



CUADERNO URBANO. Espacio, cultura,
sociedad

ISSN: 1666-6186

cuadernourbano@gmail.com

Universidad Nacional del Nordeste
Argentina

Campos Medina, Luis; Campos Medina, Fernando
RECONFIGURACIÓN ECOLÓGICA DE UN ESPACIO URBANO. EL METRO Y LOS
MICRO-RELATOS DE "SANTIAGO EN CIENTO PALABRAS"
CUADERNO URBANO. Espacio, cultura, sociedad, vol. 18, núm. 18, junio, 2015, pp. 49-
64
Universidad Nacional del Nordeste
Resistencia, Argentina

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=369239304003>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

CUADERNO LinBano

ESPACIO, CULTURA, SOCIEDAD

ARTICULOS ARBITRADOS

RECONFIGURACIÓN ECOLÓGICA DE UN ESPACIO URBANO. EL METRO Y LOS MICRO-RELATOS DE “SANTIAGO EN CIEN PALABRAS”

Luis Campos Medina

Sociólogo. Doctor en Sociología, EHESS. Investigador del Instituto de la Vivienda de la Universidad de Chile. luiscampos@uchilefau.cl.

Fernando Campos Medina

Sociólogo y urbanista. Doctor en sociología Universidad de Jena. fcamposmedina@gmail.com.

Resumen

En este artículo se muestra que la inclusión de determinados objetos en el entorno puede transformar la dinámica relacional y la significación social del espacio urbano. Seleccionado como caso de estudio el metro de Santiago de Chile, se analizan los modos de lectura asociados a los afiches del concurso “Santiago en cien palabras”. La metodología se basa en una aproximación cualitativa que utiliza la observación etnográfica sistematizada en notas de campo, dibujos y fotografía. A través de ella se enfatiza la noción de “modos de lectura”, los cuales se entienden como una variación en las dinámicas de movimiento del cuerpo y las formas de uso del espacio, especialmente dentro de las estaciones subterráneas y los vagones.

Al finalizar se ofrece una reflexión sobre las implicancias de la aparición de nuevas modalidades de lectura, gestos corporales y posiciones discursivas en el espacio público. Estos aspectos, en conjunto, pueden considerarse una ampliación del repertorio de experiencias posibles en la red de metro y, por tanto, en el dominio público en Santiago de Chile.

Palabras clave

Escrituras expuestas, perspectiva ecológica, espacio público, micro-relato.

Abstract

In this paper we show that the inclusion of certain objects in the surrounding may transform the relational dynamics and the meaning of the urban-space. By selecting as case study the Santiago of Chile's subway, we analyze the modes of reading related to the billboards of the competition “Santiago in 100 words”. It is used a qualitative methodology based in ethnographic observation, systematized in field notes, drawings, and photography. Through this methodology emphasis is given to the notion of “reading modes”. They are understood as a variation in the dynamic of body movements and the way of using the space, especially, inside the subway station and the train wagons. At the end, a discussion about the emergence of new modes of reading, body gestures, and discursive positions in public space, is offered. Those aspects together imply the enlargement of the repertoire of possible practices in the subway network, and therefore in the city of Santiago de Chile.

Key words

Exposed writing, ecologic perspective, public space, micro-narrative.

INTRODUCCIÓN¹

La aparición de nuevos objetos en nuestros trayectos por la ciudad puede resultar una situación frecuente y hasta anodina. Es habitual encontrarnos frente a nuevas formas de publicidad, nuevos dispositivos de pago en el transporte público o nuevos equipamientos urbanos. Sin embargo, es poco usual que nosotros, los transeúntes, nos detengamos a pensar en las formas en que dichas novedades modifican nuestros comportamientos o los de otras personas a nuestro alrededor (ARIZTÍA, 2012).

A través de un ejercicio de observación etnográfica en los andenes del metro de Santiago, intentamos caracterizar los “modos de lectura” de los afiches del concurso “Santiago en cien palabras”. Nuestro interés es describir las formas en que los usuarios del metro, no tan solo sus pasajeros, se relacionan con los afiches. La manera en que los leen o los dejan pasar, las formas en que captan su atención y cómo ello se expresa en el cuerpo, la posición, la detención y el movimiento. Para hacerlo, hemos utilizado la perspectiva de análisis de las “escrituras expuestas” desarrollada por FRAENKEL (2008), categoría cuya especificidad viene dada por tratarse de escritos de acción, vale decir, producidos para actuar sobre otros. La noción de escritura expuesta engloba inscripciones tales como eslóganes políticos, *tags*, grafitis, afiches publicitarios, entre otros. En un mayor nivel de generalidad, esta reflexión busca aproximarse a las transformaciones que operan en el espacio público en la interacción entre individuos, dispositivos urbanos y comportamiento. En otras palabras, esta investigación se enmarca en las transformaciones, muchas veces imperceptibles, del espacio público en la sociedad contemporánea.

El trabajo de campo fue efectuado entre los años 2008 y 2012. Observamos en distintos horarios, y se utilizaron distintos emplazamientos de observación en andenes y vagones, tomando primero notas de campo. Posteriormente realizamos una serie de fotografías, con el objetivo de ilustrar los principales hallazgos y las principales propuestas que nos permitieran definir con mayor precisión los alcances de la investigación. En la última etapa del proceso investigativo desarrollamos una discusión-reflexión a partir de las fotografías, intentando estimar toda su relevancia descriptiva y analítica. Con posterioridad procedimos a intervenirlas y acompañarlas tanto con textos como con croquis, buscando con ello identificar y desplegar un mayor potencial heurístico, el cual nos parecía relevante explicitar. En cierto modo, se puede decir que el material visual se utilizó con la intención de avanzar en una generalización de la particularidad del caso retratado por la observación de primera mano. El foco de nuestra observación fue siempre doble y estuvo puesto en los modos de exposición de los afiches y en las formas de relación corporal que establecen con ellos los usuarios del metro. Ello permite identificar el surgimiento de nuevas vinculaciones entre

*1 Esta investigación ha
contado con el respaldo de
CONICYT PAI / ACADEMIA
79112022.*

2 Línea que delimita en los andenes el espacio que por seguridad no se puede traspasar dado el peligro de caer a la línea de tránsito de los trenes.

individuos y dispositivos en el espacio público, lo que luego deviene en una parte propia del carácter público del espacio urbano.

En lo que sigue, intentaremos mostrar cómo las modificaciones en las formas de uso de andenes y estaciones del metro, ligadas a la inclusión de los afiches del concurso “Santiago en cien palabras”, transforman la condición ecológica del metro de Santiago, entendiendo por tal la convergencia regular de espacio, actores y prácticas, y los efectos que ella tiene sobre el comportamiento humano y las instituciones. Con esto queremos mostrar las repercusiones que se producen en la significación que el metro posee en tanto espacio público urbano. El detalle del significado y orientación con que se usan estos conceptos se explicará en las próximas secciones. Especial referencia a la vinculación de esta problemática con la noción de espacio público se realiza en la sección final.

EFFECTOS DISCURSIVOS E IMAGINARIOS DE LA INCLUSIÓN DE ESCRITOS LITERARIOS EN EL ESPACIO PÚBLICO

Existen dos condiciones que determinan de manera profunda el tipo de espacialidad que el metro de Santiago ha construido. Lo primero que se observa es que posee una orientación funcional dirigida a la circulación, lo que implica que tanto su ordenación espacial, como sus formas organizativas —entre otros aspectos— están dirigidas a alcanzar la mayor eficacia y eficiencia posibles en el transporte de pasajeros, por lo que es factible plantear que en la definición de dicha espacialidad predomina la noción de flujos. Por otra parte, el metro es un espacio urbano separado del resto de la ciudad, que tiene reglas específicas de acceso, de uso e incluso de comportamiento en su interior. De acuerdo con la información publicada en www.metrosantiago.cl, el *Reglamento del Metro* consta de siete artículos, uno de los cuales refiere de manera explícita a las obligaciones de los usuarios. Estas obligaciones incluyen instrucciones sobre el respeto de la línea amarilla² en los andenes o el transporte de equipaje, pero también una lista de prohibiciones específicas en materia de circulación en las estaciones y andenes, publicidad en el interior de estaciones y trenes, transporte de animales y materiales peligrosos, y respecto del hecho de correr en el interior de la red. Esta concentración en las obligaciones y prohibiciones resulta indicativa del alto nivel de reglamentación de este sistema de transporte.

Estos dos elementos, orientación a la circulación y alto nivel de reglamentación, caracterizan en buena medida el contexto del espacio público en que son expuestos los afiches de “Santiago en cien palabras”, un concurso literario organizado anualmente por

la revista *Plagio*, el Metro de la ciudad de Santiago y la empresa minera Escondida. Este concurso se ha realizado ininterrumpidamente desde el año 2001. Su convocatoria ha sido, desde el inicio, a escribir “cuentos breves” sobre la ciudad de Santiago y la vida urbana contemporánea en general, que no superen las cien palabras. Los participantes deben hacer llegar sus micro-relatos (tres como máximo) a través del sistema en línea o bien entregarlos en lugares especialmente habilitados para ello.

Dicha convocatoria ha sido siempre abierta a todos los habitantes de la ciudad y del país, y se ofrecieron premios a los ganadores: tres premios en dinero para los tres primeros lugares y la publicación, como “menciones honrosas”, de otros ocho micro-relatos. El conjunto de estos once micro-relatos premiados en cada versión es publicado, año tras año, en las estaciones y trenes del metro, en afiches de gran formato, durante varios meses.

Se desprende de lo anterior que, para ser publicados en formato de afiche, los micro-relatos pasan por un proceso compuesto por varias etapas: *a)* escritura y participación en el concurso; *b)* evaluación y selección por parte de un jurado; *c)* elaboración de un diseño que ilustre el texto seleccionado para su publicación en formato afiche y, finalmente, *d)* instalación de los afiches en la red de metro.

Una vez instalados en andenes y estaciones, los afiches deben promover una actitud de interés en los usuarios de transporte público. Este punto es importante porque implica que deben despertar dicho interés haciendo frente a la orientación funcional del sistema de metro y a la motivación funcional por desplazamiento, que es su correlato a nivel de los usuarios. Pero, además, deben hacerlo en un contexto cuyo alto nivel de reglamentación se traduce en un vasto conjunto de señaléticas dispuestas para regular y coordinar la acción de los usuarios (DENIS Y POINTILLE, 2010). Esto supone una diferencia respecto de la forma común de publicidad, en tanto los micro-relatos, si bien cortos, son de una escritura sustantivamente más extensa que la presente en otros afiches. En este sentido, los micro-relatos suponen una necesaria detención para su lectura, ya que no es suficiente su simple observación “al pasar”.

La aproximación etnográfica permitió constatar que los afiches son instalados en los espacios destinados a la publicidad de la red de metro, lo que revela que no solo compiten por la atención de los usuarios con la señalética, sino —como se señaló en el párrafo anterior— también con toda la publicidad existente en la red. En efecto, los soportes en que se exponen los afiches, tanto en los andenes, como en los vagones del metro son, para el caso de los andenes, de dos tipos: panel de “gran cobertura”, cuya superficie total es de 3.320 x 1.820 metros, mientras que su superficie visual es de 3.150 x 1.650 metros, y panel

de “cobertura total Platinum”, cuya superficie total es de 1.185 x 1.750 metros, mientras que su superficie visual es de 1.160 x 1.710 metros. En el caso de los afiches ubicados en los vagones de metro, el panel empleado es denominado “superior ventana mixto”, con una superficie total (y visual) de 74 x 29 cm.

Estas dos formas de escrituras expuestas, señalética y publicidad, tienen una marcada presencia en la red. Ello sugiere que la competencia que tienen los afiches del concurso por captar la atención de los usuarios es bastante alta y que, para hacerlo, deben distinguirse mostrando que se trata de escritos de naturaleza diferente. Ellos no son publicidad ni tampoco señalética, por lo que merecen una actitud diferente; en otras palabras, una forma de lectura novedosa, la cual es pública y expuesta. Esto último en contraposición a la lectura de libros, que es fundamentalmente privada.



Figura N.º 1. Individuo 1 sale del flujo de circulación y lee el micro-relato.
Fotografía de los autores

Reconfiguración ecológica de un espacio urbano.
El metro y los micro-relatos de “Santiago en Cien Palabras”



Figura N.º 2. Individuo 2 sale del flujo de circulación y lee el micro-relato.
Fotografía de los autores

Figura N.º 3. Individuo 3 observa el afiche sin salir del flujo de circulación.
Fotografía de los autores

Efectivamente, los afiches del concurso “Santiago en cien palabras” se alejan de las normas textuales de las escrituras urbanas expuestas, caracterizadas, según FRAENKEL, por ser breves, repetitivas y simples (FRAENKEL, 2002: 21). Primero, porque, a pesar de su brevedad, tienen una extensión que supera la de los mensajes publicitarios y señaléticas. Segundo, no son repetitivos, ya que cada micro-relato es único y original, y esto ocurre con cada versión del concurso. Y, tercero, su estructura narrativa es más compleja que la de una frase publicitaria y la del texto de una señalética.

Por otra parte, las formas de ilustración seleccionadas también se distinguen de las que se emplean generalmente en los afiches publicitarios y, a veces, en las señaléticas, siendo posible plantear que constituyen un paratexto que asiste (VELAY-VALLANTIN, 1987) en la producción de la “*suspensión voluntaria de la incredulidad*”, según reza la fórmula a estas alturas casi canónica de los estudios literarios (GENETTE, 1991). Dicho con otras palabras, se trata de un paratexto que promueve la producción del interés con respecto al texto narrativo, en desmedro del interés respecto del viaje en el metro (el mundo real), así como una disposición lúdica de lectura, por lo que cabe considerarla como la activación de la “*competencia ficcional*” consistente en considerar el micro-relato como una ficción, neutralizando sus “*propiedades denotativas literales*” y abordándola “*según la modalidad del ‘hacer como si’*” (SCHAEFFER, 2013: 106).

Otro elemento distintivo de los afiches es que el texto está siempre acompañado por las referencias del autor o autora del micro-relato, más específicamente su nombre, edad y comuna de residencia. Este aspecto, que puede parecer insignificante, resulta crucial, por cuanto la publicidad, la señalética y otros escritos informativos observables en la red de metro se caracterizan por no poseer autor identificable y, en consecuencia, por la imposibilidad de que el lector se posicione imaginariamente como autor del texto. Esto último no ocurre con los micro-relatos del concurso, ya que en ellos siempre existe un autor identificable. Más incluso, debido a los descriptores generales que se entregan sobre el autor (nombre, edad y comuna de residencia), es posible que cualquier persona pueda identificarse con él (o ella) y se pueda imaginar a sí mismo como su posible autor. En otras palabras, por tratarse de un autor individual identificado a través de descriptores que cualquier habitante de la urbe posee (nombre, edad, domicilio), se facilita el procedimiento imaginario de ponerse en el lugar del autor, dado que se es hombre o mujer, o se tiene una edad similar, se vive en una zona cercana de la ciudad o se ha vivido una experiencia similar a la descrita en el micro-relato.

Junto con lo anterior, al incluir tales referencias, los afiches del concurso indican la existencia de una posición discursiva hasta entonces ausente en el espacio público del metro: la de escritor de textos literarios, puesto que singularizan al productor de la escritura de cada micro-relato y, al hacerlo, muestran que no todas las escrituras expuestas en el metro son escrituras anónimas, y que tampoco todas son escrituras con una funcionalidad organizativa o publicitaria. Se amplía así el repertorio de posiciones discursivas (BRANCA-ROSOFF, 1999) reales e imaginables en el interior de la red de metro. Esta situación, como explicaremos, afecta al espacio público y posteriormente se vuelve parte de este.

EFFECTOS RELACIONALES DE LA INCLUSIÓN DE ESCRITOS LITERARIOS EN EL ESPACIO PÚBLICO

Ahora bien, en su condición de “escrituras expuestas”, los afiches pueden analizarse a través de los conceptos de legibilidad, visibilidad y publicidad, siguiendo la propuesta de B. FRAENKEL (FRAENKEL, 2002 y 2008). La información entregada hasta aquí sugiere que los afiches son objetos identificables y atractivos, producidos para captar la atención de los usuarios y ubicados en lugares pertinentes para ello, cuestión que remite a la dimensión de su visibilidad. Además, están dispuestos para ser vistos por todos los usuarios del metro, pero de un modo peculiar, ya que, aunque en un andén es posible encontrar dos afiches (lo que es poco probable), nunca se colocan juntos, sino en lugares alejados entre sí, siendo lo más frecuente encontrar un segundo afiche en el andén opuesto o bien uno en el andén y

otro en el acceso a la estación. Similar cosa ocurre en el caso de los afiches de los vagones: es muy difícil encontrar dos afiches del concurso en el mismo vagón. De esta forma, es posible concluir que los afiches nunca son expuestos juntos o alineados.

El hecho de encontrar afiches relativamente aislados tiene dos consecuencias en términos de su visibilidad. En primer lugar, esta es de carácter individual: los afiches son dados a ver de forma separada unos de otros. En segundo lugar, habida cuenta de la existencia de otros afiches en la red de metro y del carácter jerarquizado de los micro-relatos (existencia de un primer lugar, segundo lugar, etc.), la visibilidad asume un carácter inductivo de la observación de otros afiches, vale decir, los afiches atraen la atención y la curiosidad de los usuarios del metro para encontrar otros afiches y hacer otras lecturas en su trayecto. Por supuesto, esto no significa que los usuarios del metro cambien necesariamente sus recorridos debido a la existencia de los afiches, sino que estos últimos gatillan, al menos, una mayor atención por parte de los usuarios hacia los micro-relatos. Esto puede ilustrarse con la imagen de los viajeros del metro “que buscan” otros afiches del concurso durante su(s) viaje(s), lo que resulta posible dada la disposición de estos, separados en estaciones y vagones. Podemos decir que los afiches aparecen al observador en una suerte de secuencia temporalmente extendida, o sea, que se despliega en el transcurso de un viaje o bien de muchos viajes.

Respecto de la legibilidad, los afiches se caracterizan por permitir una lectura a distancia. En el caso de los afiches de los andenes, esta distancia respecto del objeto (afiche) corresponde a una especie de distanciamiento óptimo. De acuerdo con la observación realizada, muy poca gente se aproxima a los afiches para leerlos y casi nadie observa los detalles materiales de su composición. Al contrario, los lectores más bien se alejan un poco para captar la totalidad del afiche sin perder la capacidad de leer los textos. Sin embargo, obtener este distanciamiento óptimo implica detenerse: no es posible leer los micro-relatos estando en movimiento.

Siguiendo a LAHIRE es posible plantear que la lectura de los afiches publicitarios del metro puede ser considerada una micro-actividad secundaria, que es realizada en el curso de una actividad principal, tal como desplazarse en la ciudad. Por el contrario, la actividad de leer los afiches del concurso “Santiago en cien palabras” parece alejarse de este modelo y acercarse a una lectura a cabalidad, en la medida en que se debe salir —aunque sea ligeramente— del curso de acción típico de los usuarios del metro: es necesario detenerse al menos unos instantes y centrar la mirada y la atención en un objeto específico (LAHIRE, 2008). Sin embargo, esto no implica un régimen de lectura total o una contradicción con la posibilidad de una lectura parcial o una lectura flotante de los afiches o, incluso, su relectura

cotidiana (FRAENKEL, 2002). Lo que se quiere destacar en este análisis es que para leer *de una sola vez* el texto del afiche es necesario, normalmente, detenerse. Esto supone dos tipos de movimientos. Primero, como se indicó, se busca un distanciamiento óptimo más que un acercamiento en relación con el escrito. Y, segundo, el distanciamiento también se ejerce respecto de los otros usuarios del metro, puesto que detenerse en este espacio de circulación implica separarse de los otros usuarios.

Pero la observación efectuada nos permite identificar otro movimiento u otro aspecto físico de la lectura de los afiches: se lee de pie. Como hemos dicho anteriormente, los micro-relatos están expuestos de la misma manera que la publicidad, pero ellos están compuestos de un texto mucho más largo que la mayoría de los anuncios publicitarios, lo que implica más tiempo para la lectura. A pesar de esto, en la mayoría de los casos los afiches se colocan en zonas donde se requiere estar de pie o en lugares en los que el estar sentado, debido a la ubicación de los asientos, no permite la lectura.

El caso de los afiches de los vagones es un poco diferente, puesto que es necesario detenerse o, más bien, equilibrarse para leer. Aquí el distanciamiento óptimo es sustituido por la aproximación: normalmente los lectores de este tipo de afiche se ubican frente a ellos, mirando hacia arriba. Tanto en el caso de la lectura de los afiches de los andenes como de los vagones, las parejas o grupos que se detienen para leer juntos son muy raros, e incluso menos lo son las personas que leen en voz alta. La lectura es normalmente individual, y en ella no se cruza la mirada con la de los demás: se trata de un contacto silencioso entre el afiche y el lector, que se separa de los otros usuarios del metro para leer.

Finalmente, sobre el concepto de publicidad, resulta claro que la ubicación de los afiches en la red de metro establece desde un principio un límite a la diversidad potencial de los espacios de exposición, así como de los posibles lectores de micro-relatos, los que son, principal o exclusivamente, sus usuarios. En consecuencia, se trata de una publicidad restringida, fuertemente limitada por el interés en usar y la capacidad de pagar este medio de transporte, lo que tiene como consecuencia poder distinguir a la red de metro de otros espacios de la ciudad debido a la presencia de los afiches.

RECONFIGURACIÓN ECOLÓGICA Y RESIGNIFICACIÓN DEL ESPACIO

Si se sigue la argumentación hasta aquí realizada, es posible plantear que la inclusión de un tipo particular de escritura expuesta en un espacio urbano que habitualmente no la acoge, como es el caso de los afiches del concurso de micro-relatos en la red de metro, supone la aparición de nuevos gestos corporales (distanciamiento, acercamiento, lectura de pie) y de nuevas modalidades de lectura (programa inductivo, lectura cabal). Esto se suma a la aparición de la posición discursiva del escritor y a la posibilidad de realizar lecturas literarias en la red de metro. Ambas modificaciones —aunque sean parciales— suponen un cambio en las dinámicas y en las formas de uso de andenes y estaciones del ferrocarril subterráneo, y pueden ser consideradas en su conjunto como una reconfiguración ecológica de este espacio urbano.

En efecto, desde la perspectiva que inaugura la escuela de sociología de Chicago, particularmente en la versión de MCKENZIE, existe un interés central por reconocer y establecer los efectos que tiene la convergencia regular de espacio, actores y prácticas sobre el comportamiento humano y las instituciones (GRAFMEYER Y JOSEPH, 1984). De modo similar, la lectura actual de DEWEY propuesta por PECQUEUX (PECQUEUX Y ROUEFF, 2009; PECQUEUX, 2012; DEWEY, 1949) tiene por objeto destacar que el encuentro entre un organismo y un medio ambiente implica siempre una interacción, estructuración y moldeamiento mutuos, y que ese encuentro, para el caso del espacio público, se da bajo la forma de una *“experiencia urbana”*.

Es plausible plantear, por tanto, que estamos frente a un fenómeno ecológico típico: la inclusión de un nuevo tipo de objeto se articula a la aparición de nuevas prácticas y formas de uso del espacio. De este modo se generan nuevas experiencias sensoriales (lectura, ilustraciones, etc.), las cuales como fenómenos, en su conjunto, en su regularidad y en su recurrencia, implican una reconfiguración del espacio público de la red de metro. Ahora bien, lo relevante de este proceso es que la reconfiguración del espacio público gatillada por la integración de nuevos dispositivos, que en efecto es siempre una relación entre individuos y dispositivos, se vuelve a su vez parte integral de las prácticas en el espacio público. En otras palabras, la transformación se incorpora rápidamente como práctica posible, esperable y hasta deseable en el espacio público.

Esta reconfiguración cobra mayor sentido si se tiene en cuenta la temporalidad que tiene esta intervención en el espacio público. Por un lado, los afiches son expuestos en buena parte de las estaciones de la red de metro durante un período aproximado de tres meses, aun cuando en ciertas ocasiones este período se ha extendido por más tiempo. Por otro lado,

la regularidad de esta intervención constituye una especie de ola publicitaria anual, puesta en marcha a lo largo de una historia de doce años de intervención en el metro de Santiago, que es el medio de transporte público que moviliza más pasajeros diariamente en la ciudad.

En esa perspectiva, la regularidad y recurrencia de prácticas y formas de uso a lo largo de este período implican que el repertorio de actividades posibles y pensables para la red de metro se ha modificado y, al mismo tiempo, se ha estabilizado. Vale decir, que se transforma y luego se va consolidando a través de un conjunto de atribuciones de funciones. Por lo tanto, el repertorio de significados posibles para este espacio urbano ya no está remitido solo a la circulación y el transporte de pasajeros o a informarse de la actualidad a través de los televisores de sus andenes y los periódicos distribuidos en sus accesos. A esto se agrega la posibilidad de encontrar e imaginar diversas posiciones discursivas, tener lecturas ficcionales y suspender, aunque sea por unos instantes, las rutinas de comportamiento funcional. Pero junto con ello el espacio público del metro de Santiago emerge como un lugar donde es posible leer e imaginar la ciudad capital en su conjunto, puesto que allí se dan a conocer versiones literarias de la urbe y de la manera en que sus habitantes la viven. Esta es otra dimensión en la que el espacio público se ve intervenido.

Antes hemos mantenido la referencia al espacio público como una suerte de soporte físico que acoge acciones, algunas de ellas innovadoras. Ahora, en la última frase proponemos una expansión del carácter público de los afiches, en este caso vinculada con la capacidad colectiva de re-presentar la ciudad. En otra formulación podemos señalar que el concurso “Santiago en cien palabras” actúa conjuntamente sobre el espacio de las prácticas, la representación del espacio y el espacio de las representaciones, siguiendo la propuesta del geógrafo BENNO WERLEN (2004: 53).

Tabla 1. Tipos de prácticas y espacios

Tipo de prácticas	Tipo de espacio
Prácticas en el espacio	Espacio vivido
Representación del espacio	Espacio concebido
Espacio de la representación	Espacio percibido

Traducido del trabajo de BENNO WERLEN (2004a: 53) con bases en LEFEBVRE (1991)

Reconfiguración ecológica de un espacio urbano.
El metro y los micro-relatos de “Santiago en Cien Palabras”

La transformación que hemos descrito hasta ahora constituye una forma de intervención típica del espacio público. Siguiendo la propuesta de QUÉRÉ (1992), actuar sobre el espacio público significa hacer visibles, de un cierto modo, a las personas, a los objetos y al mundo en que vivimos. La experiencia de lectura de la ciudad “en” el espacio del metro implica una intervención sobre quien lee, pero también una intervención sobre los modos de co-presencia entre desconocidos en este espacio (el distanciamiento de los otros mencionado anteriormente), así como una intervención sobre el modo en que la ciudad es hecha visible a través de un tipo particular de narrativa —puesto que el relato breve surge como posibilidad de escritura y lectura— y a través de una particular clase de objeto —el afiche literario, ilustrado, etc.—.

En este sentido, la exposición de los afiches del concurso “Santiago en cien palabras” en la red del metro *crea y hace visible* la relación que puede existir entre un tipo de escritura literaria y un tipo de espacio urbano. Además, su repetición a través del tiempo fue convirtiendo dicha relación en afinidad. Con ello no pretendemos expresar una suerte de determinismo; por el contrario, buscamos ofrecer una descripción empírica de lo ocurrido en el transcurso de una intervención de más de una década, en la medida en que, para el caso del concurso “Santiago en cien palabras”, ha resultado en que los habitantes de la ciudad asimilaron la práctica colectiva de re-pensar la ciudad y escribir sobre ella³, de detenerse a leer representaciones literarias de la ciudad y resignificar prácticas en el espacio público urbano. La red de metro deviene, por más de una década, un lugar doble: lugar que permite leer una clase particular de textos literarios referidos a la ciudad y lugar adecuado para imaginar literariamente la ciudad y la vida urbana.

CONCLUSIÓN. PRÁCTICAS Y REPRESENTACIONES ESPACIALES EN LA RECONFIGURACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO

De acuerdo con MITCHELL (1995) —con base en su análisis del conflicto social vinculado con el espacio público en un parque de la ciudad de Berkeley, perteneciente a la Universidad de California⁴—, el espacio público se mantiene siempre en una tensión entre visiones opuestas. En su análisis, por un lado encontramos la idea de espacio público promovida por los planeadores urbanos de la ciudad o de la universidad; por el otro, la reafirmada por los grupos marginales dentro de la sociedad.⁵ En la primera visión se encuentra la idea del espacio público que sirve al propósito de la recreación y el esparcimiento. En la segunda perspectiva, el espacio público aparece politizado, tolerando el riesgo de desorden en la medida en que acoge la expresión de los actores sociales. Como apunta SEVILLA-BUITRAGO

3 Han participado alrededor de 400.000 micro-relatos originales hasta el año 2012, según cifras de los organizadores. Se calcula que cada año participan en promedio 50.000 micro-relatos.

4 La reflexión sobre el parque como espacio público es fuente de interés analítico para muchos planificadores y académicos. En una referencia al caso chileno, SERGIO LEÓN (1998) describe cómo los parques y áreas verdes en muchas comunas del país son definidos aún como espacios ornamentales, en una suerte de orientación “decimonónica” que desconoce las “demandas recreativas y deportivas de los habitantes urbanos en la alborada del siglo XXI” (30 pp.).

5 En una línea similar y para el caso de los habitantes de la calle en Buenos Aires ver MOTTA ET AL. (2013).

(2014), esta distinción se basa en la diferencia planteada por LEFEBVRE entre representación del espacio (espacio planeado, ordenado, controlado) y espacio de representación (espacio vivido, espacio en uso, apropiado), distinción fundamental para comprender las técnicas urbanísticas de domesticación del espacio público. En una perspectiva similar de técnica urbanística, GIROLA plantea cómo para las autoridades de la planeación se articula un proceso de recualificación que va de *“la ciudad problema a la ciudad negocio”* (GIROLA ET AL., 2011).

La reconfiguración ecológica del metro que aquí hemos planteado es también expresiva de esta disyuntiva entre espacio de representación, representación del espacio y prácticas en el espacio (ver tabla 1). Solo que, en el caso de “Santiago en cien palabras”, no se observa un conflicto explícito por el sentido y el uso del espacio público, por cuanto las instituciones sociales vinculadas con el espacio del metro son promotoras de la práctica y, al parecer, los habitantes de la ciudad y usuarios del metro se sienten mayoritariamente interpelados por, y reconocidos en, este evento y las situaciones que a él se encuentran asociadas. Sin embargo, esto no implica que los efectos imaginarios y de sentido ligados a la emergencia de nuevas prácticas sean completamente predecibles y homogéneos, ni menos programables.

Efectivamente, la incorporación de afiches con micro-relatos constituye una forma de intervención y control del espacio. Solo que esta planificación no es nunca total y no puede predefinir las formas de apropiación a través de los modos de lectura que se despliegan en el metro, fundamentalmente debido al carácter imaginativo de la lectura de los micro-relatos (SCHAEFFER, 2013). Junto con ello, esa nueva imaginación sobre el espacio no remite solamente al espacio del metro, sino que involucra a la ciudad en su conjunto, por cuanto en los textos considerados se refiere a múltiples lugares, situaciones y experiencias de la ciudad contemporánea, de la ciudad del pasado y de la que está por venir. De esto se desprende que es la condición pública de la ciudad la que también se ve afectada por el concurso, pues se agregan nuevas visiones y significaciones para los distintos lugares que la conforman, los diversos actores que la habitan y las variadas experiencias que ocurren en ella.

Lo público del espacio, entonces, es doblemente intervenido por los micro-relatos, tanto a nivel de las formas comunes de uso del espacio del metro, como de las formas de representación generales que se tienen sobre la ciudad, sus lugares y sus actores. Así cobran mayor fuerza las palabras finales de la sección anterior, donde proponíamos que el metro de Santiago deviene un lugar en donde se pueden leer textos referidos a la ciudad, organizados y promovidos institucionalmente y, al mismo tiempo, imaginar la ciudad, de manera singular y libre por parte de sus habitantes. Ambas situaciones, en conjunto, suponen un ejercicio

de expansión del carácter público de nuestros espacios, por cuanto se incrementan —de un modo no completamente planificado ni completamente planificable— tanto las prácticas espaciales, como las representaciones y significaciones del espacio público urbano, a partir de la reconfiguración ecológica del espacio del metro.

BIBLIOGRAFÍA

- ARIZTÍA, Tomás** (2012). “El trabajo invisible de las cosas”. En: *Revista 180*, N.º 28, Ediciones UDP.
- BRANCA-ROSOFF, Sophie** (1999). “Présentation”. En: *Langage et Société*, Numéro 87.
- DENIS, Jérôme y PONTILLE, David** (2010) *Petite sociologie de la signalétique*. Presses des Mines, París.
- DEWEY, John** (1949). *El arte como experiencia*. Fondo de Cultura Económica, México.
- FRAENKEL, Béatrice** (2002) *Les écrits de septembre. New York 2001*. Textuel, Paris.
- FRAENKEL, Béatrice** (2008). “Las escrituras de la catástrofe. Práctica de escritura y de lectura en la ciudad de Nueva York en septiembre 2001”. En: *Actuel Marx/Intervenciones* N.º 6, LOM.
- GENETTE, Gerard** (1991). *Fiction et diction*. Seuil, Paris.
- GIROLA, María Florencia; YACOVINO, María Paula y LABORDE, Soledad** (2011). “Recentrando la centralidad: procesos de recualificación urbana y espacio público en la ciudad de Buenos Aires desde una perspectiva etnográfica”. En: *Cuaderno Urbano*. Volumen 10, N.º 10.
- LAHIRE, Bernard** (2008) *“La raison scolaire: école et pratiques d’écriture entre savoir et pouvoir”*. Presses universitaires de Rennes, Rennes.
- LEÓN, Sergio** (1998). “Conceptos sobre espacio público, gestión de proyectos y lógica social: reflexiones sobre la experiencia chilena”. En: *Revista EURE*. Vol. 24, N.º 71.
- MITCHELL, Don** (1995). “*The End of Public Space? People’s Park, Definitions of the Public, and Democracy*”. *Annals of the Association of American Geographers*. Vol 85, N.º 1.
- MOTTA, Jorge Martín; ROSA, Paula Cecilia y GARCÍA, Ariel Oscar** (2013). “Dimensiones, perspectivas y tensiones del espacio público: los habitantes de la calle en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires”. En: *Cuaderno Urbano*. Volumen 15 N.º 15.
- PECQUEUX, A. y ROUEFF, O.** (2009) *Écologie sociale de l’oreille: enquêtes sur l’expérience musicale*. École des hautes études en sciences sociales, Paris.
- PECQUEUX, Antony** (2012). “Pour une approche écologique des expériences urbaines”. En: *Tracés. Revue de Sciences humaines*, en línea, N.º 22.

- QUÉRÉ, Louis** (1992). “L’espace public: de la théorie politique à la métathéorie sociologique”. En: *Quaderni*, N.º 18.
- SCHAEFFER, Jean-Marie** (2013) *Pequeña ecología de los estudios literarios. ¿Por qué y cómo estudiar la literatura?* Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- SEVILLA-BUITRAGO, Álvaro** (2014). “Central Park y la producción del espacio público: el uso de la ciudad y la regulación del comportamiento urbano en la historia”. En: *Revista EURE*, Vol. 40, N.º 121.
- VELAY-VALLANTIN, Cathérine** (1987). “Le miroir des contes. Perrault dans les Bibliothèques bleues”. En Chartier, R. (editor), *Les usages de l’imprimé*. Fayard, Paris.
- WERLEN, Benno** (2004). “Regions and Everyday Regionalizations: From a Space-centred Towards and Action-centred Human Geography”. In Houtum, H., Kramsch, O. T., & Zierhofer, W. Ed. *Bordering space*. Ashgate, Burlington, VT.