reparar piezas de la muestra. Esto es muy triste, pero pasa muy seguido.</p>
<p>Uso e importancia (en el caso de tener) del edificio.</p>	<p>Bueno, es la antigua Academia de Arte de la Universidad. Pero nunca he sentido que el público en general considere el MAC como solo un espacio de la Universidad de Chile, por lo que su importancia y emplazamiento es mucho más relevante que lo que tenga que ver con la universidad.</p> <p>Recordemos que la explanada frente al museo es un centro de reunión e intercambio ciudadano que se extiende al resto de la comuna. Funciona definitivamente como un centro de la cultura en Santiago.</p>
<p>Localización (acceso, concurrencia, etc.).</p>	<p>Muy abierto y disponible a todos. Por supuesto, las exhibiciones del museo no atraen la atención de un público masivo, pero ese es un problema que tiene que ver con cambios en educación en general y no con el programa del museo.</p>
<p>Anécdotas y experiencias en el entorno.</p>	<p>Me asaltaron una vez hace muchos años. Es el centro de Santiago y puede pasar de todo. Mi último taller en Santiago se encontraba a una cuadra del museo, dirección hacia Plaza de Armas, esa cuadra de distancia bastaba para que el barrio fuera muy diferente al aspecto cultural y la sofisticación del área conocida hoy como Bellas Artes.</p>

<p>Relación con otros lugares en la ciudad.</p>	<p>El contexto de carencia y la manera de manejarlo es muy similar en el Centro Cultural La Moneda. Carencia de fondos y personal. Para mí el mayor problema de esto es que, por motivos de seguridad, estos espacios se ven forzados a aplicar medidas de montaje poco estéticas o sofisticadas, como por ejemplo, aislar una pieza en exhibición con pilares separadores, como los usados en las filas de los bancos. Cosas de ese tipo. Esto le resta valor a las piezas y prestigio a la institución.</p> <p>Siempre pienso que estos espacios funcionan como conciertos de rock de bajo presupuesto. Mucho esfuerzo, ganas y soluciones improvisadas en el camino.</p>
<p>Expectativas del espacio.</p>	<p>Debiera ser un espacio de mayor actividad y contingencia.</p>
<p>¿Qué se puede mejorar?</p>	<p>Es una institución muy pobre con grandes problemas de fondo. Porque he expuesto muchas veces ahí entiendo que no es necesariamente un problema de gestión o manejo de fondos, sino simplemente de insuficiencia. Siento que esto se extiende también al sueldo de algunos funcionarios, que no necesariamente muestran la mejor disposición para ayudar o vigilar.</p> <p>Bueno, en general nunca he tenido inconvenientes con el MAC, pero tampoco grandes satisfacciones. Es definitivamente un lugar con carencias. Como exalumno entiendo muy bien ese ambiente, por lo que al exponer uno lo hace reconociendo su contexto. Siempre faltan fondos y personal para todo lo que hacen. Me impresiona lo mucho que pueden lograr con tan poco. Hay simplemente mucho que mejorar. Creo que, aparte de la falta de fondos, el MAC requiere de una profunda renovación de su planta de funcionarios, en todo nivel de jerarquía. Funciona con los vicios del servicio público. Aunque su director ha sido clave para transformar el espacio en un buen lugar para las artes visuales, es necesaria una reestructuración general y un giro que le permita ser el centro más importante de las artes visuales en Chile. Recordemos que es nuestro Museo de Arte Contemporáneo y no tiene aún el prestigio que ese título conlleva.</p>

<p>Valor agregado a la ciudad</p>	<p>Para un grupo pequeño de la población, la posibilidad de ver, a veces, buenas muestras de arte.</p> <p>Para la mayoría, simplemente un lugar de encuentro en sus alrededores.</p> <p>Es un espacio central en la escena de arte chilena. Como artista, uno siempre sabe que volverá de alguna manera a exponer ahí. Es un domicilio conocido al que uno vuelve con regularidad.</p>
<p>Artistas de la Feria Ch.ACO</p>	
<p>Pablo Núñez</p>	<p>Frases textuales</p>
<p>¿El lugar es relevante para la obra? (en general).</p>	<p>El proyecto terminó siendo como un lugar [dentro de la feria], como artístico, una especie de <i>site specific</i>. Hice una especie de gallinero de cartón con las gallinas y dentro estaban los <i>souvenirs</i> para vender. De alguna manera era <i>merchandising</i> de la feria.</p> <p>El primer año que participé fue en Casa Lo Matta, donde funcionaba mejor comercialmente, quizás más guetto, menos vinculado con la ciudad, pero comercialmente mucho mejor.</p> <p>El cambio hacia Estación Mapocho: hacer una feria que no fuera solo un evento comercial sino una manifestación cultural en la ciudad y que dejara de tener esa exclusividad tipo Alonso de Córdoba.</p> <p>Aquí la gente que tiene dinero se comporta menos cosmopolita y más provinciana. Yo siempre trabajo con los espacios, entonces en Lo Matta, que era una casa como de campo, mi idea fue hacer como un gallinero.</p> <p>Cuando se cambió a Estación Mapocho el espacio creció. La Estación Mapocho era donde llegaban los campesinos a la ciudad, yo lo vi así y entonces hice como una especie de arribo migratorio de gallinas, conejos, caballos. Entonces fue mucha producción, pero las ventas no tan buenas.</p>

<p>Uso e importancia (en el caso de tener) del edificio.</p>	<p>La monumentalidad de Estación Mapocho no sirve, pasa a ser una especie de barrera, contenedor aislado, con una permeabilidad que es pequeña. Es un monumento. Estación Mapocho se come a Ch.ACO.</p> <p>Ch.ACO podría generar una membrana permeable. Por ejemplo una carpa de circo. Con menos pretensiones arquitectónicas.</p> <p>Sería mucho mejor que lo hiciera en el Parque de los Reyes con una carpa blanca, por ejemplo.</p>
<p>Localización (acceso, concurrencia, etc.).</p>	<p>No me gusta el lugar porque tiene poca conectividad. No puedes salir a pasear. Es un espacio grande, feo, no agradable, peligroso.</p> <p>Lo raro es que por ejemplo en ArteBA tampoco es muy lindo el lugar, uno tiene esa misma apreciación de estar abierto, un poco expuesto y la gente va.</p>
<p>Anécdotas y experiencias en el entorno.</p>	<p>Yo me fui una vez en metro y fue un desastre de experiencia.</p> <p>Llegué a Ch.ACO diciendo: "no vengo nunca más en metro", porque fue una experiencia desagradable para el cuerpo.</p>
<p>Relación con otros lugares en la ciudad.</p>	<p>Una vez tuve una tienda, que el concepto era ese, una tienda que vendiera diseño y arte. Era en Barrio Italia, no existía el concepto Barrio Italia. Era un barrio donde se vendían muebles.</p> <p>Y el recibimiento del público fue, de nuevo, malo. Es un público que si tú le pones un objeto artístico en un barrio malo no lo aprecia, sospechan, hay un no entender, hay un encontrar caro, etc.</p> <p>Ahora, lo que hizo fue impulsar que ese barrio creciera.</p> <p>La relación entre arte y diseño en relación al proceso de gentrificación, convirtiendo un barrio periférico en un centro de comercio interesante, ha sucedido en todas partes del mundo. Es una estrategia probada.</p>

Expectativas del espacio.	<p>Yo lo veo súper monótono, con poca vida. Yo tengo espíritu creativo, entonces cuando las cosas se repiten a mí me da como horror. Allí tú te encuentras con las mismas personas, incluso con las mismas conversaciones. Que la realidad sea homogénea y se repita es un paradigma de hoy día. Pero yo pienso que una feria de arte debiera combatir ese paradigma.</p> <p>Lo veo como algo no vivo, como una institución que se transformó en una cosa rígida.</p> <p>Incluso, como es tan precario el tema de vender, las mismas obras todas apuntan a "por favor cómprame", entonces como que no hay riesgo.</p>
¿Qué se puede mejorar?	<p>Yo haría algo más precario. Pienso que la precariedad es una relación interesante para el arte, en un país precario como este. Pienso que en vez de esconder precariedad y darle institucionalidad a algo que no existe.</p> <p>Yo pensaría en un espacio mucho más precario, una carpa de circo instalada en alguna parte.</p>
Valor agregado a la ciudad	Aporta que es un espacio colectivo.
Patricio Vogel	Frases textuales
¿El lugar es relevante para la obra? (en general).	Cuando uno expone en un lugar hay un deseo de hacer una obra no pensada específicamente para el lugar, pero sí para el espacio físico. Si el espacio es pequeño, hay una reducción naturalmente de la obra, si el espacio es mayor, puedo expandirme con las dimensiones formales.
¿Cómo se refleja específicamente en Ch.ACO?	En el caso de la feria son obras residuales de estas exposiciones, de investigaciones previas, durante o postinvestigación. No son obras para la feria. Se limitan a trabajos de pequeños formatos, generalmente enmarcados, con ciertas terminaciones que el público sienta un deseo de compra.

<p>Relación entre el trabajo y el lugar.</p>	<p>Esa idea se me ocurrió porque sentí que un espacio de Ch.ACO que estaba un poco perdido era la cosa de sonido. Entonces me pareció interesante hacer una radio que tuviese una música particular y que estuviera en el lugar donde la gente conversa. Había una idea en un principio de ponerlo no en la feria misma, la nave central, sino en los lugares que rodean la nave central, en los baños, en el salón VIP, en la sala de conferencias cuando no había conferencia, pero eso implicaba una inversión económica que yo no tenía ni la feria tampoco. Esto fue más un experimento que un proyecto, que fue autofinanciado por mí, eso implica que los lugares en general fueron muy mínimos y acotados.</p>
<p>Uso e importancia (en el caso de tener) del edificio.</p>	<p>El edificio le aporta en la puesta en escena, en espacialidad, en darle como formalidad, en imagen. Es un lugar que es importante como espacio, es imponente.</p> <p>Desde que se cambian a Mapocho se hicieron cosas externas, en la fachada, en el barrio. Creo que las instancias más interesantes estuvieron en el exterior de la feria. A pesar de que existe un problema de financiamientos para la realización de este tipo de proyectos.</p> <p>En el Club de Planeadores y en casa de Lo Matta no se hizo nada externo dado a que no son lugares urbanos y que el enfoque era aún más claro “comercial”. Creo que la feria se hace ahí porque en la ciudad, en el centro específicamente, no hay más emplazamientos patrimoniales.</p> <p>Si uno se instala en el hall central antes de bajar las escaleras y ve el edificio, pasa que es más lindo el edificio que todo lo que puede haber en el interior.</p>

<p>Localización (acceso, concurancia, etc.).</p>	<p>El edificio integra otro tipo de público que no necesariamente está ligado al arte contemporáneo. Que eso lo da lo céntrico. Si yo como artista extranjero vengo en los días de la feria y no conozco Santiago y la feria está en el Club de Planeadores, yo no voy a ir, por un problema de movilidad. Pero si está en Estación Mapocho, lo más probable es que sí vaya. Eso también potencia la feria con otro tipo de público, ahora ese tipo de público no aporta en la cosa económica.</p> <p>El movimiento al centro de la ciudad, como artista, me parece óptimo, el espacio es mucho mejor que los anteriores. Está ubicado en un lugar de buen acceso, permite que la feria se vea como una feria de arte contemporáneo y no como un bazar, como se vio en las otras dos instancias. En la primera instancia en el Club de Planeadores yo creo que hubo mucha efervescencia, entonces a todos nos pareció estupendo, pero había muchas falencias de infraestructura.</p> <p>Me parece que la segunda vez, en espacio Lo Matta, la puesta en escena estuvo muy desordenada. Era un espacio muy pequeño. No fue un buen espacio para montar obras, pero me parece que fue el mejor espacio donde se vendió.</p> <p>Estación Mapocho creo que no es el mejor lugar de Santiago, por todos los problemas de movilidad que tiene la gente en este país. El mantenerlo ahí implica un trabajo mayor de la feria a incentivar a la gente a involucrarse, pero viendo después de cuatro años parece que no se ha logrado, eventualmente debiese haber otro cambio en la feria, para que tenga un buen éxito comercial.</p> <p>El que hayan exposiciones externas, como la exposición paralela en galería Florencia Loewenthal funcionan en el sentido que sí te van a ver y te vinculas con gente y eso genera después vinculación posterior en la feria. Pero la gente que ha ido a muestra está en un poco saturada, ya que son recorridos con quince minutos en varios lugares, tampoco es una instancia muy profunda. Es como el turista japonés que va a Europa.</p>
--	---

Anécdotas y experiencias en el entorno.	Un comentario que recibí de una galería Holandesa fue que encontraban que la feria era como un bazar. Puedo estar de acuerdo, pero ellos no conocen la realidad.
Relación con otros lugares en la ciudad.	<p>No hay muchas relaciones, porque generalmente en los otros lugares en que he expuesto hay una relación más de <i>site specific</i>.</p> <p>No ha logrado el objetivo de ser una marca ciudad o marca país, a diferencia, por ejemplo, de Santiago a Mil, que inmediatamente pienso en Santiago completo, en donde la gente lo recorre. En el caso de las artes visuales me parece que no ha habido una campaña durante el año fuerte durante la feria, me parece que todo se deja para los meses previos y eso no basta. Eso es lo que hizo Santiago a Mil, la gente no va mucho al teatro durante el año pero sabe que en enero existe esa instancia en todo Santiago. Habría que involucrar a la municipalidad, a instituciones privadas, a la intendencia, al estado, deben ser eventos que incentiven la feria el año que viene.</p>
Expectativas del espacio.	<p>Tenía la esperanza que ayudaría mucho más al mercado de arte, ahora con los siete años que han pasado no estoy tan seguro que haya ayudado mucho, pero es una instancia que no tiene Chile. Es un lugar importante desde el mercado del arte, no necesariamente de la calidad del arte. Es una feria de arte que implica otras instancias con otros intereses, la constituyen galerías de artes que son comerciales. Una galería comercial tiene que tener piezas vendibles para un mercado que no cuenta con un estado en que un coleccionista pueda comprar una instalación o es más complejo.</p> <p>Considero que es una instancia bien importante para el mercado, ya que antes no existía ninguna instancia igual, como un lugar donde se conglomeran todas las galerías. Habían existido instancias de ferias de arte pero más informales y que no han tenido duración en el tiempo. Me parece interesante que se mantenga en el tiempo.</p> <p>Me gustaría que las galerías pusieran a uno, dos, hasta tres artistas como máximo. Pero no es posible con la realidad.</p>

<p>¿Qué se puede mejorar?</p>	<p>El aspecto, no sé si llamarlo educativo, informativo o incentivar a los coleccionistas a que existen otros modelos de trabajo. La feria debiese hacer un trabajo previo a la feria, en donde los organizadores de la feria puedan involucrar un poco más a la gente que compra, no solo con los objetos de arte sino también con los procesos de arte y los diferentes medios que los artistas ocupan.</p> <p>Instancias que le corresponden al rubro el incentivar el comprar arte.</p> <p>Creo que no es el mejor edificio para la feria. La feria necesita un edificio concreto, un inmueble concreto que sea casi un cubo blanco donde se pongan las obras. Que no compita con el espacio. En la ciudad de Santiago no existe ese lugar, o yo no lo conozco. Podría ser Casa Piedra. A lo mejor falta un centro de convenciones que en cierta medida tenga las condiciones óptimas.</p> <p>La plataforma.</p>
<p>Valor agregado a la ciudad.</p>	<p>Lo que sí se puede admirar es que han mantenido la feria siete años, con todos los problemas que tenga. Ahora quizás deben implementar una mejor plataforma que funcione durante el año, tanto en difusión, para captar más clientes, más galeristas, para motivar también a su público que trabajan con ella, artistas, galeristas, coleccionistas.</p>

A.2 Entrevistas a instituciones culturales

Galería Temporal	
Ángela Cura y Felipe Cura	Frases textuales
<p>Características del edificio donde se emplazan. El por qué ahí, la importancia de la edificación y la relación con el espacio de exhibición.</p>	<p>Inicialmente comenzamos a ocupar vitrinas de locales comerciales. Primero, porque era un lugar que nos daba cierta libertad y flexibilidad, es decir, arrendabas el lugar, hacías el montaje de la obra y la propuesta quedaba ahí, no requería que alguien estuviera atendiendo el espacio y también era económicamente factible.</p> <p>Segundo, cuando empezamos a pensar el nombre, Galería Temporal, era de alguna manera jugar con el lugar que nos íbamos a emplazar, que eran galerías comerciales en el centro de la ciudad de Santiago y toda esta red que está compuesta por alrededor de setenta galerías, que de alguna manera nosotros también lo valoramos como patrimonio de la ciudad, sin estar en la categoría de patrimonio.</p> <p>Tercero, espacios que estaban en cierto decaimiento, ya que han sido contantemente reemplazados, la galería fue reemplazada por el caracol, en los ochenta, por el <i>mall</i> en los noventa.</p> <p>Cuarto, tienen la particularidad de tener un comercio de un trato muy personal. De algún modo los locatarios que nosotros les hemos arrendado las vitrinas se han vuelto mediadores del proyecto en general, ellos son los que entregan información, son los que tienen curiosidad cuando los artistas están montando y les hacen preguntas, y cuando llega un cliente con una duda similar, ellos son capaces de entregarles ese relato.</p>

<p>Cuál es su oferta.</p> <p>Diferencias y similitudes con otros espacios.</p>	<p>En la temporada de circuito temporal variamos de una vitrina a tres, y ahí establecimos un circuito, ahí fueron determinante las vitrinas que usamos.</p> <p>Esa temporada la curatoría la dividimos en tres ejes conceptuales: objeto, representación y espacio. Entonces, cada una de las vitrinas que ocupamos y que ocuparon esos ejes curatoriales en particular, tenía ciertas características determinantes para esa línea. Por ejemplo: para la línea del tema espacio, seleccionamos una vitrina que está dentro de un edificio característico de la ciudad, que tiene en los balcones un juego, un especie de mosaico, y ese edificio fue construido por unos arquitectos de la católica cuando Josef Albers era bastante <i>ad hoc</i> tener en ese edificio una vitrina tocando ese tema. Por ejemplo, Leonardo Portus se aprovechó de su obra, de este edificio tan característico y de estos balcones para hacer su obra después.</p> <p>Al haber tantas galerías en el centro, cada una tiene sus particularidades, nos gusta ir seleccionando dependiendo del contexto, como una obra se puede entender de distintas maneras, dependiendo de dónde se instale. Si al lado hay una peluquería y la Ximena hace una lámpara de pelo, entonces esa persona</p>
--	--

va a sentir un vínculo. Este año, por ejemplo, seleccionamos dos galerías en Plaza de Armas porque el tema es el desplazamiento, abordándolo desde la emigración.

Siempre marcamos el radio de acción en las galerías de Santiago, paseamos mucho por el centro, consideramos que son muy características de la ciudad de Santiago, ahora hay un proyecto que la UDP está trabajando, y de verdad que es una de las pocas ciudades que se puede decir que tiene una red tan extensa de galerías comerciales.

Son lugares privados de uso público, poner una galería de arte que podía entenderse como una galería privada, pero en un espacio público.

Nos interesa tener un registro para el catálogo, nos interesa que hayan otras voces, también invitamos a arquitectos a escribir o curadores, gente que nos parece que puede tener otra visión interesante que vaya complementando lo que ahí está contenido. También se le paga a fotógrafos, trabajamos con un equipo de diseñadores, arrendamos las vitrinas, nos parece que todo debe apuntar a la no precariedad del sistema del arte, a los artistas también se le paga la producción de obra.

El proyecto se llamó GT por que iba a durar solo seis meses, no tenía pretensión de seguir en el tiempo. Era una ironía, en ese momento, el 2010, cuando presentamos al FONDART se había cerrado Galería Animal, Galería Moro, Florencia Loewenthal, estaba el rumor que cerraba la Galería Gabriela Mistral, entonces estaba esa problemática de este pequeño circuito de arte contemporáneo que se había instalado y durado muy poco y que cerraban básicamente por dificultades económicas. Una ironía a esa crisis de las artes visuales que hablaba de esta precariedad.

<p>Público objetivo.</p>	<p>Tres públicos que hemos identificado:</p> <p>Primero, el público de las artes visuales. Llegan por artistas que se les ha invitado a participar, o a través de páginas especializadas de arte, algunos siguen el proyecto, el que va a las inauguraciones de los museos, a las galerías, los que asisten regularmente a exposiciones de arte.</p> <p>Segundo, la comunidad que trabaja o transita regularmente por galerías. Ahí hay oficinistas, locatarios, administradores, conserjes o público que va a hacer algún trámite a la notaria. La comunidad que habita este espacio.</p> <p>Tercero, el transeúnte que se lo encuentra de casualidad.</p>
<p>Vinculación con el público. Mecanismo para levantar información del visitante y cómo esta es incorporada.</p>	<p>La información que nos llega a través de las redes sociales. También a partir de la segunda temporada empezamos a generar un recorrido, hacíamos una invitación pública por redes sociales y llegaban, llegaron, treinta a treintaycinco personas. Un grupo grande atravesando todo Santiago, caminando, perdiéndose en los pasajes, caminando junto con los artistas que ellos hablaban un poco del trabajo que habían hecho para GT.</p> <p>Hemos realizado muchas visitas guiadas con todas, o casi todas las universidades que tienen escuelas de arte. Otra forma de medir el público ha sido también por medio de los lanzamientos de los catálogos, para el de circuito temporal llegaron cerca de cien personas. Han venido curadores y nos contactan para hacerles una visita guiada, muchas veces ya tienen conocimiento del proyecto porque se han topado con, o han visto y visitado otros museos, otros espacios y les dicen, tienes que ir a Galería Temporal. Ahí te das cuenta del impacto que ha logrado el proyecto en ese pequeño circuito.</p>
<p>Canales de difusión.</p>	<p>Hoy contamos con una base de datos de prensa. Cuando el proyecto empezó, a las dos semanas nos escribieron de <i>Artishock</i>, quedamos helados porque siempre fue pensado como un proyecto-obra no como una gestión, ya desde la segunda, teníamos el comunicado listo para cuando se estaba montando la obra, el fotógrafo iba los primeros días, ese registro nos servía para el catálogo y de a poco nos fueron pidiendo información de otros medios.</p>

Mejoras.	Tal vez yo lo externalizaría, nosotros hacemos de todo en GT. Ha sido efectivo pero es mucha pega. Uno siempre quisiera más prensa, pero lamentablemente en este país la prensa es sumamente , y en ese sentido, a <i>El Mercurio</i> no le interesa un proyecto como el nuestro, y así pasa con todo ese conglomerado al ser del mismo dueño.
Alianzas nacionales y/o internacionales.	<p>No trabajamos con ninguna alianza. Aunque por ejemplo hemos invitado a Tomás Rivas, quien es uno de los integrantes de Block, hemos trabajado en la coordinación de un encuentro de espacios autónomos que se hizo el mes pasado en el MAC, estuvimos trabajando un año en la producción con un equipo también de otras iniciativas de Conce, Santiago, Villa Alegre y Valparaíso, entonces por ahí también se van generando vínculos. Hicimos una exposición en abril en la Gabriela Mistral, que era de espacios independientes de Concepción, Valparaíso y Santiago, seleccionamos obras que fueron producidas para espacios independientes y trajimos los contenedores. Esto fue hecho como GT, pero fuera de las vitrinas. En ese caso particular, también era como un espacio independiente cómo GT llega a la institución y qué exhibió ahí, entonces el discurso también fue relacionado con nuestros espacios pares, la idea de trabajo colectivo. Por tanto hemos terminado haciendo este tipo de alianzas desde un ámbito más discursivo que práctico. Nosotros hemos ido separando el proyecto en tres modos de acción: primero, GT con el trabajo en las vitrinas de las galerías, segundo, en lo editorial, tercero, el tema curatoría y eso puede ser fuera de las vitrinas o en alguna otra institución, como en el caso de GGM. Para el otro año estamos esperando si funciona un FONDART para una curatoría en el MAC de Quinta Normal.</p> <p>También hemos participado de conversatorios, por ejemplo en Ecuador y en Bolivia en una residencia.</p>

<p>Rol de la institución a nivel ciudad.</p>	<p>Somos un espacio cultural inserto en la ciudad, inserto en el espacio público. Es parte del proyecto esto medio efímero, nosotros no buscamos estar permanentemente buscando que nos vean. Es una opción, que es ser parte de la ciudad y que se mueva tan orgánicamente como la ciudad. A pesar de estar en el centro de la ciudad termina siendo marginal.</p>
<p>Relación con acontecimientos eventuales que se desarrollen en la ciudad.</p>	<p>No.</p>
<p>Percepción de estas instancias.</p>	<p>Son interesantes, ya que intentan que el ciudadano lea este espacio desde otra perspectiva. Terminan generando una valoración. Interesante la escala, escala humana. El día del patrimonio a pesar de ser muy masivo tiene actividades a las que llega un grupo pequeño de personas que hacen recorridos por la ciudad. El ver gente caminando recorriendo la ciudad, no para trasladarse hacia sus trabajos si no para recorrer la ciudad, para desplazarse e ir a un lugar que quiere conocer.</p>
<p>Valor agregado que tiene el espacio.</p>	<p>Es un proyecto que tiene la capacidad de llegar a personas que no se desplazan para ir a un museo necesariamente, que están alejadas de esto que se llama arte contemporáneo. Es como un regalo, está ahí si alguien lo quiere tomar. Por ejemplo en el caso de Amelia Campino, ella trabajó en la vitrina, ella se fijó un horario de trabajo en determinados días. Le sucedió que un señor le tiró una tarjeta y le dijo; por favor escríbame, yo necesito mucho comunicarme con usted por entre medio de la puerta. Le escribí, y el señor le dijo que le había cambiado todo su día. Son cosas emotivas que creo que</p>

	<p>ese puede ser el valor agregado de lo que puede generar el proyecto, pero que claro, como no hacemos un seguimiento, a lo mejor nos estamos perdiendo de muchas historias como esa. La experiencia que se le entrega al transeúnte o al habitante de la ciudad.</p> <p>También otro valor agregado es que hemos sido muy insistentes en no repetir una fórmula cada vez que tenemos una temporada, modificamos, que la creatividad sea importante. Salir de un espacio a tres no fue solo una dificultad, sino también fue un modo de generar instancias con otros proyectos con que estábamos muy vinculados, que eran nuestros referentes, espacio H10 de Valparaíso, acá en Santiago igual hay hartas vitrinas que se ocupan para arte contemporáneo, como Galería Tajamar, Microgalería, Galería Callejera. Al ser un proyecto a escala humana, las relaciones que se establecen también son importante, todavía tenemos vínculo con los administradores, con la gente que trabaja con vitrinas que ya no ocupamos. Esto de alguna manera también es hacer ciudad, el ser ciudadano.</p>
<p>¿Es representativo de la ciudad de Santiago?</p>	<p>Difícil saber si Temporal es representativo de Santiago, tal vez la respuesta va más por el lado de que el surgimiento del proyecto es representativo de un momento en las artes visuales, un momento que puede leerse desde el centro, pues allí están concentrados la mayor parte de los intereses y esfuerzos (los museos y galerías más importantes están en la región metropolitana), pero que se amplía con el surgimiento desde el 2010 de muchos espacios autónomos desplegados a lo largo de todo el país. Entonces, con esto nos volvemos parte de una red mucho más amplia.</p> <p>Sin embargo, al desarrollarse en pleno centro de Santiago, Galería Temporal va adoptando dinámicas (como las caminatas y recorridos por la ciudad) que le pertenecen al centro y a su vez los trabajos que allí se exhiben son obras que hablan del contexto particular que habitan, pequeñas vitrinas rodeadas de diversas mercancías y rubros como: zapaterías, peluquerías, café con piernas, etc. El trabajar a una escala humana en relación directa con pequeñas comunidades nos hace difícil pensar este proyecto desde una visión macro (en la que se puede alcanzar desde nuestro punto de vista una representatividad).</p>

Ch.ACO	
Elodie Fulton (directora)	Frasas textuales
<p>Características del edificio donde se emplazan.</p> <p>El por qué ahí, la importancia de la edificación y la relación con el espacio de exhibición.</p>	<p>La idea era generar audiencia, instalar Ch.ACO en un lugar donde a la gente no le constara llegar, pensado desde un inicio en un proyecto itinerante. El primer año se instaló en el Club de Planeadores. La gente habló con propiedad de que había que moverlo de lugar.</p> <p>El primer año había que generar una sorpresa, había que estar cerca del público objetivo, teníamos que estar en un sector amigo. Es decir, no era el momento de tener como Galería Metropolitana un foco social y obligar a la gente [a moverse], estábamos vendiendo un producto, una experiencia y muy complicada de vender, porque es completamente prescindible. Hace siete años nadie estaba tomando la conciencia social de tener que ir a Ch.ACO para apoyar el patrimonio, había que hacer un trabajo de mucha enseñanza para que funcionara.</p> <p>El año siguiente coincidió con el Bicentenario y queríamos buscar un edificio patrimonial, así que nos instalamos en Casa Lo Matta. El concepto seguía igual: no estamos lejos de ustedes, pero les estamos diciendo que nos vamos a mover para el Centro. Yo quería la Estación Mapocho desde el primer día porque ese es <i>el lugar</i> [...] pero tenía mucha resistencia social compleja. Seguramente ahora nos vamos a ir de ahí porque el lugar no ha crecido con uno.</p> <p>El tercer año estábamos en [EM] un lugar más noble [infraestructuralmente hablando], el lugar de la Concertación, súper importante, el edificio lo remodelaron para cerrar el ciclo de Pinochet y lanzaron la feria del libro, esa es la connotación que tiene este espacio. Tenía que ver con estar en el centro de la ciudad y seguir buscando estas navegaciones.</p> <p>Empezamos a recibir otro tipo de galerías, extranjeras, europeas, galerías que no conocíamos y también nos parecía importante venderle una cierta imagen de la ciudad [por su localización] [...] y por lo tanto vendía una imagen país.</p>

	<p>Si queríamos un evento que durase en el tiempo teníamos que tener un asiento institucional, no solamente de marketing, no queríamos depender de una marca. Entonces la búsqueda del patrimonio, de estar en el centro de la ciudad también tenía que ver con estar al lado de los ejes cívicos, donde están los espacios permanentes del arte. Ese fue como el lema del tercer año. Al lado del MNBA, al lado del centro de la ciudad.</p> <p>Nos estamos cambiando de ahí porque llevamos mucho tiempo, sentimos que el edificio ya lo conquistamos, le hicimos de todo, lo dimos vuelta, y tiene un formato muy pregnante, que impone, no es un espacio muy libre.</p> <p>Enfrentar lo clásico con lo contemporáneo.</p>
<p>Cuál es su oferta.</p> <p>Diferencias y similitudes con otros espacios.</p>	<p>Participando con la galería en ferias internacionales nos dimos cuenta que era tiempo de que Chile tuviera una, nos dimos cuenta de todos los efectos positivos de que existiera una feria local. Quisimos armar una fiesta, una fiesta en torno al arte, tratando de ampliar el mundo del arte y el coleccionismo en Chile.</p> <p>Lograr que Ch.ACO no tuviera fronteras sociales.</p>
<p>Público objetivo.</p>	<p>La gracia es que tiene un público muy transversal, la desgracia es que hay un público que ya no se puede convencer. Pero yo creo que es la misma parte de la sociedad chilena que no quiere que las cosas cambien. Nuestro foco, nuestra esperanza, es un público entre 25 y 35 años. Ese es el público que ya no se sorprende, quizás porque ha crecido con esto. Y como te decía, la gracia de Ch.ACO es que es muy transversal, un público que no tiene problemas sociales.</p>
<p>Vinculación con el Público.</p> <p>Mecanismo para levantar información del visitante y cómo esta es incorporada.</p>	<p>Nuestro mejor cliente es un señor discreto que gana su dinero en un banco y compra una obra porque se conmueve con ella y no necesariamente por ser parte de un grupo. Aunque también es súper importante para una feria tener lo otro típico que tú y yo sabemos [coleccionistas]. Yo creo que el futuro de Chile es la clase media [alta], 300 personas que se podrían gastar 1500 USD cada uno es una masa mucho más potente, creo que hay que dividir, hay que multiplicar, más que descansar sobre estos pocos coleccionistas.</p>

<p>Canales de difusión.</p>	<p>Ch.ACO es una plataforma de comunicación. Si fuera posible nos gustaría tener socios, como Finlandia, que el trato lo pagas tú, lo producimos nosotros y lo difundimos nosotros, de esta manera nos comprometemos a que el mensaje sea el correcto. Buscamos tres años una agencia de comunicaciones, pero ninguna nos parecía lo que tenía que ser Ch:ACO, o era demasiado político, o institucional o académico y encerrado en el mundo del arte. Ch.ACO es una explosión, Ch.ACO no tiene opinión, Ch.ACO dice tonteras, Ch.ACO es un joven, ¡Ch.ACO es un niño! Siempre quisimos humanizar esa situación y jamás alejarla de la gente.</p>
<p>Alianzas nacionales y/o internacionales.</p>	<p>Marcas como Finlandia, <i>El Mercurio</i>, <i>La Tercera</i>. Luego nos dimos cuenta cómo funcionan las editoriales, yo te doy un espacio, entonces creamos el tercer año las editoriales y ahí teníamos entonces cambio por publicidad. El tercer año también, si yo invito a alguien del VIP esta persona me tiene que entregar algo, ya sea una entrevista, etc. Eso fue un proceso de profesionalización.</p>
<p>Relación con acontecimientos eventuales que se desarrollen en la ciudad.</p>	<p>La fecha se seleccionó para coincidir con la Trienal, y si el proyecto sobrevivía cada tres años se mezclaba el mundo académico con el comercial, obviamente sin atrevernos a hablar de lo comercial porque no se podía. A partir del quinto año logramos convencer a toda la población del arte, que es muy reacia, para que aprovecharan esa plataforma. Que los museos tengan una muestra digna de ser mostrada, porque en el fondo lo que más cuesta es el público internacional. Tuvimos relación con Gasco, con La Moneda. Hicimos unas cosas un poco pop, invitamos a algunos artistas a hacer proyectos. Por ejemplo instalamos Espacio Móvil, hicimos recorridos peatonales por la ciudad. Pero lo interesante era que en el Mercado Central habíamos instalado piezas, la gente iba a comer y veía mini galerías. Y la noche de coleccionistas y una noche de VIP comimos allí, abrimos el mercado, hicimos caminar a la gente.</p>

Percepción de estas instancias.	Hay mucha intuición en este proyecto, no hubo estrategia, sino la intuición de dos personas. Comenzamos a generar mucho anticuerpo. Pero era muy complicado seguir siendo una galería de tan poco tiempo en la situación que existía. Porque la gente no te explica cómo se hace, porque no lo saben. Entonces fueron las ganas de profesionalizar un mundo. Si este proyecto tenía una vocación internacional tenía que tener un mundo local presentable.
¿Es representativo de la ciudad de Santiago?	Nosotros hemos vivido un cambio en Chile, era una país de paisaje y ahora es un país de recursos, un país que produce. Y había que transformar el arte en un producto procesado. Y eso significa muchas cosas, que el artista ojalá pronto tenga Isapre, AFP, etc. Y además tener un actitud centrípeta, con los recursos que se gasta Prochile no tiene sentido que no apoyen Ch.ACO (Marca Sectorial). Santiago socialmente también funciona con fuerza centrífuga, la gente con plata se va a vivir a Chicureo. Nosotros queremos estar donde embulle todo. Una imagen de una ciudad que puede tener relaciones magníficas, un <i>flaneur</i> , porque caminas y te pasan cosas.
MAC	
Francisco Brugnoli (director)	Frasas textuales
Características del edificio donde se emplazan. El por qué ahí, la importancia de la edificación y la relación con el espacio de exhibición.	Es necesario precisar que actualmente tenemos dos sedes que ocupan dos edificios distintos. Una en Parque Forestal, otra en Quinta Normal. Ambos son edificios que son monumentos nacionales, pero que no fueron construidos para albergar museos, menos aún, museos de artes visuales. Ambos edificios son de gran belleza, pero su adaptación a las necesidades de exhibición y conservación de un museo de arte contemporáneo es difícil. Especialmente el edificio que ocupa MAC Parque Forestal, que es parte del Palacio de Bellas Artes, es un edificio emblemático para la ciudad pues corresponde a una de las principales edificaciones culturales de Chile del siglo XX. Ambos edificios se ubican en parques importantes para la ciudad, relevantes para la calidad de vida de los habitantes y sus barrios.

<p>Cuál es su oferta.</p> <p>Diferencias y similitudes con otros espacios.</p>	<p>Este es un museo de arte contemporáneo que exhibe y resguarda su colección artística y también muestras temporales de artistas nacionales e internacionales. También realizamos un sinnúmero de actividades culturales y educativas relacionadas con el arte contemporáneo.</p> <p>Lo que distingue al museo es su carácter de arte contemporáneo, esto es, comprometido siempre con la actualidad y las nuevas producciones artísticas. También lo distingue ser un museo universitario, perteneciente a la Universidad de Chile, por lo que está vinculado a la función formativa y a las nuevas generaciones.</p>
<p>Público objetivo.</p>	<p>Tenemos programación pensada para público general (adultos, familias), estudiantes y profesores, y también público especializado (artistas, teóricos).</p>
<p>Vinculación con el Público.</p> <p>Mecanismo para levantar información del visitante y cómo esta es incorporada.</p>	<p>Falta un mecanismo de levantamiento correcto y sistematizado. Se ha levantado información por proyecto, también por actividad o unidad de trabajo. También tenemos bases de datos en las que nuestros visitantes se han inscrito. Finalmente, hay información muy básica de boletería (adulto, estudiante, etc.).</p>
<p>Canales de difusión.</p>	<p>Tenemos un equipo de prensa y comunicaciones que difunde a medios de comunicación. También tenemos productos propios, como nuestras guías de programación impresas, boletines digitales que se envían a la base de datos de visitantes inscritos, nuestra página web, y redes sociales, como Facebook, Twitter e Instagram.</p>
<p>Mejoras.</p>	<p>Nuestro objetivo 2016 es lograr que la comunicación y fidelización con la difusión directa al público sea más fuerte (esto es, página web y redes sociales).</p>
<p>Alianzas nacionales y/o internacionales.</p>	<p>Nuestro principal aliado permanente es la Universidad de Chile.</p> <p>Sin duda debemos trabajar en más y mayores alianzas. Hasta ahora nuestras alianzas son en general temporales, en especial en lo que tiene que ver con empresas privadas, que se interesan por proyecto.</p>

<p>Rol de la institución a nivel ciudad.</p>	<p>Especialmente MAC Quinta Normal tiene una preocupación por ofrecer una programación vinculada al barrio, en donde los vecinos puedan participar y verse reflejados.</p> <p>Un ejemplo es la programación que tendremos a partir de marzo en MAC Quinta Normal, donde la exhibición <i>Quiero mi barrio</i> apunta justamente a exhibir los logros de este programa urbano-social en los barrios del entorno del museo, pero sobre todo invitar a que los vecinos entren al museo, lo intervengan y propongan materiales de exhibición.</p>
<p>Relación con acontecimientos eventuales que se desarrollen en la ciudad.</p>	<p>Muchos, casi todos, participamos de Día del Patrimonio, Museos de Medianoche, Semana de la Educación Artística, Feria Ch.ACO (visitas guiadas VIP), Festival Santiago a Mil, etc. En ese sentido, el MAC pareciera ser un participante imprescindible dentro de las actividades culturales y artísticas.</p>
<p>Percepción de estas instancias.</p>	<p>Todas las instancias que promuevan actividades culturales son favorecedoras y contribuyen a aumentar y formar audiencias. Apoyamos todas las actividades que puedan implicar que alguien por primera vez se acerque al museo. Una vez que entre, va a querer venir de nuevo.</p>
<p>Valor agregado que tiene el espacio.</p>	<p>Asumimos una función cultural especialmente para habitantes que no necesariamente tienen una gran oferta cultural. En ese sentido, más allá de nuestra ubicación geográfica, intentamos tender lazos a otras comunas y regiones para que conozcan nuestra programación.</p> <p>El MAC desarrolla actividades y programas que intentamos reunir bajo el concepto "museo sin muros". Este año implica llevar reproducciones de nuestra colección a comunas como Lampa y Pedro Aguirre Cerda, a escuelas vulnerables, y proponer que esos alumnos no solamente vean las piezas, sino que reflexionen en torno a qué es una colección, por qué coleccionar algo, por qué elementos pueden tener un valor artístico de identidad y memoria. Esta parte está sobre todo desarrollada a través de nuestra unidad de Educación, EducaMAC, que tiene las mayores conexiones entre la programación del museo y los habitantes de la ciudad.</p> <p>Otras actividades descansan en el uso de tecnologías, programando también</p>

	visitas guiadas virtuales a través de nuestras exhibiciones, en las que pueden participar e interactuar desde localidades más lejanas a través de videoconferencias.
¿Es representativo de la ciudad de Santiago?	Esperamos que sea representante de Chile, más aun que de Santiago, como un museo nacional.
Ángela Salazar Durán	Frasas textuales
Características del edificio donde se emplazan. El por qué ahí, la importancia de la edificación y la relación con el espacio de exhibición.	Intención de acercar los libros y la lectura a las personas adonde ellas transitan, es casi sacar los libros de estas murallas grandes que puedan atemorizar a las personas que no se quieren acercar a la biblioteca y llevárselas a un lugar que sea absolutamente democrático, con la libertad de hacer uso o no. Se pretende acercar el libro a las personas en los medios de transportes masivos. Estamos en un lugar de paso.

<p>Cuál es su oferta.</p> <p>Diferencias y similitudes con otros espacios.</p>	<p>Bibliometro nace el [año] 96 con tres puntos de préstamo. Los Héroes, Cal y Canto y Tobalaba, dos de ellos de mucho flujo, como Cal y Canto, porque está la Estación Mapocho, Los Héroes porque es un punto de combinación y Tobalaba, por un tema de espacio, que permitía a las personas que hacen uso del Metro de Santiago acercarse y solicitar un libro. A partir del 2012 es gratis. Hoy son 21 puntos. 20 en el metro y 1 es un vagón de tren, acondicionado como biblioteca pública, que está situado al lado de la Biblioteca Nacional en una plaza en Mac Iver, en donde generalmente la gente utiliza ese espacio para almorzar y sacar un libro. Se transforma casi en un oasis dentro de la ciudad. Eso se cerró y emigrará a Estación Central. La proyección ahora es salir del metro y comenzar a implementar el mismo servicio en la red EFE y así poder extender el concepto de acercar el libro a las personas en los medios de transportes masivos.</p> <p>En el 95, año en que Chile estaba pasando por una etapa de transición, luego del tema de la dictadura y el retorno a la democracia, muchas personas dentro de la DIBAM creyeron que la única manera de acercar los libros y tener la posibilidad de entregar cultura a las personas era insertándose en espacios de mucho tráfico, y así nació Bibliometro, Bibliolancha y Bibliopuerto.</p> <p>Bibliolancha es un sistema de lanchas que cruzan el archipiélago de Chiloé y llevan servicios públicos a las personas que viven más alejadas, no vienen al continente muy seguido y menos a hacer trámites, por lo que el servicio público se acercó con esta lancha a entregar los servicios: va el Registro Civil, el médico de turno.</p> <p>Las tres ideas se promueven y tienen su génesis dentro de la DIBAM en profesionales que quisieron sacar los libros de estos edificios, de la estructura de que la biblioteca debe ser un escenario donde el libro debe ser el protagonista, donde se debe mantener el orden, la norma, de que se debe estar en silencio para que sea un momento de estudio y de entrega de conocimiento, entre el libro y la persona. Acá fue diferente, saquemos los libros, hagamos uso de los medios de transporte, utilicemos la Bibliolancha, que hasta el día de hoy funciona. Y bueno, lamentablemente Bibliopuerto que</p>
--	--

era generar puntos de préstamo en los aeropuertos de Chile, no resultó. Porque esto tiene que ver con lo que tú entiendes como la política nacional, la manera o el plan que puedas desarrollar para poder implementar nuevos servicios que puedan perdurar en el tiempo, en donde tú no tendrás una respuesta asociada a costos monetarios, una retribución monetaria asociada a quien está brindando el servicio, esto es finalmente un apoyo social. Los aeropuertos son privados, son empresas con fines particulares, por lo que no estuvo el interés, estamos hablando hace veinte años atrás, ahora la cosa ha cambiado de poder proyectar bibliotecas en los aeropuertos. En su momento el presidente del Metro de Santiago era un puesto de alta confianza del Presidente de la República, así también el director de la DIBAM, por tanto no hubo problema en comunicarse si es que había una solicitud formal de parte de presidencia. Esa es la gran importancia de cómo se han podido desarrollar muchos proyectos emblemáticos en la nación y que han podido perdurar en el tiempo, como Bibliometro. Como es un organismo del Estado tiene que justificar absolutamente toda la ejecución del presupuesto, estamos hablando de presupuesto anual que entrega íntegramente la dirección de presupuesto a la DIBAM para que Bibliometro pueda funcionar, las estadísticas del 2014 son de 400 mil préstamos, estamos hablando que somos la biblioteca que presta más libros en Chile junto con la Biblioteca de Santiago. Entendemos que debemos abarcar la región metropolitana en su totalidad, trabajo en conjunto con Metro, en estaciones de combinación, como son Baquedano, Los Héroes y más adelante Franklin, con el proyecto de la construcción de la línea 6 y en las zonas periféricas del gran Santiago como son las estaciones terminales, Puente Alto, Vespucio Norte, Los Dominicos, Maipú y La Cisterna. Siempre pensando en el usuario que pueda retirar un libro donde entra y devolverlo en cualquier punto.

Público objetivo.	Tratamos de llegar a la mayor cantidad de personas.
-----	Todas las recomendaciones, reclamos, sugerencias por parte del usuario están muy activas y en tiempo real. Las redes sociales son importantísimas, todas las personas que trabajamos en el área de gestión cultural tenemos acceso a Facebook y Twitter.
Vinculación con el Público. Mecanismo para levantar información del visitante y cómo esta es incorporada.	También es en el mismo mesón, donde se genera la posibilidad de interacción con el usuario, este usuario puede solicitar recomendaciones literarias o puede, también, sugerir libros que Bibliometro debiese tener y eso se considera dentro de la compra, hay una persona encargada de las colecciones que se dedica, no solo a buscar el <i>ranking</i> de los libros más vendidos, sino también las tendencias mundiales, lo que se está lanzando en las ferias de libros, todo eso más el comentario del usuario, para que podamos entregar un libro que sea absolutamente contemporáneo a disposición del usuario. Libros cuyo objetivo final es entretener al usuario. Todos los años desarrollamos una encuesta y en esa se pregunta cosas como por ejemplo el nivel de satisfacción siempre es más allá del 90%. El tipo de usuario que tenemos, que generalmente son mujeres, no profesionales, entre los 30 y 39 años, que usan Bibliometro no solo para ellas, sino también para

	<p>hacer fomento de lectura en sus casas.</p> <p>Por cada local donde nos encontramos ubicados tratamos de hacer el estudio de usuario local. Es decir, que si estamos cerca de colegios en Macul, tratamos de llegar más allá con ellos, generando redes sociales, informando en los colegios el tipo de literatura que tenemos, por si acaso hay algún profesor que esté interesado en hacer alguna prueba con algún libro de lectura complementaria, poder decirle a los chicos que en vez de estar comprando el libro lo pueden ir a sacar a Bibliometro.</p> <p>Jugamos mucho a la capacidad de reacción, desarrollamos una actividad y vemos la evolución de esta a través de un análisis. Si tuvo buenos indicadores, el indicador de préstamos es fundamental, podemos replicarla durante los años siguientes y se mantiene como parte de la planificación. Si no tiene los resultados esperados, damos por cerrado el proceso y comenzamos con otro. Por ejemplo, este año lo hicimos con Pablo Simonetti en Baquedano, en donde colocamos un sillón al lado de un local, se juntó una cantidad de personas a conversar con él. Lo cual no se puede replicar en otras bibliotecas. Tenemos, por ejemplo, 45 minutos para hacer intervenciones y luego desaparecemos.</p>
<p>Canales de difusión.</p>	<p>Principalmente el mesón. Ahí el funcionario, mediador de lectura, debe informar sobre qué es lo que está viendo, qué es lo que significa esto de un local en el Metro de Santiago que no vende libros si no que los presta.</p> <p>Las redes sociales.</p> <p>El boca en boca.</p>

<p>Alianzas nacionales y/o internacionales.</p>	<p>Es una idea 100% chilena que se ha ido replicando en el mundo, porque tenemos hermanos menores en otros lugares, como Bibliometro Madrid y Bibliometro Medellín. Ellos vinieron, aprendieron y se llevaron la idea. Somos marca registrada.</p> <p>Hay comunicación con ellos, no hay nada oficial, pero sí está eso que aquí está la madre que les va informando si necesitan más datos o algún tipo de actividad lo podemos informar para ver si les funcionan.</p> <p>Convenio con Metro de Santiago en donde no podemos invitar a empresas privadas.</p> <p>El convenio que tiene Bibliometro, Metro y Dibam permite que solamente ellos sean partícipes de la creación de los puntos de préstamo. Nosotros estamos acogidos al sistema de bibliotecas pública, pero en rigor no tenemos mucha relación con las bibliotecas. Cuando se quiso hacer un convenio con las bibliotecas de la Región Metropolitana, en donde el usuario del Bibliometro se podía inscribir y hacer socio gratis en la biblioteca pública de su comuna y viceversa, muchas bibliotecas públicas se enojaron con nosotros porque les quitábamos los usuarios. Finalmente desistimos de ellos.</p>
<p>Rol de la institución a nivel ciudad.</p>	<p>Es la posibilidad de acercar los libros, como muy bien dice el plan nacional, Bibliometro es un lugar de acceso, acceso democrático y libre a los libros, a la colección bibliográfica y a también, los conocimientos y participación de las actividades culturales que tienen costo 0 que permiten que la ciudadanía pueda conocer y descubrir que hay espacios donde se puede hacer uso desde la cultura sin tener que pagar nada a cambio.</p>
<p>Relación con acontecimientos eventuales que se desarrollen en la ciudad.</p>	<p>Se desarrolla una planificación en donde debe tener un hito importante mensual. En octubre, lo que hacemos es el apoyo al adulto mayor. Entonces tenemos apadrinados lugares donde existen clubes de lectura de la tercera edad, pero aprovechando que estamos muy fuertemente apoyados por el CNCA se generó la oportunidad de que Bibliometro pudiera estar en un stand en FILSA, y en estos momentos sí estamos participando. Fueron nuestras "mosqueteras", son tres funcionarias que realizan susurros, te relatan un cuento a través de un cono que te colocan al oído. Te susurran un cuento.</p>

Valor agregado que tiene el espacio.	La oportunidad de estar en un lugar tan transitado como el Metro de Santiago ya tiene el valor por sí mismo. Permite que el usuario no tenga que trasladarse mucho para la lectura, no tiene que estar condicionado a un horario.
--------------------------------------	---

A.3 Grupo focal Bibliometro

Grupo focal Bibliometro			
Preguntas	Pamela Arroyo	Alejandra López	María Beatriz Salas
Impresiones y anécdotas del uso.	Voy también a la Biblioteca de Santiago. No sustituí Bibliometro, sigo haciendo uso de ambos y un día en la Biblioteca de Santiago me dijeron, ¿sabes dónde puedes sacar cuentos?, ¿tú eres socia de Bibliometro? Está todo relacionado. Sí, le dije, soy socia de Bibliometro, entonces para llevar libros de acá solo necesitas tu carné de identidad. Ya hay una conexión ahí. Me parece un servicio bastante bueno, uno		Me gusta la variedad que hay y sí hay un bibliotecario buena onda y te guía, mejor aún. A mí me encanta el servicio, encuentro que es una gran cosa que lo tengamos y que esté al alcance de tanta gente. Harta gente se ha culturizado, porque yo me acuerdo que antes estaba sola, no llegaba nadie a buscar ni un libro. Tiene todo bien coordinado.

	de los pocos, creo que funciona casi a la perfección.		
¿Para quién o quiénes sacan?	Saco para mi hija, a veces para mi pareja, para mi hijo y para mí.	Para mi hijo y para mí.	Para mí y mi mamá. A veces le puedo sacar a mi hija.
¿Qué les parece?	Excelente. No podría comprar cinco cuentos para la semana con las temáticas que se encuentran ahí. Ir a la biblioteca regularmente o comprar cinco libros a la semana sería imposible. Algo importante que tiene es que tienen vitrinas, generalmente lo primero que te preguntan es ¿viste uno en vitrina?, pero la vitrina lo hace más fácil porque es rápido. Por ejemplo hoy vi un libro de 31 minutos y pensé ¡Oh, que bacán!, para la próxima. Todos los días los van rotando en las vitrinas.	Como iniciativa es súper buena, porque te da la opción de que sin plata puedas optar a la lectura. Si no existiera, es difícil, porque de partida tienes que comprarte un libro que sale 10 mil, 15-20 mil. No podría estar comprando libros cada 4-5 días.	Espectacular, yo soy fans de Bibliometro.

¿Hacen uso de otro espacio similar?	La Biblioteca de Santiago. No sustituí Bibliometro, sigo haciendo uso de ambos.		Sí, yo también.
Retroalimentación (entrevista- encuesta desde bibliometro).	No.	No.	Si una vez por internet conteste una pequeña encuesta.
Frecuencia.	Sí, yo también	Sí.	Voy a dejar y voy sacando, es como rotativo.
Mejoras.	No lo había pensado, pero buen punto el de María.		Que no tuviera que tener la necesidad de salir de la estación para devolver libro, porque ahí uno pierde el pasaje. Ni en Los Héroes ni en Baquedano, pero a veces Bibliometro está afuera de los torniquetes.
Puntos recurrentes y por qué.	Yo también.	Yo trato de sacar donde sepa que el retorno va a ser fácil.	Baquedano, Irarrázaval, Los Héroes. Puntos que me quedan en el camino u otros de casualidad. Los tengo identificado.
Las sedes.	Son cómodas. Depende también en la hora que uno vaya, intento ir a la hora de almuerzo. Hay que	Son cómodas. Yo veo que siempre hay gente, pero más que pidiendo, mirando las	Son cómodas, se nota que eso está calculado.

	decir que nunca están llenas.	vitriñas ya que llaman la atención a la vista por ejemplo: los títulos.	
Los distintos puntos.	Es como que así la cosa fluyese.	Es un gran aporte.	
Uso del metro.	Me movilizo en metro.	Yo tránsito en el metro.	Tránsito y ocupo metro.
¿Por qué medio se enteraron?	Veía Bibliometro, sabía más o menos de qué se trataba, pero no conocía el sistema. Un día decidí pasar al metro Irarrázaval, que quedaba cerca de la pega y preguntar.	Yo igual siempre transito por metro, así que siempre la veía. Conocí a una amiga que siempre le llevaba cuentos a su hija.	Partí como a los dos años que empezó, primero como que no me atrevía. Como transito y ocupo tanto el metro, me fijé en estos locales. Un día me acerqué con mi mamá a preguntar. Hace años que solicito los libros.
Ellas como canales de difusión.	Yo también intento difundirlo.	Yo también.	Yo soy profesora e insisto a los niños que vayan a buscar libros, trato de movilizarlos. También con los profesores, las chiquillas de lenguaje, que son cabras jóvenes y uno de arte. Los niños, algunos también.

<p>Otras iniciativas similares.</p>	<p>Yo las he visto (las bicicletas) desde Estación Central hasta Las Condes. Hay otro servicio de metro que es El club metro. Tú te inscribes por la página y cada vez que tú cargues con más de tres mil pesos llevas la boleta, te metes a la página y vez los panoramas. Te dan dos entradas gratuitas, obras de teatro, conciertos, fiestas, charlas motivacionales. Y eso funciona. Está la información en las vitrinas de los andenes. Toda la información está en internet, veo cuántas entradas quedan y en qué punto de servicio al cliente de metro, y voy con la boleta por las entradas.</p>	<p>Las bicicletas que puedes sacar y devolver en otros puntos que conectan varias comunas. Es un sistema que se está masificando, cada vez he visto más gente haciendo uso. Yo vivo en La Florida y hay.</p>	
-------------------------------------	--	--	--