



PONTIFICIA  
UNIVERSIDAD  
CATÓLICA  
DE CHILE

DISEÑO | UC  
Pontificia Universidad Católica de Chile  
Escuela de Diseño

# Emotiva

Sintiendo tu ciudad paso a paso

Amanda Luz del Río González  
Profesora guía: Javiera Parr  
Enero 2021, Santiago, Chile

Tesis presentada a la Escuela de Diseño de la  
Pontificia Universidad Católica de Chile para optar  
al título profesional de Diseñadora.

## Agradecimientos

A mi mamá por enseñarme a mirar los detalles a mi alrededor y sorprenderme con ellos. Por tu fortaleza y compañía, por estar a mi lado en cada etapa. No habría sido posible sin ti.

A la Javi, por guiarme en este proceso con paciencia y entusiasmo. Por tu confianza y sabiduría que han nutrido más que este proyecto.

A José por endulzar este proceso, por las risas, el apoyo y confiar en mí cuando a mí me costó.

A mis tíos y primos, por toda su generosidad y cariño al acogerme en la recta final.

A mis amigas y amigos, que hicieron de estos 5 años una dicha. No podría estar rodeada de personas con mejor calidad humana. Gracias por ayudar a sacar adelante este proyecto y también por estar ahí.

A **Santiago de Chile**, por ser el escenario que necesitaba de inspiración este año.

# Índice

<b>Introducción</b>	<b>4</b>	<b>Formulación del proyecto</b>	<b>36</b>	Narrativa	75
Motivación personal	5	<b>Levantamiento de información</b>	<b>37</b>	Aplicación: Diagrama de flujo	76
Introducción	6	Mapeo proyectivo: Formas de caminar	40	<b>Identidad visual</b>	<b>79</b>
		Encuesta situada: Tú lugar para	42	Naming	79
<b>Marco teórico</b>	<b>7</b>	Sentimientos en Santiago	49	Logo	79
La ciudad como escenario	8	Historias situadas	53	Elección tipográfica y paleta cromática	80
Santiago de Chile	12	Encuesta historias en Santiago	57	Íconos y mapa	81
Co-creación y co-diseño	16	Sistematización	58	<b>Implementación</b>	<b>83</b>
		<b>Proyecto</b>	<b>59</b>	Modelo de negocios	84
<b>Metodología</b>	<b>20</b>	<b>Planteamiento de las rutas</b>	<b>60</b>	Plan de divulgación	85
<b>Estado del arte</b>	<b>24</b>	Alegría	61	Estructura de costos	85
Antecedentes	25	Sorpresa	64	Financiamiento	86
Referentes	27	Nostalgia	66	<b>Conclusiones</b>	<b>87</b>
		Testeos e iteración de las rutas	68	Conclusión	88
<b>Concepción del proyecto</b>	<b>29</b>	Primer testeo: Concepto de las rutas y sectores preliminares	69	<b>Referencias bibliográficas</b>	<b>90</b>
Qué, Por qué, Para qué	30	Segundo testeo: Rutas, lugares y validación del mapa	70		
Objetivos	31	Testeo recorrido de sorpresa	71		
Usuario	32	Testeo recorrido de alegría	72		
Contexto	34	<b>Soporte</b>	<b>74</b>		
		Definición del formato	74		

# Introducción

## Motivación personal

Me considero una devota santiaguina, amante de la cultura de mi país pero más aún de las personas que lo habitan y lo caracterizan. Cuando en la pandemia no había opción de poner un pie en la calle, me emocionaba escuchar desde mi piso 19 a un organillero que con tenacidad seguía sacando su carro para deleitar a los niños que desde su encierro lo extrañaban.

Recuerdo con cariño la época en la que gané la independencia de moverme sola y que además estuve oportunamente acompañada de personas que me motivaron a salir de mis circuitos corrientes. La gran gracia: no existía un recorrido, sólo un comienzo y el fin se daría en cuanto estuviéramos muy cansados como para continuar. Y si aún así queríamos seguir caminando, era tan simple como parar en una *picá* y retomar energías.

Estas ganas de conocer y hacer de Santiago mi patio se mantienen al día de hoy y me regocija saber que cada día crecen las personas que así lo sienten. Por lo mismo, cuando por la pandemia nos tuvimos que refugiar en nuestros hogares, despertó en mí una inquietud sobre las falencias que dejaba esa desconexión. De ahí nace este proyecto, con el que busqué aprovechar mi último tiempo de pregrado queriendo entender (o al menos acercarme a entender) cómo las personas viven y conviven en Santiago.



Hay cosas de la ciudad que vienen dadas. Pero queda en las personas empoderarse de ellas para plantear nuevas formas de vivir en Santiago, y para eso se necesita de iniciativas que planteen este tema como relevante y creando conciencia en las personas. Así el día de mañana podremos convivir en una ciudad que ponga a las personas en el centro,

Santiago es una ciudad de contraste y hay mucho que mejorar. Espero que el día de mañana poder aportar desde mi profesión a esta ciudad en la que he vivido y soñado.

Imagen:

Registro personal del Cerro Manquehue, 2018.

En esta imagen convergen dos de mis cosas favoritas: admirar la ciudad y la fotografía análoga.

“La ciudad existe únicamente por el paso de sus habitantes o de sus viajeros, que la inventan y la vivifican con su caminar, sus encuentros, sus visitas a tiendas, a lugares de culto, a edificios administrativos, a vestíbulos de estación, a salas de espectáculos, cafés, lugares de ocio, etc. Los transeúntes son el signo de vitalidad o del adormecimiento, del placer o el aburrimiento que suscita la urbe.”

Le Breton (2000)

---

## Introducción

Tal como expone Le Breton, la ciudad se compone por las acciones que toman lugar en ella, sumándole aún más que el concreto de sus edificios. Día a día millones de personas, sin darse cuenta, forman y reforman la ciudad en que viven. Santiago podría existir sin rascacielos, autopistas o aeropuertos, pero no podría existir sin las personas que recorren sus calles e interactúan con sus espacios. Se puede vivir y ser parte de la ciudad en diferentes maneras, pero hay una actividad que permite verla de manera especial, una actividad tan antigua como el ser humano y que hoy miles de millones de personas en el mundo siguen practicando, caminar. De manera consciente o no, caminar por los barrios, avenidas y parques de Santiago permite conectarse con la ciudad y su historia, conocer sus curiosidades y deslumbrarse con todo lo que tiene para ofrecer, es una manera sana de hacer ejercicio y de conocer personas, una actividad tan básica pero a la vez significativa que se erige como el centro de este proyecto.

Los últimos años han desafiado la forma en que se entiende la ciudad, una crisis social y política que forzó a cuestionar y cambiar tantas cosas que se consideraban naturales, seguida de una pandemia que relegó a las personas a sus espacios privados sin poder salir de casa. Ante este desafío, es esencial resignificar la ciudad y volver a valorizar el espacio público como el lugar donde se forma día a día nuestra sociedad. Desde el diseño se encuentran las herramientas para aportar a crear la identidad de nuestra ciudad, y también se puede cuestionar qué impedimentos vemos hoy en Santiago para ser y hacer una ciudad que incluya a todos sus habitantes. En tiempos donde la agenda urbana se centra en crear más autopistas y carriles para autos, es una responsabilidad abrir espacios para que las personas vuelvan a encantarse con el caminar y recorrer con alegría las calles de la capital.

**Marco teórico**

## La ciudad cómo escenario

### La urbe y sus habitantes: Relación de reciprocidad

La ciudad es un asentamiento urbano donde vive y convive una masa heterogénea de personas, se ve físicamente delimitada por sus calles, manzanas, arquitectura y acoge a las personas que ahí hacen su vida, viven sus costumbres y comparten rasgos identitarios. Hoy en día el 55% de la población mundial reside en zonas urbanas, lo que corresponde a, aproximadamente, 4.200 millones de personas (Banco Mundial, 2020). En Chile el panorama es igualmente evidente, al año 2017 el 89,9% de la población chilena residía en zonas urbanas (IPSUSS, 2018), mientras que tan sólo en la capital vivían 5,2 millones de personas al mismo año (INE, 2017). Vivir en un contexto urbano propone varios beneficios a sus habitantes, principalmente en relación a la resolución de necesidades básicas. En términos de acceso a vivienda, alimentación, trabajo y otras necesidades de las planteadas por Maslow (1943), la ciudad presenta beneficios y mayor acceso en comparación a sectores rurales lo que también

explica parte de la migración campo ciudad que se ha dado en nuestro país desde comienzos del S.XX.

Para las necesidades planteadas en las categorías axiológicas de Max Neef (1993) también se



Fig. 1  
Pirámide Necesidades de Maslow (1943)

encuentran satisfactores en la relación con la ciudad. Estas necesidades son definidas como carencias que movilizan a sistemas (sociales, económicos) para poder ser satisfechas. Dentro de ellas, se encuentran las necesidades axiológicas que responden a la subsistencia, afecto, entendimiento, entre otras. También existen las necesidades según categorías existenciales: ser, tener, hacer y estar (Max Neef, 1993). En su matriz de necesidades y satisfactores, las necesidades axiológicas encuentran a sus satisfactores por medio de las necesidades existenciales. Por ejemplo, la necesidad axiológica de subsistir encuentra su satisfacción en tener alimento y abrigo. Algunas de las necesidades planteadas son la participación, el recreo y la libertad, y pueden ser cubiertas desde el despliegue ciudadano (Alguacil, 2008). Un ejemplo para esto es la necesidad de participación, que se relaciona a los derechos a la ciudadanía, a la producción del espacio, a compartir, decidir,



asociarse y poder relacionarse. El recreo también es una de las satisfacciones que puede ofrecer la ciudad, dándoles a sus habitantes espacios libres y equipamiento para imaginar y crear, pavimentando relaciones de comunidad, amistad y vecindad. La creación e identidad también son abarcadas por Alguacil, apuntando a la cooperación entre personas, los derechos culturales y el paso hacia la apropiación de la ciudad.

La ciudad es capaz de aproximar respuestas para quienes habitan en ella, algunas por sus características materiales como la infraestructura y servicios, pero también en cuanto esta se abre como un espacio público de exploración. La organización Organicity toma esto como pilar en su labor, buscando conectar a las personas con sus barrios y ciudades por medio de la exploración de soluciones (Organicity, s.f). Basándose en la idea de que existen necesidades infinitas, plantean buscar soluciones a problemas específicos cuya identificación venga de las comunidades que se enfrentan a ellos. Tras generar esas instancias de identificación de problemas, plantean soluciones desde la experimentación e iteración. El valor de ello reside más allá de la solución, sino que en el involucramiento de los residentes (Organicity, 2018). La acción de usar e involucrar a las personas con su ciudad permite el empoderamiento de ellas como ciudadanas (García-Doménech, 2017), dotando al espacio público de significado y propiciando la democratización del mismo por medio de la conexión con su cultura local. Se puede ver este acto como una retroalimentación en el círculo virtuoso habitante-hábitat, que en tanto la urbe le entrega sus beneficios, el habitante la hace vivir y configurarse.

Fig. 2

Tabla de Categorías  
Axiológicas, Max Neef  
(1993)

	SER	TENER	HACER	ESTAR
SUBSISTENCIA	Salud física, salud mental, equilibrio, humor, adaptabilidad	Alimentación, abrigo, trabajo	Alimentar , procrear, descansar, trabajar	Entorno vital, entorno social
PROTECCIÓN	Cuidado, adaptabilidad, autonomía, equilibrio	Sistemas de seguros, ahorro, seguridad social, sistemas de salud	Cooperar, prevenir, planificar, cuidar, curar, defender	Contorno vital, contorno social, morada
AFECTO	Autoestima, solidaridad, respeto, tolerancia,	Amistades, parejas, familia, animales,	Hacer el amor, acariciar, expresar emociones	Privacidad, intimidad, hogar , encuentro
ENTENDIMIENTO	Conciencia, receptividad, curiosidad, asombro,	literatura, maestros, método, políticas	Investigar, estudiar, experimentar, aduar, analizar	Ambitos de interacción formativa: escuelas
PARTICIPACIÓN	Adaptabilidad, solidaridad, disposición, convicción	Derechos, responsabilidades, obligaciones, atribuciones	Afiliarse, cooperar, proponer, compartir	Ambitos de interacción participativa: cooperativas
OCIO	Curiosidad, receptividad, imaginación, despreocupación	Juegos, espectaculos, fiestas,calma	Divagar, abstraerse, soñar,añorar, fantasear	Privacidad, intimidad, espacios de encuentro
CREACIÓN	Pasión, voluntad, intuición, imaginación	Habilidades, destrezas, método, trabajo	Trabajar, inventar, construir,idear, componer	Ambitos de producción y retroalimentación
IDENTIDAD	Pertenencia, coherencia, diferencia, autoestima	Símbolos, lenguaje, hábitos, costumbres	Comprometerse, integrarse, confundirse, definirse	Socio-ritmos, entornos de la cotidianidad
LIBERTAD	Autonomía, autoestima, voluntad, pasión	Igualdad de derechos	Discrepar,optar, diferenciarse, arriesgar, conocerse	Plasticidad espacio-temporal

## El derecho a la ciudad

El tópicus de la interacción sujeto-urbe se remonta a 1969 con Henri Lefebvre y su publicación "El Derecho a la Ciudad". En ésta se cuestiona la urbe post-industrial como un lugar que por acto de sumisión ante el capitalismo, pierde y carece de su foco urbano por y para las personas. Las interacciones sociales, el recreo y la vida urbana quedan desplazadas del espacio público haciendo primar los no-lugares. Los no-lugares son espacios que se destinan principalmente al transporte, buscan eficacia y rapidez, pero lo que los caracteriza es que no invitan a las personas a permanecer, estar y acomodarse (Augé, 1992). Esto se puede ver en nudos viales, veredas hostiles, y en general cualquier lugar que evite que las personas puedan permanecer un tiempo prolongado.

En contraposición a estos lugares efímeros y de paso, se encuentra la potencialidad de las ciudades de no solo dar hogar y cobijo a sus habitantes, sino de establecerse como centro

de relaciones sociales y escenario catalizador de la vida urbana. Esto es reafirmado por García-Doménech (2015) "La ciudad debe tener la cualidad de ser no sólo usable, sino también habitable" (p.210). Mora y Tironi (2018) en su libro "Caminando. Prácticas, corporalidades y afectos en la ciudad" comentan que "se revela una ciudad hecha más de percepciones, sentidos y afectos que por infraestructuras urbanas"(p.12).

Bajo este concepto de la ciudad habitable se encuentra la idea de la persona como configuradora del sentido del espacio que la rodea. Esto puede ser por medio de la caminata y/o de sus percepciones (Le Breton, 2000; Mora y Tironi, 2018), lo que se relaciona con la teoría de producción de espacio planteada por Lefebvre a través de una tríada que corresponden a distintos niveles de profundidad del espacio: espacio percibido, vivido y concebido (1974, en Delgado, 2013).

Fig. 3 Elaboración propia



El primer concepto es el **espacio percibido o la práctica espacial**, es el espacio físico y medible siendo usado, es el escenario donde las personas se desenvuelven y se desarrollan. El **segundo de ellos es el espacio vivido o el espacio de representación**, y se refiere a una primera abstracción que suma el espacio percibido (el espacio más las acciones que ahí ocurren) con la experiencia de ese espacio siendo usado. Por lo tanto esto incluye las acciones que ahí ocurren, los sentimientos relacionados y la cualidad del espacio de incidir en aquellas acciones y sensaciones que ahí toman lugar. **Finalmente está el espacio concebido o representaciones del espacio** que es a la vez el más complejo, ya que en este toman lugar las relaciones de poder y producción de quienes ostentan el poder en la ciudad, y que la someten (o intentan someter) a un orden y reglamento fundamentado en tecnicismos sin necesariamente hacerse cargo de las interacciones naturales que ahí ocurren.



Imagen

Imagen celebración triunfo de Chile en Copa América (2015) (imagen recuperada de sitio [www.t13.cl](http://www.t13.cl))



Imagen

La marcha más grande, se juntan las barras bravas, eternos rivales (recuperado de sitio [www.interferencia.cl](http://www.interferencia.cl))

Esta definición dada por el autor entrega los términos para poder referirnos a las formas de hacer-lugar y dotarlos de relevancia para quienes en ellos habitan. Un lugar es un espacio por sí mismo al existir con características físicas y medibles, pero lo que este significa y representa se ve influido por las acciones e imaginarios que en ellos ocurren creando su identidad a partir de la experiencia humana.

Un ejemplo de cómo las acciones afectan a los lugares se da en Plaza Italia, que ha levantado todo tipo de reacciones desde el estallido social. El lugar físico está compuesto por una rotonda, en su centro hay un pedestal vacío que antes sostenía la estatua del General Baquedano, tiene 2 salidas de metro, la explanada bajo los edificios Turri, además de la calzada, pasos peatonales y otros. Ante distintos eventos las personas se reúnen ahí: celebrar el triunfo de un equipo de fútbol o la selección, pero principalmente para

protestar y manifestarse. Desde el 18 de octubre y los eventos posteriores la plaza fue el epicentro de las manifestaciones en Santiago, se vivió la esperanza por cambios pero también violencia y represión. Todos estos hechos y actos modificaron el imaginario que se tenía de ella; para algunos un lugar de esperanza y cambio, para otros un símbolo de ruptura y violencia.

Se desprende de esto que el significado de los lugares son modelados por el sentir y los imaginarios que en ellos ocurre. Estos pueden ser modificados, creados o eliminados dependiendo de quién y cómo se los tome. Su creación y visibilización puede venir desde organizaciones ciudadanas, desde el urbanismo o en este caso desde el diseño. Por el otro lado, su debilitamiento o eliminación viene de la des-apropiación de quienes los habitan, o desde quienes ejercen poder sobre ellos, y de seguir estos pasos pueden pasar de ser un lugar con significado y habitado

a convertirse en un no-lugar. Esta situación de desapropiación de la ciudad se ve fomentada por la dominación que ejercen ciertos intereses económicos sobre ella (Lefebvre, 2009). Puede tomar cara de progreso pero conciben lo urbano como un conjunto de relaciones económicas (Jacobs, 1971), buscando eficacia y eficiencia por sobre vida y relaciones. Para el mantenimiento de una ciudad sana cuyos habitantes puedan hacer suya, los esfuerzos deben estar puestos en que se de la primera de las opciones descritas por sobre la segunda y así integrar de forma equilibrada una ciudad eficiente que permita la realización de actividades productivas, con una que permita el ocio, la identificación propia y la construcción de sentidos colectivos.

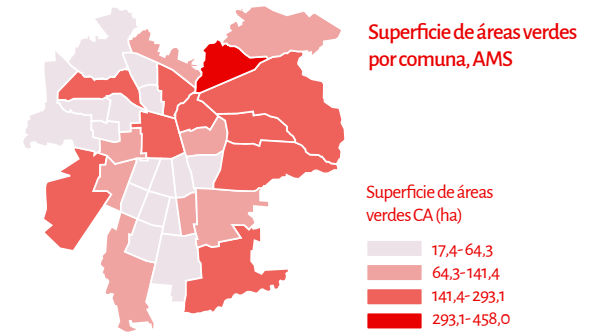


Fig. 4

Superficie de áreas verdes por comuna

## Santiago de Chile

Las ciudades son fenómenos complejos y multidimensionales, y Santiago no es la excepción. Con sus 28 comunas y más de 5,2 millones de habitantes, es el centro urbano más grande de Chile y a falta de una mayor descentralización, también ostenta gran parte de las organizaciones públicas, financieras, de cultura, entre otras. La ciudad está construida por contrastes, por un lado alberga grandes hitos turísticos como el Parque Metropolitano con sus teleféricos que se ven en varias postales turísticas, o el Templo Bahá'í con la Cordillera de los Andes a su espalda, pero estos mismos hitos conviven con una alta segregación social y desigualdad.

Chile es uno de los países con mayores concentraciones de riqueza dentro de la OCDE y también el segundo con mayor brecha de ingresos entre el 10% más rico y 10% más pobre. Esto se puede ver en una capital con realidades diametralmente opuestas, en la que el barrio alto

(donde generalmente se clasifican las comunas de Vitacura, Las Condes, Lo Barnechea, Providencia, Ñuñoa y La Reina) goza de un elevado nivel de vida mientras que las clases menos acomodadas no sólo viven con menos ingresos, sino que también sufren las consecuencias en tratos de dignidad, derechos como la salud, educación y seguridad de sus barrios. Esto también se refleja en la segregación que existe, comunas y barrios a los que se relegó a las clases menos favorecidas y que hoy sufren de poca cobertura del transporte, educación, servicios y otros.

La desigualdad puede ser vista desde múltiples puntos de vista, y en este caso es atingente hacerlo desde su dimensión física y de infraestructura. El acceso y tipo de transporte difieren considerablemente, tanto en el tiempo que toma, el medio de transporte y las distancias recorridas. El quintil de menores ingresos demora 1,6 veces más en sus recorridos que el quintil más rico, y

realiza el 50% de sus viajes a pie y tan sólo el 5% en auto. Por el contrario, el quintil más privilegiado realiza el 50% de sus traslados en auto (Giraldez, Iglesias, Muñoz, Tiznado-Aitken, 2019, P. 3).

En cuanto a servicios y comercio, entre el 2009 y 2015 la mayor parte de la inversión se hizo en las comunas más acomodadas, beneficiando a su población hasta 2,5 veces más que el quintil de menores ingresos. Se puede hablar del fenómeno en grandes números, pero a veces es mejor plantear un hecho concreto: **el pasado 20 de diciembre se inauguró la primera heladería en la comuna de La Pintana, mientras tan solo en el Mall Parque Arauco (comuna de Las Condes) existen 10 heladerías.** Los problemas de la ciudad son mucho más complejos, pero todos tienen una bajada que afecta a la vida de las personas. También se puede hablar del urbanismo de la desigualdad, que se traduce en la cantidad de áreas verdes por habitante, la altura permitida

por los planes de edificación o incluso si el Metro va sobre o bajo tierra impactando de forma visual y acústica a sus vecinos. Todo esto incide en una visión negativa de Santiago para sus vecinos y visitantes, creando una ciudad marcada por los contrastes.

De forma no excluyente Santiago tiene facciones positivas y que son valoradas dentro de su población. La ciudad alberga una vida urbana que se compone de las actividades que permite hacer, los barrios que la componen, su cartelera cultural y los espacios de ocio que les da a sus habitantes, entre otros. La importancia de hacer una ciudad para las personas ha sido comprendido por aquellas instituciones que se encargan de su ejecución, tal como las Municipalidades, Gobierno Regional e instituciones culturales y otras que directamente se dedican a temas de ciudad. Han nacido iniciativas como Santiago Camina cuyo fin es favorecer el andar a pie, OH! Stgo que en un formato similar al Día del Patrimonio da a conocer lugares de valor arquitectónico, tecnológico o de diseño, Mapocho 42K que busca crear una ciclovía continua por la ribera del río y otros varios que promueven una cultura ciudadana. A la par también han surgido una serie de comunidades digitales que se dedican a la valorización de Santiago tal como Santiagoadicto (una de las primeras) que fue fundada en 2011 como un twitter de difusión de la ciudad y que con los años ha crecido a un nivel que su página de Instagram tiene más de medio millón de seguidores, y otras que se han unido como Santiaguista, Santiagopanorama y Amosantiago.



Imagen

Iniciativa comunal "pasarelas verdes" en conjunto residencial San Borja (registro personal)

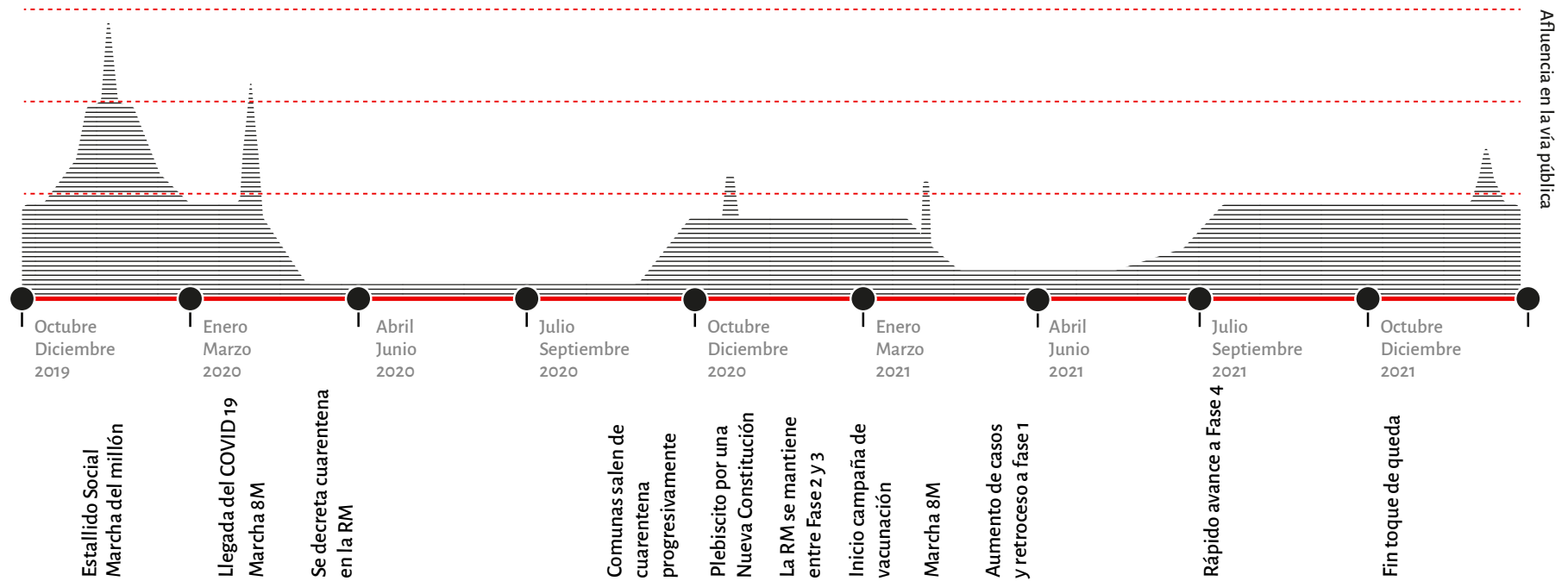


Fig. 5 Elaboración propia

### Estallido y pandemia

El panorama como se conocía hasta septiembre de 2019 cambia drásticamente cuando la ciudad se re-configura tras el estallido social del 18 de octubre de ese año y el inicio de la pandemia de coronavirus en marzo del 2020.

En el transcurso de 6 meses la ocupación de Santiago, específicamente la zona céntrica, tuvo importantes fluctuaciones en su uso diario. El eje Alameda Providencia albergó las protestas sociales más convocantes registradas en Chile, llegando a reunir 1,2 millones de ciudadanos el 23 de octubre (BBC, 2019).

Durante octubre hasta diciembre Plaza Baquedano o “Plaza Dignidad” pasa de ser un nudo vial de alto tráfico a una zona peatonal de manifestación. La semana posterior al 18 de octubre se instaura por primera vez desde la dictadura un toque de queda por motivos no relacionados a catástrofes naturales, restringiendo la libre circulación entre las 20.00 y 7.00 horas, modificando con esto los ritmos de la ciudad (La Tercera, 2019).

Habiendo pasado 5 meses desde el comienzo de las manifestaciones, vuelve a ocurrir un cambio en la ocupación de la ciudad debido al surgimiento de la pandemia por coronavirus. El Gobierno decreta Estado de emergencia y cuarentena del

Gran Santiago desde el 26 de marzo, junto con un toque de queda entre 23.00 y 5.00 (Cooperativa, 2020). Tras este último hecho la ciudad queda a merced de las políticas sanitarias y disminuye tanto la movilidad como la vida urbana, haciendo que los habitantes se replieguen en sus hogares para hacer frente a la crisis de salud.

## Empoderamiento de la ciudadanía y democratización del espacio público

La apropiación de la urbe se da cuando sus habitantes interactúan en ella y con ella. De esta forma se le agregan capas de información (sentires e imaginarios) a la práctica espacial, convirtiendo ese lugar físico y sus acciones en un espacio de representación dotado de significado. Esta acción es una forma de configurar el hábitat y crear lugares toma relevancia, pero también en la ciudad contemporánea se presenta como un desafío (Savage, Bagnall y Longhurst, 2005; Iturra y Jirón, 2011) y más aún cuando nos encontramos ante una situación inexplorada de volver a habitar tras un evento de magnitud como lo es la pandemia y las re-configuraciones que esta hizo.

Jirón y Mansilla (2013) destacan la importancia del momento del transporte, en que las personas se encuentran cara a cara con la ciudad especialmente en modos de transporte públicos. En esos momentos los viajeros urbanos pueden acceder a experiencias paralelas que engloban la necesidad de llegar de un punto A a un punto B y además acceder a otras oportunidades en la ciudad. Los autores destacan el andar a pie como el privilegio de encontrarse en primera persona con los barrios a recorrer, generando un encuentro directo entre el ambiente y el caminante. Sobre el caminar, Martínez (2018) en Mora y Tironi (2018) “es una práctica en la que se encarnan los lugares, se hacen parte del cuerpo y de la vida.”

Caminar es también un acto de resistencia y apropiación, dando una vuelta al sentido con el

que se construyó un lugar (Mora y Tironi, 2018) quitándole el aura de no-lugar. Hacer uso del espacio público es la forma de empoderarse de él, y tras la pandemia surge la oportunidad de crear nuevas formas de habitar. Esto se puede ver en la concesión que hicieron algunas municipalidades de calles y veredas para que restaurantes pudieran atender ahí y disminuir los riesgos de contagio (La Tercera, 2020), en que las calles se convirtieron en gimnasios cuando 1 de cada 3 personas encuestadas por la CADEM aprovechó la franja deportiva de Elige Vivir Sano durante la fase 1 (CADEM, 2021) y también en cómo otros espacios han sido ocupados de forma fortuita como alternativas para la distensión y reunión social. El uso que se le da a la ciudad no sólo es variable sino que la transforma, deposita en ella el ánimo de sus transeúntes desde las acciones e interacciones que ahí ocurren.



Imagen

Imagen del mismo edificio en Av. Pucuro capturado desde el auto con cámara que permite 4 fotogramas en menos de 1 segundo (registro personal)

Imagen

Bugambilia Pucuro (imagen recuperada de sitio [www.santiagooadicto.tumblr.com](http://www.santiagooadicto.tumblr.com))

## Co-creación y co-diseño

El User Centered Design se desarrolla de forma que el usuario es puesto en el centro de la investigación, buscando comprender su experiencia y dar resolución a sus necesidades desde el diseño. Por otro lado, países del norte de Europa conciben al usuario como participante activo del proceso de diseño y (Sanders, 2006). De esta forma el rol del diseñador evoluciona, dejando atrás el tipo de investigación en el que cumple una función observadora y analítica que aporta con el conocimiento de la academia, y se pasa a una investigación participativa en que tanto el diseñador como el usuario tienen roles más equitativos en que se reconoce su expertise; en el caso del diseñador, sobre diseño, y en el caso del usuario, de comprensión de su experiencia.

Ambas concepciones respecto a la integración del usuario en el proceso de diseño han ido convergiendo, y de ellos han surgido 2 conceptos

respecto a su participación; co-diseño y co-creación. La definición de estos términos varía de autor en autor y para poder alinearlos tras una concepción se optará por utilizar las definiciones entregadas por Sanders y Stappers (2008). Ellos plantean que la co-creación se entiende como cualquier acto de creatividad colectiva compartida por dos o más personas; y co-diseño son esas acciones de creación colectiva que se dan a lo largo del proceso de diseño, refiriéndose a cada instancia específica de co-creación.

En el diseño participativo se re-plantea la forma de participar de cada uno de los integrantes. Bajo el modelo tradicional, para ponerlo en palabras simples, el usuario es un objeto pasivo de estudio, el investigador observa y aporta desde su conocimiento académico para generar reportes y finalmente el diseñador genera ideas y conceptos. En el caso del diseño participativo los roles se entremezclan para crear un trabajo más

horizontal entre los distintos actores. En este caso el diseñador y el investigador pueden ser la misma persona que se desempeña como un facilitador para la co-creación, aportando para hacer comprensible la investigación para el usuario, catalizar su creatividad y crear un contexto en que las ideas, experiencias y conocimiento fluya en favor del proyecto final. Por su parte el usuario se hace parte de estas instancias aportando con el vasto conocimiento que tiene de su experiencia propia y tomando también la relevancia de ser el experto en sus vivencias y contexto. Finalmente, puede depositar todo ese saber y compartirlo de forma comprensible gracias a los instrumentos diseñados.

En el presente proyecto se utilizarán instrumentos de co-diseño en la etapa de levantamiento de información respecto a Santiago, buscando poner en valor las vivencias de las personas que en ella conviven para comprender cómo se constituye la



**“Están las salidas de trámites, banco, trabajar, universidad y soy rápido. Soy puntual, tomo la micro, tomo el uber. Las otras son de ocio, salgo caminando, lo paseo y paso bien.”**

Gonzalo Salazar, Historiador, 29 años

---

## Interacciones clave

### Caminata como ocio

Para comprender de primera fuente ciertos aspectos que toma la caminata guiada por el ocio se realizaron 6 entrevistas a personas entre los 21 y 33 años habitantes de Santiago, cuyo factor común era sentir atracción por salir a pasear. Las entrevistas fueron realizadas por medio de zoom entre los meses de septiembre y octubre de 2021 y se utilizó un formato semi-estructurado que permitiera un diálogo fluido y también poder profundizar en aquellos temas que no estuvieran en la pauta pero que aportaran información valiosa.

El principal hallazgo es la caminata como momento de ocio. Se indaga por el contexto en que se utilizan distintos medios de transporte y los más mencionados fueron Metro/Transantiago, automóvil, bicicleta y a pie. Los dos primeros se relacionan mucho más al transporte eficiente y llegar rápido, y los segundos a una mayor tranquilidad pero por sobre todo de la caminata

se destaca su cadencia que permite contemplar y hacerse parte (sin desestimar que en otros contextos si sea un medio de transporte altamente utilizado).

**“Para mi caminar es parte de mi ocio, yo soy feliz. Antes de la pandemia me ponía audífonos, sacaba mis puchos y era feliz. Y cuando llovía, me ponía mi parka, sacaba los puchos y caminaba. Mis salidas son caminando, mis amigos tienen que ser buenos para caminar, con la que salgo tiene que ser buena para caminar. A veces salgo, a caminar nomas.”**

Gonzalo Salazar, Historiador, 29 años

1.

### Paseo como momento de vivir el momento

ciudad desde su cotidianidad.

El momento de salir a pasear es un tiempo protegido ante el estrés causado por otras áreas de la vida, creando un espacio de calma mental que permite enfocarse en lo que ocurra mientras dure esa ventana. Los entrevistados lo relacionan al poder parar y tener conciencia de ellos mismos y su exterior, permitiendo alcanzar un mayor nivel de calma y atención.

**“El caminar o andar en bici te permite ir más pendiente y mirar, te permite detenerte.”**

Carolina Van de Wyngard, Paisajista, 33 años

**“En el paseo he podido encontrarme y estar presente, sensorialmente estar en el lugar.”**

Pablo Brito, estudiante, 24 años

**“Me motiva despejar la cabeza, desde el ocio. Logro mucha tranquilidad y me gusta harto hacer deporte incorporando el deporte paseo.”**

Carolina Van de Wyngard, Paisajista, 33 años

2.

### Se valora el conocer lugares nuevos como volver a los viejos, ponderando distintos factores

Se hace una distinción entre ir a conocer lugares nuevos y volver a aquellos que ya se han visitado. La opción de conocer se sitúa levemente por sobre volver a lugares conocidos y esto se debe a un deseo de salir de lo común, acumular experiencias y por la rotación de la cartelera cultural. Sin ser excluyente también se valora volver a ir a lugares que ya se conocen y especialmente a los que se les asocia con un buen recuerdo. Re-visitarse un lugar permite rememorar esa experiencia y crear nuevas teniendo un buen precedente, además de ser más cómodo por no enfrentarse a la incertidumbre.

**“Me es más cómodo lo que conozco porque te voy a la segura, pero igual me gusta más innovar.”**

Estefanía Korzensky, Ingeniera Comercial, 27 años

**“Siempre que puedo paseo. Me motiva conocer. Pero además de conocer, volver a un lugar que te dio buenas sensaciones y volver a tenerlas. Obviamente también lugares nuevos, para verlos, y me programo y chequeo mis listas. Priorizo lugares nuevos.”**

Victoria Pávez, estudiante, 21 años

**“En general voy a los mismos lugares porque me recuerdan cosas, lo que me gusta es que no siempre las calles son iguales, siempre está pasando alguien, hay gente distinta, olores distintos.”**

Gonzalo Salazar, Historiador, 29 años

3.

### Poca estructura al salir

Al momento de pensar en pasear se opta más por delimitar un sector al que se quiere ir, pero ya ahí no existe un plan fijo y se opta por la espontaneidad. Para estos efectos se diferencian tres tipos de salida, aquellas que buscan sólo el paseo por pasear o *flâneur*, los motivados por un hito específico (sea cultural, recreacional u otro) y finalmente los que combinan los dos anteriores.

**“No me preparo mucho, me organizo y sé que ese día lo voy a ocupar.”**

Estefanía Korzensky, Ingeniera Comercial, 27 años

**“Me gusta programar lo que tengo que hacer, para al menos conocerlos y aprovechar mejor el día. Me hago un itinerario tentativo y si hay onda una expo nueva soy flexible, pocas veces voy a la vida. Así que aprovecho.”**

Victoria Pávez, estudiante, 21 años

4.

### Inspiración para visitar surge con anticipación

La inspiración para elegir a dónde ir suele gestarse tiempo antes, en base a recomendaciones, eventos culturales y por redes sociales entre las que prima Santiagoadicto.

**“En general son ideas que se me van ocurriendo, un miércoles lo pienso y finalmente sale, pero en general es bastante espontáneo.”**

Carolina Van de Wyngard, Paisajista, 33 años

5.

### Se evita andar cargado

Al salir a pasear a pie se evita cargar demasiado, tanto por el peso que genera, por el bulto que significa y también por temas de seguridad. Se intenta llevar lo justo y necesario que cumpla con aportar a la experiencia como ítems básicos (celular, billetera, llaves), audífonos, agua, bloqueador y otros.

**“Ando ligero. Igual tengo mis mañas, me gusta salir con harta agua, mucha. Siempre llevo un libro, me gusta parar un ratito y leer.”**

Pablo Brito, estudiante, 25 años

6.

### Importancia del momento de cierre

Algunos entrevistados declaran la importancia del rito de cerrar el paseo con una pausa de recapitulación, que puede ser sentarse en un lugar para comer o tomar café o también.

**“Si voy a un paseo cultural, me gusta ir después a un café a cerrar la salida.”**

Estefanía Korzensky, Ingeniera Comercial, 27 años

### Otros hallazgos

Entre otros hallazgos está el priorizar lugares en que se pueda interactuar comodamente considerando las medidas sanitarias, la capacidad de los lugares de tener un buen ambiente y que sea contagioso entre las personas,

**“Prefiero lugares que sean estéticamente innovadores y que también permitan socializar cómodamente.”**

Estefanía Korzensky, Ingeniera Comercial, 27 años

**“Una cosa que me gusta mucho es cuando los lugares tienen gente feliz, porque hay una atmósfera feliz. Y es como que se contagia.”**

Victoria Pávez, estudiante, 21 años

**“Caminar es el ocio en sí, las cosas que no tienen un tiempo establecido siempre son caminando.”**

Gonzalo Salazar, Historiador, 29 años

# Metodología

## Metodología

En el desarrollo del proyecto se utilizó la metodología “Double Diamond” planteada por Design Council (2005). Se escoge porque entre sus principios está poner al usuario en el centro, lo que se refleja en que cada etapa busca comprender sus necesidades y motivaciones. El proceso de diseño tiene guías comunes y este método las resume de tal forma que ha llegado a ser una de las más utilizadas en el último tiempo.

La metodología consta de 4 etapas que son descubrir, definir, desarrollar y entregar. El nombre surge de su diagrama, dos diamantes que representan las 4 etapas graficando el tipo de pensamiento que se requiere en cada una para llegar a una solución final; divergente para descubrir y desarrollar y convergente para definir y entregar. De esta metodología se destaca su versatilidad para responder a distintos desafíos y dimensiones de diseño, ya que al proponer etapas iterativas el proyecto se nutre permanentemente de los descubrimientos que se van haciendo para poder llegar a mejores propuestas. Además está abierto a la incorporación de instrumentos de otras metodologías y kits lo que fue fundamental en el desarrollo de este proyecto. Lo más relevante es que este planteamiento de las herramientas como algo modificable e iterable permitió llevar el foco de la investigación en las personas y que sus percepciones fueran el motor del proyecto, mientras que el rol como diseñadora fue el de catalizar y analizar aquella información.

### Descubrir

La primera etapa debe ser enfrentada con una mirada divergente, buscando comprender las necesidades del usuario y desarrollar ideas iniciales. En esta etapa se comienza una fase exploratoria que busca identificar un problema o necesidad, se crea una base de conocimiento que permite conocer al usuario y contexto y se hace una revisión de literatura. Los focos son la relación de las personas con su ciudad y el efecto que ha tenido la pandemia en los habitantes de Santiago.

### Definir

Esta etapa consta de una mentalidad convergente para analizar la información recabada, encontrar hallazgos y finalizar con la definición de un problema junto a los pilares que debe tener la solución. Se busca comprender acercamientos alternativos con la ciudad en busca de una narrativa que haga sentido para los usuarios y de la información levantada en la etapa anterior se desprenden observaciones e interacciones clave que dan pie a los pilares del proyecto.

### Desarrollar

Esta tercera etapa tiene por objetivo el desarrollo del proyecto, incorporando los aprendizajes anteriores y guiándose por los mismos. Se propone adoptar la mentalidad divergente en la exploración de soluciones, nuevos hallazgos y material que nutra el proyecto. En este caso esta fase considera la incorporación de metodologías de levantamiento de información para poder mapear las emociones percibidas en Santiago, investigación de soportes y desarrollo de los primeros prototipos que permiten tests preliminares.

### Entregar

En la fase final se aterriza el proyecto con un segundo proceso de sistematización que permite la formulación de los recorridos finales, se perfecciona la propuesta con tests, iteración y validación para obtener un producto final. A esto se le incorpora la estrategia de difusión, plan de negocios e implementación.

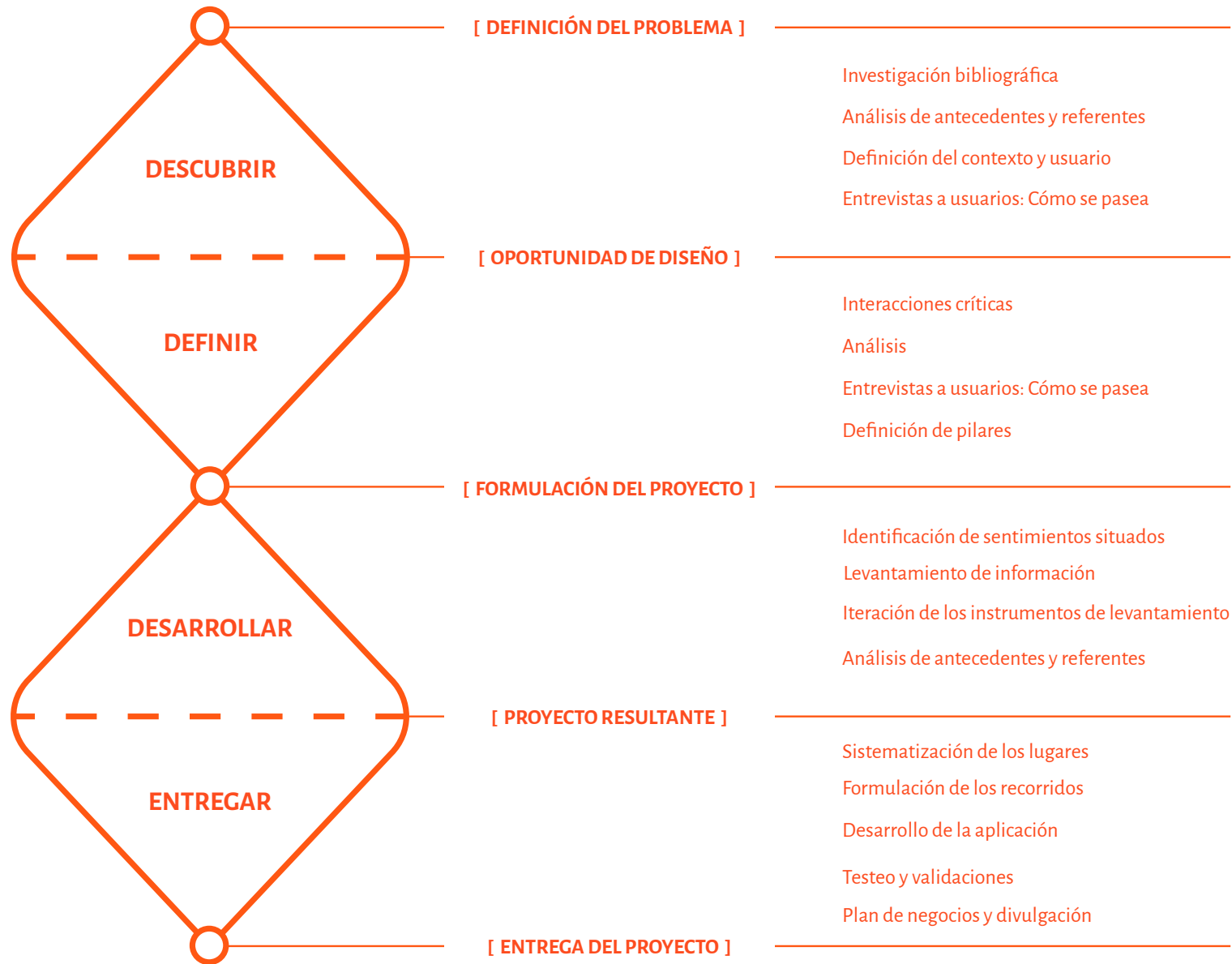


Fig. 6

Diagrama del doble diamante, elaboración propia

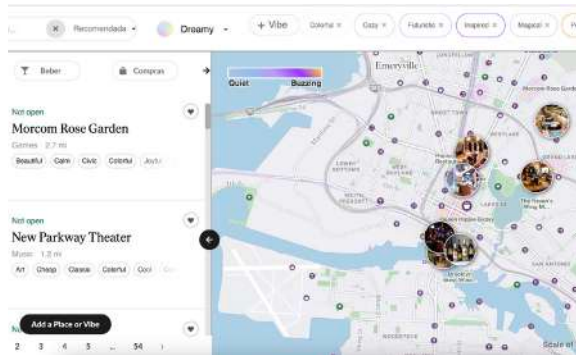
**Título**

**Sub título**

**Estado del arte**



## Antecedentes



### Vibemap

<https://vibemap.com/es/>

Aplicación que permite descubrir ciudades guiado por su “vibra” con categorías de estados de ánimo personales como calma, soñador, energético, solidario y otros.

---

Se rescata la categorización y narrativa a partir de las vibras, ya que estas pueden ser identificadas en un sentimiento personal pero también son extrapolables al aura de un lugar y pueden ser asimiladas a lugares físicos. Se rescata también que declaran generar sus lugares a partir de data cívica, más no especifican en ello.



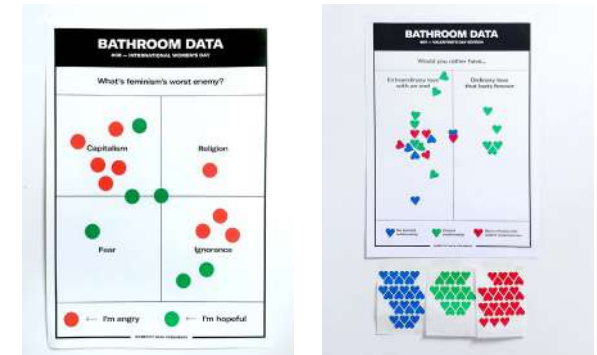
### Manual de mapeo colectivo de Iconoclastas

<https://geoactivismo.org/wp-content/uploads/2015/11/>

Manual de recomendaciones y técnicas para mapeos colectivos. Estas formas de interpretar el medio físico buscan desafiar los relatos que se nos han entregado como ciertos para hacer primar la percepción de las personas.

---

Se rescata de este proyecto la relevancia que pone en la persona como configuradora e intérprete de su alrededor, haciendo primar el valor de su experiencia por sobre los códigos cívicos impuestos por entidades ordenadoras lo que permite una construcción colectiva de identidad.



### Bathroom Data por Domestic Data Streamers

<https://www.instagram.com/p/CMhnZRkr8dY/>

Encuestas de votación por stickers dispuestas en baños públicos con preguntas generales pero que puedan dar paso a conversaciones posteriores.

---

Se destaca el medio de votación por stickers, por lo lúdico que tiene pegar stickers de colores y por la representación gráfica de la opinión personal que además permite a las siguientes personas ver, comparar y decidir contestar.



### Map for crying travellers de Joana Estrela (2016)

<https://joanaestrela.com/map-for-crying-travellers/>

Guía ilustrada que propone lugares para ir a llorar en Porto, recomendados por los mismos lugareños en base a características de ser solitarios, nostálgicos o con eventos de teatro y cine emocionantes.

---

Se rescata en primer lugar la narrativa del llanto como guía para seleccionar lugares que ya hayan gatillado aquella sensación en sus visitantes, y en segundo lugar la abstracción del mapa al contar con pocos distractores fuera de las ubicaciones destacadas.



### Santiago Dice

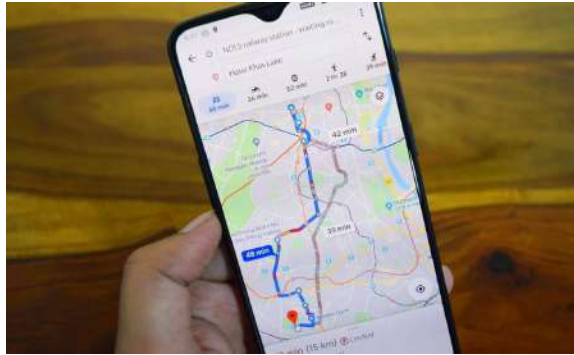
<https://www.instagram.com/stgodice/?hl=es>

Plataforma de Instagram dedicada a la difusión de mensajes de todo tipo escritos en las paredes de la vía pública aportados por sus seguidores. Priman aquellos sobre actualidad política y amor.

---

Se rescata de este proyecto que visibiliza en medios online sentimientos y gritos anónimos sobre temas que son atinentes para los santiaguinos en el contexto actual.

## Referentes



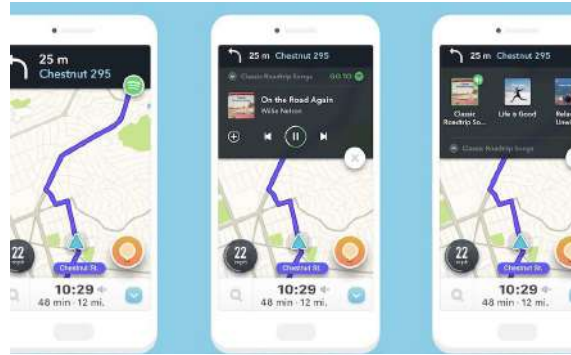
### Aplicaciones de mapa y transporte: Google Maps

<https://www.google.com/maps/@-33.4348212,-70.6566406,15z>

Aplicación de Google que permite acceder a mapas en la web y utilizar funciones de posicionamiento, opciones de transporte y rutas, información sobre lugares y locales, vista de StreetView, entre otras.

---

De su versión para teléfonos móviles se rescata el lenguaje gráfico de sus íconos debido a lo permeados que están en la mentalidad de las personas lo que los hace ser fácilmente reconocibles. También se destaca su menú inferior por ser conciso y accesible con el dedo pulgar.



### Aplicación de mapa y transporte: Waze

[https://www.waze.com/business/es?v\\_promo=48ba86ac-](https://www.waze.com/business/es?v_promo=48ba86ac-)

Aplicación de tránsito y conducción en tiempo real apoyado por GPS. Además de proveer rutas e indicaciones, funciona de forma comunitaria al medir el tránsito según la cantidad de wazers, su velocidad e información aportada por los usuarios sobre eventos en el camino.

---

De esta aplicación se destaca el aprendizaje a partir de la contribución de sus usuarios, logrando que la aplicación se nutra de las interacciones ocurridas in situ entre los automóviles para lograr una experiencia más completa y expedita.



### Berlin: Emotional Map por Tanja Radovanovic

<https://www.instagram.com/emotionalmaps/>

Mapa a pedido que representa la intensidad de las emociones de una persona que ha vivido o conocido la ciudad de Berlín. Estos son personalizados por la artista de acuerdo a la experiencia de cada cliente por lo que varían.

---

Se rescata la forma de abstraer el mapa de la ciudad y también cómo se grafica la intensidad de las emociones de acuerdo al tamaño de los puntos georeferenciados y también de la densidad de las líneas donde se han situado las sensaciones.

## Título



### OH! Stgo por Fundación Aldea

<https://ohstgo.cl/>

Evento de difusión de la ciudad que se realiza 1 vez al año, en el que se abren lugares de interés arquitectónico, tecnológico, de diseño y comunitarios que suelen ser cerrados al público. Su selección de lugares se realiza a partir de una curatoría cuyo criterio se rige por los mencionados anteriormente y que sean lugares que no cuenten con la difusión que contarían los sitios patrimoniales.

---

Se rescata el criterio de selección de que los lugares no posean una fama tan amplia como aquellos que ya se encuentran en planes del Estado.



### Santiago en 100 palabras por Fundación Plagio

<https://www.santiagoem100palabras.cl/web/>

Concurso de cuentos breves (100 palabras) enfocado en la vida urbana y Santiago. A través de los relatos cortos se vislumbran acciones y situaciones cotidianas que marcan a las personas de nuestra ciudad, visibilizando problemáticas arraigadas a la vida chilena, anécdotas que sólo se dan en nuestro contexto y también propone temas de contingencia aterrizada a los individuos.

---

De este proyecto se rescata la capacidad de captar la sensibilidad de una historia de forma breve, y lo irremplazable de las personas como relatoras de su propia historia.

# Concepción del proyecto

### Qué

---

Aplicación móvil que propone recorridos dentro de Santiago según emociones. Estos se originan a partir de la co-creación de las personas que recorren la capital y que día a día acumulan experiencias ahí, rescatando sus vivencias como parte del imaginario colectivo de la ciudad.

### Por qué

---

Porque tras la pandemia y el estallido social de 2019 se re-configuran las formas de habitar la ciudad, transportarse y usar el espacio público, abriendo la posibilidad de volver a reencontrarse con la ciudad poniendo en el centro la experiencia colectiva.

### Para qué

---

Para que las personas puedan conectar con su ciudad y con sus co-habitantes desde una perspectiva sensible, abriendo paso al desarrollo de nuevos imaginarios santiaguinos y al cuestionamiento de la ciudad como se les entrega. Así, se le da relevancia a la persona como configuradora de su ciudad entendiéndose como una acción conjunta con las otras personas que en ella viven, se desarrollan e imaginan.

## Objetivos

- 1** | Desarrollar diversos instrumentos de levantamiento de información en relación a las formas de vivir en la ciudad.  
**I.O.V:** Realización de los instrumentos: mapeo proyectivo, encuestas situadas e intervenciones de Cartas Santiago.
- 2** | Identificar hitos santiaguinos que susciten el interés de las personas y que puedan ser usados como temas de incentivo para la caminata.  
**I.O.V:** Generar instancias de validación con usuarios de los hitos seleccionados según las emociones identificadas.
- 3** | Crear una aplicación que acompañe y guíe al caminante en su recorrido de forma autónoma poniendo en valor historias de quienes ya han estado ahí y creado memorias.  
**I.O.V:** Desarrollo de la aplicación y testeo con usuarios de su interfaz y usabilidad, para la posterior iteración.
- 4** | Poner en valor la experiencia de la caminata por Santiago poniendo al centro los relatos de las personas en torno a los lugares por que se transita.  
**I.O.V:** Sección de la aplicación para aportar relatos, estructurada a partir de interrogantes para profundizar en la memoria del recorrido.

## Para quién: Usuario

Para la creación de este proyecto es fundamental la participación de personas que vivan en Santiago de Chile y que se vean interesadas en contar su percepción y experiencia sobre los lugares que conocen, recorren y habitan. Aquellos primeros usuarios son los que se hacen parte de la investigación que permite cimentar el proyecto gracias a su contenido y la visibilización del mismo.

Tras la primera fase de investigación surge un segundo usuario en el que se profundizará más dado que en él se centra el producto final. Este corresponde a vecinos de Santiago de Chile de entre 18 y 35 años, que se interesen por la ciudad pero aún más importante, que se dejen sorprender por la misma. Valoran su tiempo de ocio y crecimiento personal en mayor medida que generaciones anteriores, aspirando en mayor medida a vivir experiencias que les sean memorables y que se alineen con sus valores.

Este deseo nace además de un interés por la salud mental, respecto a la que se informan sobre formas de abordarla en especial tras el deterioro de la misma a raíz de la pandemia. Son interesados por sus comunidades, intentando luchar contra el individualismo y conociendo su poder de consumo. Esto se traduce en una mayor ponderación de las comunidades donde pertenecen, queriendo ser un aporte positivo, formar parte y también valorando aquello que proviene de sus pares. Esto tiene una bajada a nivel comunitario del lugar en que vive y también desde un sentido de pertenencia a Santiago. Es por esto que el usuario se es quién se interesa por conocer Santiago y también le llama la atención la forma de vivir de sus pares. Esto da paso a dos formas de experimentar la ciudad que deben ser consideradas: el usuario activo y pasivo.



### Activo

Son aquellas personas que se encuentran en permanente búsqueda sobre panoramas en la ciudad tales como la actualización de la cartelera cultural, apertura de nuevos locales/recorridos/parques y también siguen a líderes de opinión enfocados en la valorización de la ciudad. Tienen una alta disposición a planificar y hacerse el ánimo de salir a pasear, lo que incluye también una mayor disposición a pagar en aquellos panoramas. La exposición a contenido sobre Santiago hace que sean conocedores de sus sectores, lugares y recovecos, teniendo un acercamiento más personal y estético a las caminatas cotidianas. Son vistos como referentes sobre información ciudadana dentro de sus círculos cercanos, pasando a ser ellos quienes recomiendan e influyen a sus pares en cuanto a cosas por ver y hacer en Santiago. Cuando salen a pasear realizan una investigación previa buscando lo novedoso e interesante que se ofrece en el momento, y durante sus paseos y a la vuelta comparten lo que hicieron por redes sociales y formando así parte de las comunidades virtuales cumpliendo un rol de creadores de contenido.

### Pasivo

Es un público muestra interés por conocer Santiago y salir de su casa, pero prefiere salidas que ya le son conocidas y tiene un repertorio fijo de lugares recurrentes y favoritos a los que suele ir y que son cercanos a su hogar. Ocasionalmente innova motivado por ocasiones especiales, buscar algo fuera de lo común o por algún panorama que tenga fechas definidas. Se planifica informándose de la cartelera cultural, acudiendo a salidas que vió por redes sociales o que le recomendaron. Cuando hace sus panoramas cotidianos tiene una baja disposición a pagar dado que es parte de su presupuesto, pero en aquellas ocasiones especiales esta disposición aumenta igualándose con la del usuario activo. Disfrutan conociendo por redes sociales, mostrando interés de formar parte de aquellas comunidades virtuales de forma observante.

## Cuándo: Contexto

El proyecto se inserta en un escenario marcado por factores internos y externos al usuario: la pandemia, acceso a medios digitales, ritmos en el transporte a pie

En primer lugar y como ya ha sido mencionado, la pandemia ha afectado profundamente a la ciudad. Los aforos y medidas de cuidado han cambiado el comportamiento de las personas, quienes tras dos años se han tenido que adaptar a una nueva forma de entenderse dentro de la ciudad. Sin embargo, el impacto más potente de la pandemia fueron las cuarentenas, las cuales durante largos periodos de tiempo impidieron a los habitantes de las ciudades ser parte activa de estas, relegando a las personas a su esfera privada, con consecuencias en la salud física y mental de la población cuya magnitud aún no conocemos con exactitud.

El proceso de vacunación ha sido una luz de esperanza que permite hoy recorrer la ciudad en condiciones, hasta cierto punto, similares a las que existían previo a la pandemia. Diversos programas y proyectos han buscado que las personas vuelvan a insertarse en la ciudad y hacerla suya, vemos como se han retomado actividades como Santiago a Mil, el Día del Patrimonio, conciertos y festivales, entre otras. Por su parte, las áreas verdes, ciclovías y parques han permitido a los habitantes de la ciudad recuperar sus espacios y mejorar su calidad

de vida y salud a la vez que se mantienen en espacios ventilados que disminuyen la circulación del virus.

Otro efecto de la pandemia fue la profundización del acceso a medios digitales, los cuales pasaron a ser esenciales para mantener la vida social y en muchos casos la estabilidad laboral. Durante el 2020 las conexiones móviles aumentaron un 8% en el país (Subsecretaría de Telecomunicaciones, 2021). Una vez que las personas salen de cuarentena y vuelven a habitar la ciudad, los medios digitales surgen como una herramienta que puede ser utilizada para complementar y reforzar esta experiencia.

A su vez, el proyecto busca utilizar las herramientas tecnológicas para democratizar el acceso al conocimiento sobre las rutas y lugares que pueden visitarse en Santiago. El conocer la ciudad significa una ventaja a la hora de aprovecharla y acceder a sus beneficios, en contraste a quien solo camina por sus calles sin saber sobre su historia, geografía e incluso curiosidades.

A estos factores externos, se le suman los ritmos en el transporte a pie. Los motivos que hacen que una persona se desplace por la ciudad son variados y a grandes rasgos pueden separarse en dos áreas: resolución de necesidades básicas (trabajar,

comprar víveres, asistencia al médico, otras) y ocio (socializar, descansar, recrearse, entre otras).

Ambas actividades difieren en sus ritmos y eso incide también en sus formas de desplazarse. En el caso de necesidades básicas suelen ser más acelerados por lo que se priorizan medios de transporte más veloces y que permitan calcular mejor el tiempo de transporte como el metro y automóvil. Estos desplazamientos se ven marcados también por sensaciones de estrés, apuro y ansiedad.

El ocio tiene un tiempo más lento que permite a la persona vivir más el presente y tomar conciencia de la ciudad que pasa debajo de sus pies. Los medios de transporte se condicen con esto, dado que se prefiere andar a pie o en bicicleta. El proyecto se centrará en este tipo de salidas, con foco en las salidas a pie ya que permiten experimentar el entorno de forma cercana, interactuar con las personas y las instalaciones y lograr un mayor detalle.

### Patrón de valor

El diferenciador del proyecto está en que las rutas se crean a partir de las percepciones subjetivas de las personas, poniendo en valor esos sentimientos como móvil para acercarse a la ciudad y rescatando las experiencias que, al ponerlas junto a otras, crean el imaginario situado. Sumando las historias que ahí han ocurrido, cruzándolas con información respecto a lugares y teniendo como pilar a las emociones, se crea una narrativa humana que se centra en compartir las vivencias personales que construyen el sentido colectivo de los lugares. Utilizando un medio accesible de distribución como las aplicaciones y permitiendo que los usuarios aporten al proyecto, se plantea una forma de conectar con la ciudad y los significados colectivos de manera accesible.

### Pilares

Para guiar el desarrollo del proyecto se han propuesto 4 pilares que sustentan sus atributos.

1. Participativo: Nutrido principalmente por la experiencia de las personas al vivenciar la ciudad.
2. Ciudadano: Por y para santiaguinos.
3. Accesible: Bajas barreras de entrada.
4. Actualizable: Responde a los cambios en la urbe actualizándose periódicamente.

# Formulación del proyecto

## Levantamiento de información

El levantamiento de información se enfocó en comprender la experiencia santiaguina en la que los ciudadanos habitan su ciudad y a la vez le dan sentido y significado desde sus experiencias, comenzando por conocer aquellos lugares que la gente prefiere para luego profundizar en qué es lo que llama la atención de ellos. El proyecto busca nutrirse de la ciudadanía para generar sus observaciones claves antes de proceder a la materialización de un resultado, por lo que esta investigación fue realizada de forma progresiva y siempre nutriéndose de los procesos anteriores.

Para la investigación se buscó abarcar información tanto de manera online como presencial, para tener una amplia muestra que aportara distintos puntos de vista y desde distintos contextos. Las encuestas digitales permiten llegar a más personas y hacer preguntas específicas, mientras que las físicas permiten un contacto directo con las personas lo que da la opción de generar

Imagen

Levantamiento Cartas a Santiago (registro y elaboración propia)

Imagen

Levantamiento Tú lugar para (registro y elaboración propia)

conversación y una mayor compenetración con el proyecto.

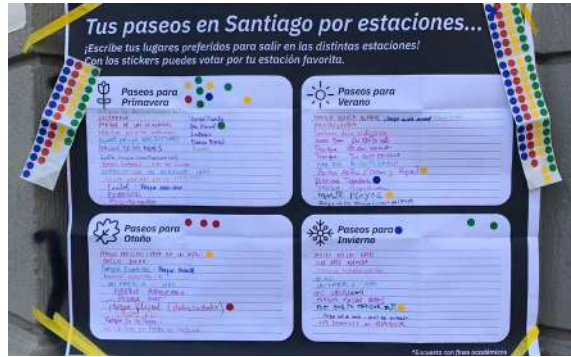
Los instrumentos utilizados en el levantamiento han sido planteados por investigadores, reformulados a partir de los mismos o inspirándose en levantamientos ciudadanos. Para mantener la diversidad de los datos se utilizaron varios tipos de instrumentos, cada uno aterrizado a la situación particular en que se aplicaría y también cuidando que se alinea con su objetivo principal.



Fig. 7

Tabla resumen de levantamiento de información

	Objetivo general	Instrumento	Objetivo específico	Resultados	Iteración del instrumento
1	Indagar qué se prioriza al escoger rutas al desplazarse a pie	Mapeo proyectivo: Cómo se camina	-Reconocer características de las rutas escogidas	> Preferencia de caminar en entornos estimulantes visualmente, por lugares calmos o que si tienen personas no estén	En la primera aplicación se plantea entregar los mapas y que sean rellenados y devueltos por mail, whatsapp o instagram.
2	Conocer lugares valorados por santiaguinos	Encuesta situada: Tú lugar para	Conocer en qué lugares los santiaguinos realizan actividades separadas por categorías de ocio y trámites	>Los ítems con más respuestas tuvieron que ver con el ocio, sobre los lugares identificados con salidas a comer y pololear que implican salidas sociales por lo general.	
		Encuesta situada: Tú lugar para... según estaciones	Conocer las variaciones de panoramas a lo largo del año	>Se vislumbran aquellos cambios que pasan en la ciudad a través del año.Se mencionan cosas como las piscinas del Cerro San Cristóbal, pisar las hojas del Forestal en otoño. >Primavera y otoño fueron las estaciones más votadas mostrando la preferencia por ellas.	Se integra la variante de poder votar con stickers por una estación, lo que luego se incorpora en la encuesta preliminar de sentimientos
3	Identificar sentimientos que los santiaguinos asocian a la ciudad	Encuesta preliminar de sentimientos	Cuáles son los sentimientos predominantes en Santiago a nivel general con una muestra pequeña	Los 3 sentimientos más votados fueron Nostalgia, Alegría y Desagrado	
		Encuesta online: Historias en Santiago	Qué sentimientos se asocian a distintos lugares de la ciudad con una muestra amplia	Se repiten los sentimientos mencionados arriba. Existe un malestar relacionado a los ritmos frenéticos de la ciudad.	
4	Identificar el motivo tras la percepción de sentimientos en Santiago	Intervención ciudadana: Cartas a Santiago	Conocer qué lugares se asocian a sentimientos específicos y la razón Conocer historias que justifiquen aquellos sentimientos		Comienza siendo guiado por los resultados identificados con la encuesta preliminar de sentimientos, pero luego se le incorporan otros desde la encuesta online
		Encuesta online: Historias en Santiago	Profundizar en historias de acuerdo a sentimientos específicos		Se realiza como un complemento a Cartas a Santiago para ampliar su alcance y profundidad limitados



Imagen

Levantamiento Cartas a Santiago (registro y elaboración propia)

Imagen

Levantamiento Cartas a Santiago (registro y elaboración propia)

Imagen

Levantamiento Cartas a Santiago (registro y elaboración propia)

Imagen

Levantamiento Tus Paseos en Santiago por Estaciones (registro y elaboración propia)

Imagen

Mapeo Proyectivo (registro y elaboración propia)

### Mapeo proyectivo: Formas de caminar

Dentro de las diversas formas de transportarse en la ciudad, la caminata es la que ofrece mayor cercanía con el entorno. Por este motivo se eligió como punto inicial de la investigación conocer la experiencia del caminante en Santiago, la naturaleza de sus recorridos desde su propia perspectiva y posibilidad de captar estas percepciones in situ mientras ocurre la acción. Así comienza a incorporarse también los santiaguinos como protagonistas del proyecto, desde esta fase de pre-diseño y comprensión del medio.

El objetivo principal de esta encuesta era poder comprender por qué las personas prefieren ciertos recorridos por sobre otros. Los objetivos que se desprenden son conocer qué priorizan y qué dejan en segundo plano al momento de decidir sus rutas, comprender los motivos que hacen a las personas desplazarse a pie y categorizarlos.

Se utiliza la técnica de mapeo proyectivo planteada por Green (2005) y aplicada por Herrmann et. al (2018) en “Entornos de movilidad peatonal que fomentan la caminata: un análisis en barrios del Gran Santiago”. Esta técnica consiste en que los participantes dibujen de forma individual su caminata preferente para llegar de un punto de

origen (1) a un punto de destino (2) en un mapa simple y estandarizado, en blanco y negro y con nombres de calles. En este se debe anotar las razones por las que encuentran preferible aquella ruta por sobre otras. Junto a esto los participantes respondieron una pregunta exploratoria de ¿qué permiso le habrías inventado a la comisaría virtual? con el fin de explorar razones por las cuales desearían haber salido de su casa durante la fase 1.

Este tipo de mapeo permite identificar los recorridos más usados en una zona y las razones que los justifican. Para poder abarcar los distintos comportamientos de los caminantes se determinó realizar la actividad en dos ocasiones, siendo estas en día de semana y fin de semana. El primero de ellos fue el realizado en fin de semana, y se hizo en Pedro de Valdivia Norte con Los Conquistadores capturando mayoritariamente a asistentes al ParqueMet. El segundo fue hecho en José Miguel de la Barra con Monjitas y abarcó mayor diversidad de peatones, entre ellos trabajadores después de la oficina, vecinos haciendo sus compras y otros que se encontraban paseando.

Imagen

Mapeo Proyectivo (registro y elaboración propia)





## Imágenes

## Pauta de Mapeo Proyectivo (registro y elaboración propia)

## Iteración y aprendizajes sobre el instrumento

En el primer levantamiento se pretendió entregar el mapa a los transeúntes para que ellos lo rellenaran en sus casas y luego enviaran una fotografía o scan a los datos que se indicaban. La ficha incluía las instrucciones, el mapa y a dónde enviarlo pero ocurrieron dos cosas: las personas instintivamente lo rellenaban en el lugar aprovechando el momento y poder comentar al respecto, o quienes se los llevaron nunca los enviaron de vuelta. Es por esto que para la segunda vez se opta por que la encuesta sea respondida solo de forma presencial, eliminando información y haciéndola por solo 1 plana.

## Resultados

Se condice con lo mencionado en el contexto sobre los ritmos de caminata. Andar apurado y solucionar trámites implica buscar lo funcional y concentrarse en cumplir el objetivo por sobre otros factores como la apreciación de lo que pasa alrededor. La caminata después de trabajar, yendo de compras sin presión o simplemente de ocio que permite no andar apurado, darse el tiempo para tomar vueltas más largas que traigan algún tipo de satisfacción personal como poder vitrinear, pasar por parques en la caminata o evitar lugares atochados y frenéticos.

También de la pregunta ¿Qué permiso ficticio habrías inventado para la comisaría virtual? se recibieron respuestas relacionadas a poder “cambiar de aire”, “Permiso para pololear en pandemia”, “Permiso para helado gratis” y “Permiso para respirar” fueron las más llamativas y reflejaban el fenómeno de querer salir de la casa sin mayores pretensiones de desplazamiento o socialización, sino más bien de poder cortar la rutina del encierro.

**Caminatas urbanas**

Buenos días/tardes,

Soy Amanda del Río, estudiante de la Universidad Católica y estoy realizando mi proyecto de título sobre caminabilidad en Santiago. Para esto necesito recopilar información sobre muchas parteras y los rutas que deciden tomar al moverse en la ciudad, y sería de gran ayuda que puedas contestar este encuesta. Tus respuestas serán confidenciales y usadas exclusivamente para analizarlas para mi titulación y tus datos no serán registrados.

¡Muchas gracias por tu participación y espero tu mapa de ruta!

1. Sobre el mapa del revés raya con un lápiz tu ruta preferida para llegar a tu destino. Marca con un **1** tu origen y con un **2** tu destino.
2. ¿Qué prefieres de esta por sobre otras rutas? ¿Por qué tomas esa ruta en específico? Responde con lápiz en el espacio a continuación.
3. Tómate una foto a este mapa con tu celular y envíala a través de whatsapp, instagram o mail. Procura que la foto sea legible.

✉ amandaluz.foto@gmail.com  
📷 @amandaluz.foto

**Caminatas urbanas**

¿Qué te mueve?  
¿Qué permiso te habrías inventado a la comisaría virtual?

**Caminatas urbanas**

Raya sobre el mapa tu ruta favorita. Marca con un **1** tu origen y con un **2** tu destino. Si alguno está fuera del mapa puedes ponerlo en el borde.

¿Por qué prefieres esta ruta?  
¿Qué tiene de especial?

¿Qué permiso ficticio le habrías inventado a la comisaría virtual?





El protagonismo del documento no se encuentra en las preguntas sino en las respuestas de las personas por ser ellas las expertas respecto a su propia realidad. Para visualizar esto la encuesta se imprime en blanco y negro y en papel bond (materiales de bajo costo por lo demás) y a los participantes se les entregan lápices scriptos de colores para hacer de las respuestas lo contrastante y llamativo.

Para la ejecución de la encuesta se consideran 3 partes:

1. Materiales: el papelógrafo, lápices scripto de colores, maskin tape, alcohol gel, mesa con mantel
2. Locación: selección de un lugar con afluencia peatonal, que no sea
3. Rol propio como diseñadora/encuestadora

Primera ejecución y testeo del instrumento

Materiales:

Papelógrafo, lápices scripto de colores, maskin tape, alcohol gel, mesa, mantel, lapicero y frasco de dulces.

El papelógrafo en blanco y negro busca mantener la sobriedad para que, al ser rellenado por las personas, las respuestas lo llenen de colores y de esa forma tomen protagonismo. Los lápices scripto de colores le dan un aspecto lúdico con sus trazos gruesos y colores vibrantes. El resto de los materiales son funcionales pero se busca crear un sector colorido con el fin de llamar la atención de los peatones de forma visual para que, al mostrar interés, se les invite a participar. Esto se logra con un mantel florido, el color de los mismos lápices y los vasos y dulces de colores. Además el hecho

de haber utilizado una mesa para instalar los materiales crea un micro espacio que también interrumpe visualmente la caminata del peatón.

La primera encuesta (primera versión) fue realizada en dos ocasiones. Se determinó que debían lugares concurridos que recibieran un gran flujo de personas, lo que aumentaba la posibilidad de participación. En ambas ocasiones la actividad fue realizada en día de semana y entre las 15.00 y 19.00 debido a la afluencia de personas. Los lugares finales fueron:

1. Intersección de José Miguel de la Barra con Merced, cercano a Metro Bellas Artes (L5), Santa Lucía (L1) y Universidad Católica (L1). Este lugar se encuentra además cercano al centro de la ciudad, Parque Forestal y Barrio Lastarria, ofreciendo distintos tipos de público que circulan en un mismo lugar.
2. Campus Lo Contador para recoger una gran cantidad de datos y también aprovechar que ahí confluyen personas de muchas comunas y que eso puede aportar mayor dispersión de lugares.

Imagen

Tu lugar para (registro y elaboración propia)

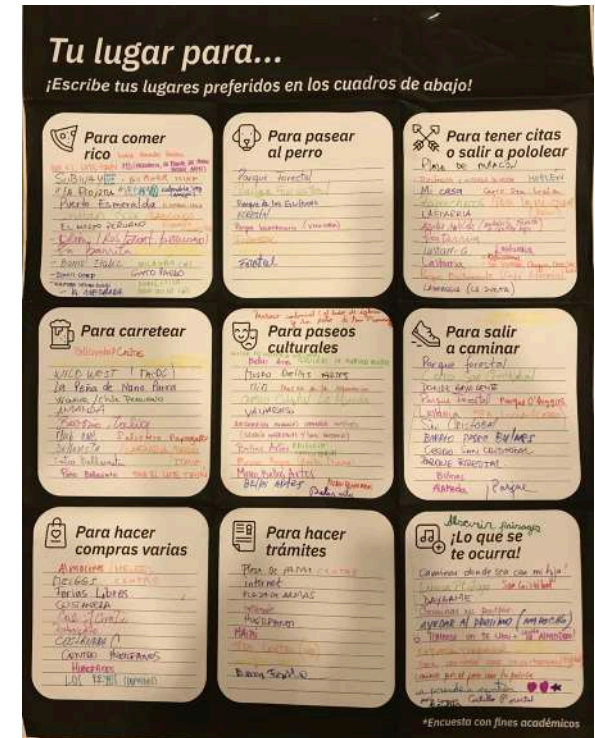
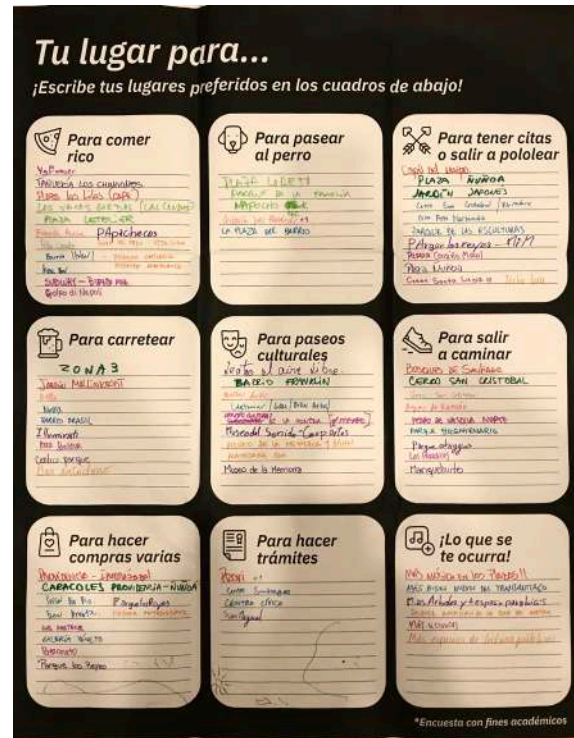


En esta ocasión mi rol como investigadora consiste en invitar a las personas a participar, explicar brevemente la actividad y resolver dudas. Respecto a la formulación de la pregunta, el enunciado de esta también debe ser simple para entusiasmar en la participación y evitar confusiones de por medio. Se hace hincapié en que los lugares están ubicados dentro del Gran Santiago.

Al haber escogido lugares donde convergen personas de muchas comunas, los participantes mencionaron sitios de diversas partes de Santiago. A pesar de eso la gran mayoría se concentraron en Santiago Centro y relacionados a zonas típicas, parques, rutas culturales y zonas de trabajo.

Dentro de los sesgos presenta esta herramienta se encuentra que, por ser realizada en formato de intercepto a la persona que camina o que en el caso, se mueven en el campus, las respuestas son condicionadas por aquello que ha observado

durante su trayecto o por dónde sabe que caminará/pasará. Además las respuestas no se piensan necesariamente con profundidad y se ven influenciadas por el imaginario ya existente de Santiago. Aunque se dan esos casos, es importante considerar que esta es una de las herramientas a utilizar por lo que en el proceso de investigación se nutre con otras que permiten llegar a otros niveles de profundidad.



Imágenes

Tu lugar para (registro y elaboración propia)

**Resultados**

La mayor cantidad de respuestas se dieron en áreas más relacionadas al descanso y la dispersión, y por el contrario las menos respondidas fueron aquellas relacionadas a responsabilidades.

(31) Para comer rico (30) Para pololear (25) Para paseos culturales

(21) Salir a caminar (21) Para carretear

(16) Para hacer compras (13) Para pasear a tu perro

El Barrio Bellas Artes/ Lastarria es el lugar con mayor diferenciación de actividades, dado que en convergen caminantes, románticos, quienes disfrutan “carretear” y salir a comer. Al tener en su

perímetro el Parque Forestal, Museo Nacional de Bellas Artes, Cerro Santa Lucía, Lastarria.

Otros barrios que también se mencionan varias veces son Yungay y Quinta Normal principalmente por sus atractivos culturales e históricos, Cerro San Cristóbal para ir a pololear, Parque los Reyes para hacer compras y pasear.

Se llega a una saturación de datos que corresponden con el imaginario de lugares a los que acudir para ciertas cosas, como por ejemplo Bellavista para ir a carretear y San Cristóbal como atracción turística y sello santiaguino.

Aquellas categorías en las que existe mayor diferenciación es lugares para ir a comer debido a la variedad de locales existentes, y en otras como salir a pololear se presenta más homogeneidad con preferencia por Lastarria y el Cerro San Cristóbal. Estos se caracterizan por ofrecer muchas posibilidades al visitarlos sin desplazarse mucho.

### **Iteración y aprendizajes sobre el instrumento y sus focos**

Se realizan dos sesiones de levantamiento y antes de seguir con la tercera se decide tomar un paso atrás para identificar si corresponde integrar otras variables e iterar la encuesta. De los primeros resultados se estima que las categorías planteadas eran muy amplias y que además las personas ponen más énfasis en aquellas relacionadas al ocio, reflejado en la atención, desarrollo y respuestas que se recogieron en esas áreas.

Se considera la variable de la temporalidad que se le da a las distintas zonas que aparecieron, por un lado cada lugar sufre transformaciones a lo largo del día pero también las actividades que ahí se realizan o la forma en que se llevan a cabo varían durante el año. Por esto se plantea en la siguiente versión incluirlo como un factor, .

Por último, esto se nutre también de los comentarios in situ de parte de las personas más interesadas que deciden compartir sobre su experiencia y también a partir de la última categoría de “Lo que pienses” cuyo fin era más exploratorio. Profundizan en los lugares contando sus experiencias y socializándolas, homologando el sitio físico con la experiencia que vivieron ahí, y esta experiencia viene cargada del sentimiento que ahora le produce aquel lugar.





## Sentimientos en santiago

Existen muchas formas de relacionarse con la ciudad, y en el marco teórico se hizo un acercamiento a cómo el afecto ayuda a crear pertenencia, imaginarios y *hacer* ciudad. En la encuesta “Tú lugar para” y específicamente en aquellas interacciones que surgieron de forma espontánea y la pregunta de exploración se atisba nuevamente el hecho de que la ciudad se experimenta y conoce desde las emociones. El vivir una experiencia en un lugar determinado conlleva una carga emocional, que al finalizar ese momento queda asociada al lugar físico y a su vez permanece en la persona que la experimentó. Esa perspectiva individual se suma a las experiencias y emociones que tienen todas las personas, creando un imaginario colectivo cargado de sentires.

En esta etapa y abrazando lo mencionado en el párrafo anterior, se busca identificar los sentimientos que las personas asocian a las zonas físicas de Santiago y poder mapear la ciudad

desde las emociones que suscita. Esto se realiza en dos partes: una primera exploratoria y en formato físico, y una segunda de mayor profundidad y online. A continuación se desarrollará el proceso de ambas etapas.

### Encuesta preliminar de sentimientos:

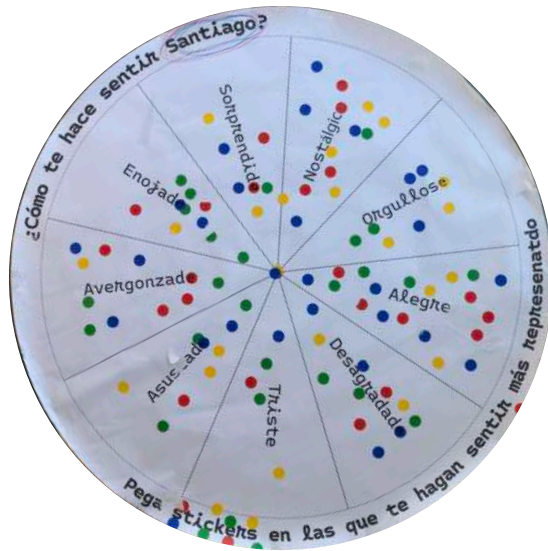
El desafío de mapear los sentimientos percibidos en una ciudad no es menor, por lo que en una primera instancia se decide enfocarlo a Santiago en términos generales, para luego poder profundizar de acuerdo a estos primeros resultados y poder abarcar también las particularidades y diferencias en distintas zonas de la capital. Se utiliza un instrumento desarrollado por Domestic Data Streamers, una oficina de creativos de Barcelona dedicada al diseño de información. Para hacer encuestas simples y concisas crean “Bathroom

Data” (Domestic Data Streamers, 2018) , que consiste en una pregunta impresa en una hoja blanca acompañada de algún tipo de base que permite hacer votaciones con stickers. El hub de comunicación chileno La Lata utiliza esta misma herramienta para recolectar data callejera respecto a temas contingentes. La herramienta permite aplicarlo sin tener que estar presente, obtener información de personas que están en el espacio público y se va haciendo más llamativa en cuanto la gente interactúe con esta.

La pregunta realizada es

### ¿Cómo te hace sentir Santiago? Pega stickers en la que te haga sentir más representado

Se realiza una investigación respecto a las emociones básicas del ser humano para indagar desde esa base. Aunque existen varias teorías al respecto, se utilizará la Teoría de emociones básicas de Ekman (año) que plantea que el



Imagen

Encuesta preliminar de sentimientos (registro y elaboración propia)

ser humano tiene un repertorio limitado de emociones: poner-las-emociones. Esto se condice con un documento creado por el programa Chile Crece Contigo del Ministerio de Desarrollo Social y Familia (2017), que consiste en un juego de cartas que busca apoyar a niños y a sus cuidadores en el aprendizaje de sus propios sentimientos para identificarlos, nombrarlos y desarrollar herramientas emocionales. El mazo de cartas aborda las siguientes emociones: Avergonzado, Alegre, Triste, Sorprendido, Asustado, Enojado, Orgulloso y Desagrado. Se utilizan estos mismos sentimientos en la encuesta, dispuestos de forma circular en un gráfico.

Al ser una encuesta preliminar se determina realizarla en el Campus Lo Contador, aprovechando el interés que pueden mostrar los estudiantes y que esto se refleje en la interacción con la encuesta. El gráfico es impreso en blanco y negro y la forma de marcar las emociones es a

través de stickers de colores que sirven de voto y se colocan junto a la encuesta. De esta forma las respuestas son más llamativas que la encuesta misma (al igual que en Tú lugar para), invitando a participar con sus colores y por la acción de pegar stickers. La encuesta queda instalada durante una tarde completa en un sector del Campus dónde las personas transiten y sea visible.

### Resultados

Se arroja que los sentimientos predominantes son alegría, nostalgia y desagrado, lo que sirve como directriz para cuestionarse hacia dónde continuará la investigación. Esta encuesta aporta en términos de un primer acercamiento a la percepción de Santiago en general, pero debido a su alcance y a la limitación en la cantidad que data que se puede obtener de ella se decide hacer una segunda encuesta aprovechando los medios online. Con

la información respecto a los sentimientos más mencionados se puede comenzar a implementar también las intervenciones de Cartas a Santiago descrita más adelante.

¿Cómo te hacen sentir los siguientes lugares de Santiago? Puedes marcar más de 1 casilla \*

	Alegría	Sorpr...	Desag...	Nostal...	Orgullo	Enojo	Tristeza	Vergü...	Miedo	Otra	Ningu...
Cerro ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parqu...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Plaza ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Galerf...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Frankl...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Cerro ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Imagen

Imágenes Encuesta de Sentimientos (registro y elaboración propia)

¿Cómo te hacen sentir los siguientes lugares de Santiago? Puedes marcar más de 1 casilla. \*

\*Misma pregunta anterior por temas de espacio

	Alegría	Sorpr...	Desag...	Nostal...	Orgullo	Enojo	Tristeza	Vergü...	Miedo	Otra	Ningu...
Parqu...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bellavi...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Telefé...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Barrio ...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Parqu...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Paseo...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### Encuesta online

Esta segunda encuesta tiene como objetivo profundizar en los sentimientos percibidos en Santiago y también sobre aquellos lugares que fueron más mencionados en la encuesta “Tú lugar para”. Para cotejar con esos datos también se incluye una pregunta de percepción de cuanto se conoce Santiago, que permitirá cotejar si este factor muestra alguna co-relación con la percepción de la ciudad como plantea Guendelman en una entrevista a MEDIO (año).

Lugares de los que se pregunta: Cerro San Cristóbal, Parque Forestal, Plaza Italia /Baquedano /Dignidad, Galerías Santiago Centro, Franklin/ Persa BioBio, Cerro Santa Lucía, Parque Los Reyes, Bellavista, Teleférico Cerro San Cristóbal, Barrio Brazil, Parque Quinta Normal y Paseo Bulnes.

Los sentimientos a medir son: alegría, sorpresa, desagrado, nostalgia, orgullo, enojo, tristeza,

miedo, vergüenza, ninguna y otra. Luego de esas preguntas se da la posibilidad de que las personas desarrollen más, sea del por qué de esos sentires o que se explayen si pusieron la opción “otra”.

La encuesta fue realizada a través de google forms, que entre sus beneficios permite llegar a un número mayor de personas que estén interesadas o no en la ciudad. Tener esta muestra permite abstraerse de aquellas personas que ven la ciudad con entusiasmo y reconocer la perspectiva de aquellas que la ven con indiferencia o sentimientos desagradables. Aunque el objetivo de este proyecto tiene que ver con poner en valor nuestra ciudad, es de suma importancia reconocer que en ella convergen distintas percepciones y que son también válidas e importantes, y también en qué se fundan esas opiniones.

Para que fuese simple de responder se priorizó

que las respuestas fueran de marcar casillas, y se incluyeron algunas preguntas para ahondar. Se incluye una sección inicial de datos personales como edad y género. La difusión de la encuesta se realizó a través de historias de instagram de mi cuenta personal, por grupos de facebook de aficionados a santiago y por cadenas de whatsapp.

“En Santiago encuentro todo tipo de emociones porque conecta con muchos ámbitos de la vida. Me alegra ir a ver a mi familia, me desagrada la cantidad de gente, me da nostalgia porque me recuerda a mi niñez, orgullo porque siento que es una ciudad que ha avanzado, enojo porque siento que la mayoría de los recursos se destinan acá y no en las regiones, sorpresa porque tiene lugares que me han sorprendido para bien y para mal, tristeza porque veo la desigualdad de frente, vergüenza porque se ha convertido en una ciudad cada vez más apática y susto porque me da miedo el aumento del narcotráfico y la delincuencia.”

### Resultados

La encuesta fue respondida por 200 personas, de las cuales 145 (72,5%) eran mujeres y 47 (23,5%) hombres. La edad promedio fue 25,3 años, y el intervalo estuvo entre los 18 y 70 años pero concentrado en los 18-28 correspondientes a generación Z y millenials.

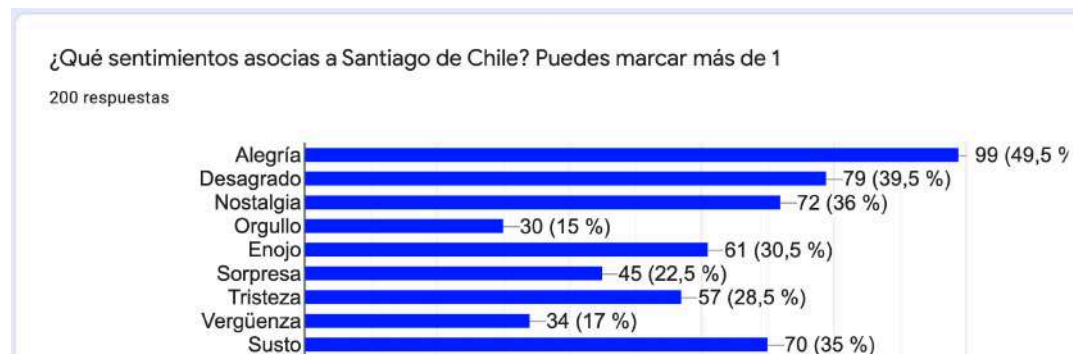
La alegría fue el sentimiento que más se mencionó con respecto a Santiago, seguida por desagrado y luego por nostalgia. Este resultado es muy similar al de la encuesta anterior en que los sentimientos más votados fueron 1. alegría 2. nostalgia y 3. desagrado. Estas emociones son contrastantes pero también se da que conviven juntas: 48 personas marcan ambas opciones.

Los temas que se posicionan como negativos son la velocidad a la que anda la vida en la ciudad que llega a ser caótica y estresante, que incide en

tacos, bocinazos y personas irritables. También hay un reconocimiento de los contrastes de la ciudad dados por la desigualdad, que aunque son explícitos para ciertas zonas afectan la percepción de la ciudad como un todo.

Imagen

Imagenes Encuesta de Sentimientos (registro y elaboración propia)





Imágenes

Levantamiento Cartas a Santiago (registro y elaboración propia)



## Historias situadas

El surgimiento de una respuesta emocional en una persona no es fortuito y guarda relación con las experiencias vividas, y eso es lo que se busca conocer en esta etapa de la investigación; las historias que hay detrás de los sentimientos. En esta etapa se hicieron 2 levantamientos: uno online como continuación de la encuesta de Sentimientos en Santiago y llamado Historias en Santiago, y uno in situ llamado Cartas a Santiago.

## Intervención Cartas a Santiago

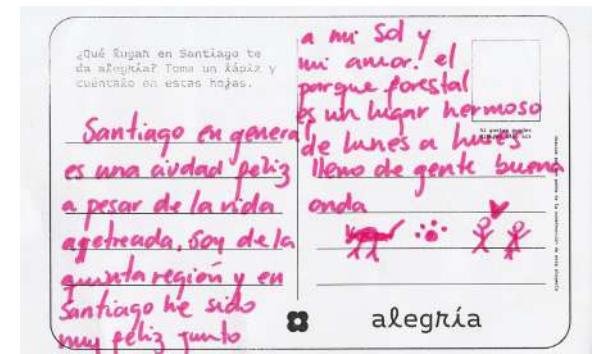
Cartas a Santiago surge como una demostración de cariño a la ciudad, un espacio en que las personas pueden contar sus afectos y experiencias. Se materializa en intervenciones en parques en las que se invita a los visitantes a participar contando en cartas qué lugar de Santiago les evoca cierta emoción, siendo estas alegría, nostalgia, calma, sorpresa y desagrado. Se les pide profundizar en

el por qué de aquel sentimiento, dando paso a dos tipos de respuestas: sobre el entorno físico y sobre las acciones que ahí ocurren o han ocurrido. Respecto a lo último, es importante distinguir entre aquellas situaciones que son anecdóticas para una persona en particular y aquellas que son una actividad cotidiana que se realiza ahí y que por ende marca parte de su día a día. Las dos formas de responder responden a los conceptos de espacio planteados por Lefebvre (1974, en Delgado, 2013), siendo estos la práctica espacial referida al espacio en sí mismo siendo usado, y al espacio de representación como la suma de la práctica espacial (espacio físico) y el significado que se le otorga (capas de información).

La intervención busca llamar a las personas desde lo visual que irrumpe en el espacio público. Para esto se imprime y cuelga, entre árboles o mobiliario, la siguiente interrogante:

## ¿Qué lugar en Santiago te da [sentimiento]? Toma un lápiz y cuéntalo en estas hojas

Junto a ella se cuelgan cartas en blanco para que las personas puedan tomar y escribir, junto con una carta de presentación al proyecto. Las cartas siguen el estilo de las postales, con sus divisiones, líneas para escribir y espacio para una estampilla. En ellas se presenta la misma pregunta, se deja el espacio para estampillas como un sector para dibujar y en cada carta se escribe en la parte inferior el sentimiento del que se escribirá. Se utiliza papel de diversos colores para hacerlas conversar con los colores de la pregunta colgada y que la instalación en su totalidad sea atractiva visualmente, invitando a las personas a hacerse parte. Por último, se lleva una mesa para que las personas puedan apoyarse al escribir y en ella se colocan lápices scripto de colores y alcohol gel.



Imagen

Resultado Cartas a Santiago , alegría (registro propio)

Imagen

Resultado Cartas a Santiago , calma (registro propio)



Imagen

Resultado Cartas a Santiago , nostalgia (registro propio)



Las intervenciones de Cartas a Santiago son realizadas en plazas y parques público para aprovechar que en ellos la gente anda a un ritmo más tranquilo, lo que se traduce en una mayor disposición a hacerse parte del proyecto además de alcanzar personas a pie. Los parques elegidos para hacer las intervenciones son:

Parque Inés de Suárez, Providencia: Nostalgia

Parque Forestal, Santiago: Alegría y desagrado

Plaza Guillermo Franke, Ñuñoa: Sorpresa

Parque Quinta Normal, Santiago: Calma y nostalgia

## Resultados

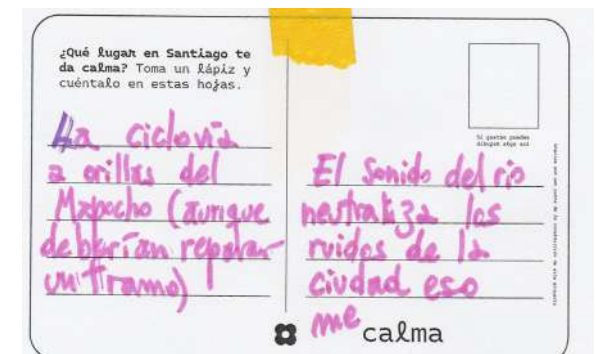
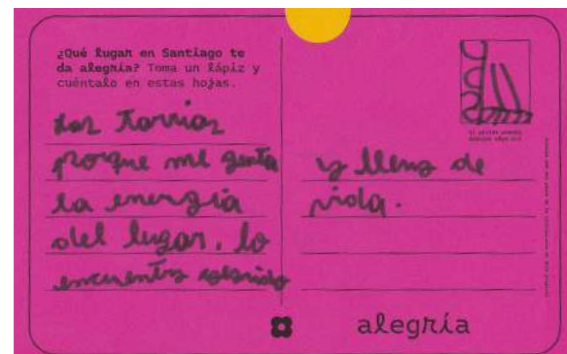
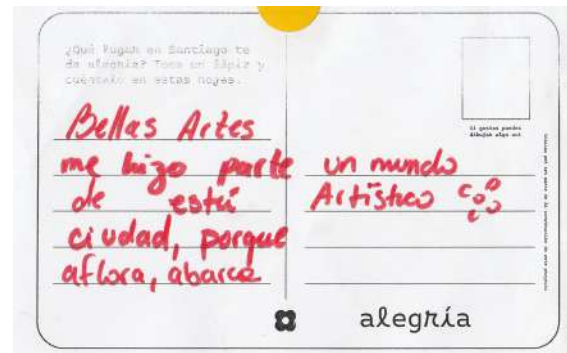
Los lugares que señalan las personas en sus cartas se corresponden con los mencionados en Tú lugar para, pero también surgieron más lugares que aún no habían sido mencionados y que aunque tengan una menor mención, también son parte de lo que este proyecto busca recoger. Ocurrió también que muchos niños y niñas se vieron interesados en participar, ellos se encontraban en los parques y se acercaban a hablar y luego querían aportar desde su perspectiva. Esto se alinea con el usuario de investigación que busca abarcar una muestra lo más amplia posible, y los niños son un aporte igual de válido para estos efectos.

## Alegría

Respecto a alegría se mencionan lugares con “buena vibra” en los que haya vida, y en que se note que hay más personas contentas ya que eso parece ser contagioso. La naturaleza también se menciona mucho como lugares que producen alegría, poniendo el punto en la calma que trae. Las personas acuden a parques y zonas verdes escapando del ajetreo, valorando ese descanso mental y estar presente en el momento. Se asocia la alegría con poder estar tranquilo, compartir con seres queridos y confiar en que puedes estar en un lugar sintiendote acogido sin que te vayan a echar.

## Calma

En las cartas sobre calma se mencionan aún más los parques y zonas verdes, primando el Parque Quinta Normal. En este la presencia de pasto, árboles altos de copas grandes que dan sombra, la laguna y la posibilidad de ver patos son muy valorados como una forma de esparcimiento y escape de lo urbano. En general se valora que los lugares estén limpios, dando una sensación de orden y seguridad, y también que sean espaciosos por comodidad y por el cuidado ante el coronavirus. También se menciona la ribera del Río Mapocho y sus condiciones naturales como el sonido de su caudal que “neutraliza los ruidos de la ciudad” o la brisa de río en la cara.



## Imágenes

Resultado Cartas a Santiago , alegría y calma (registro propio)

## Nostalgia

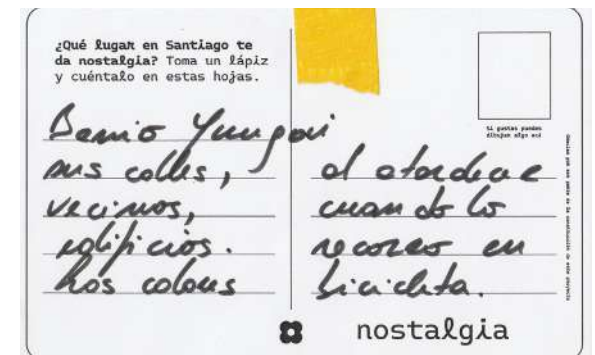
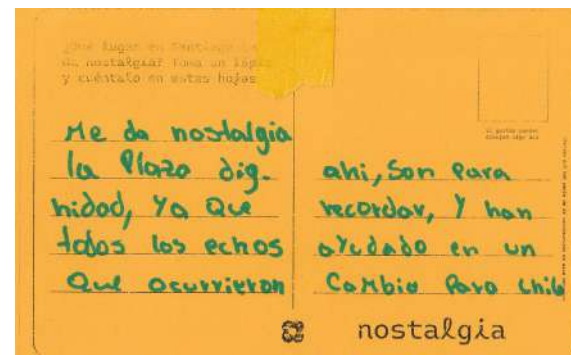
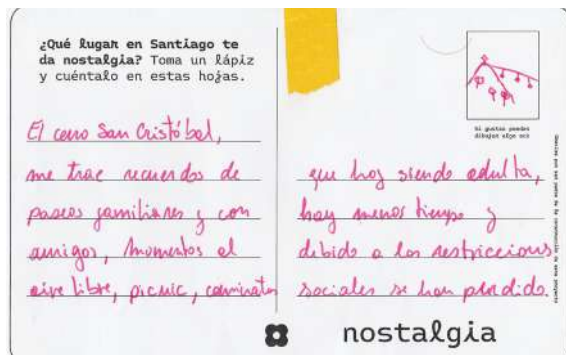
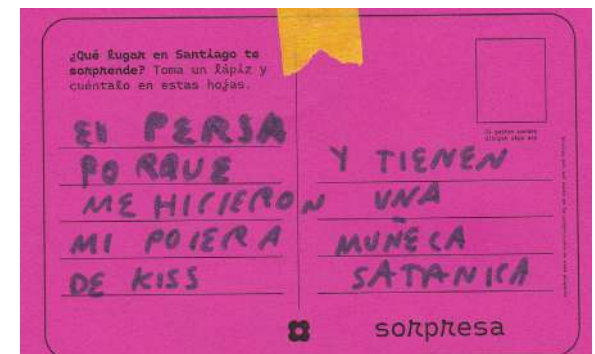
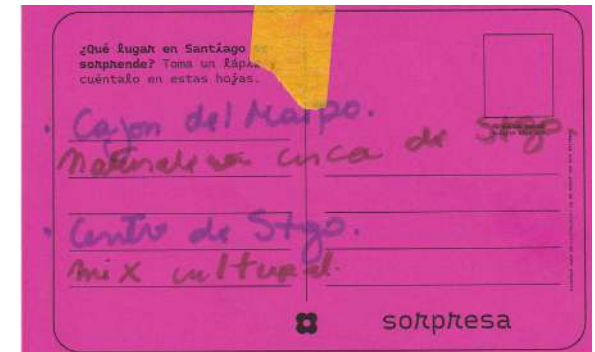
Nostalgia está marcada por experiencias mucho más personales y por lo tanto hay una mayor dispersión de los lugares, pero por lo mismo las personas profundizan más en cada lugar mencionado. Hay una tendencia a mencionar Plaza Italia y hacer hincapié en los cambios que se gestaron ahí desde el 18 de octubre, tomando tonos de orgullo pero también de tristeza por la degradación de la zona. Además, se mencionan muchos lugares que son panoramas antiguos como el Cerro San Cristóbal que ha marcado a generaciones de santiaguinos.

Imagen

Resultado Cartas a Santiago , sorpresa y nostalgia (registro propio)

## Sorpresa

En sorpresa vuelve a ser muy mencionado el Cerro San Cristóbal y en específico el zoológico. Los lugares con comercio son gatillantes para la sorpresa dado que eso permite encontrar cosas inesperadas. El persa del Biobio tiene ese efecto, destacándose la capacidad de siempre mostrar algo nuevo.





## Encuesta historias en Santiago

Para complementar lo recopilado en las intervenciones de Cartas a Santiago, se realiza una segunda encuesta online llamada Historias en Santiago a través de Google Forms. En la encuesta de Sentimientos en Santiago se incluyó una sección para que quienes estuviesen interesados en seguir participando del proyecto dejaran su mail, y a ellos se les envía esta encuesta como continuación de la anterior.

En esta ocasión se plantea la pregunta “**¿Qué lugar/lugares de Santiago te SORPRENDEN cuando vas? ¿Por qué? Si tienes alguna historia o anécdota ahí cuéntala acá abajo**”, y se incluye cada una de las emociones que se han mencionado. Se incluyen también sentimientos negativos porque ellos también conforman parte del imaginario situado en Santiago, pero se prefiere indagar de ellos de forma online para aprovechar las instancias físicas en capturar emociones positivas.

Con esta encuesta se termina de levantar la información que da forma al proyecto y lo nutre con las historias que han ocurrido en los lugares. Es respondida por 10 personas, y al buscar conocer relatos personales el número de la muestra no afecta en su resultado. Los sitios mencionados se asemejan a los obtenidos anteriormente lo que le da fuerza al relato de un imaginario común tras los lugares de la capital. Se destacan los siguientes relatos:

### Nostalgia

“Parque Quinta Normal, cuando era chica solía ir al parque de quinta normal con mi mamá y mi hermana los fines de semana, llevábamos las bicicletas y andábamos en esos botes que hay. Tengo recuerdos borrosos porque era pequeña, pero me hacen sentir con ganas de volver a estar ahí en ese momento.”

### Alegría

“Cerro San Cristóbal, porque me gusta el deporte y subirlo me da energía. Bellas Artes, me da una felicidad natural, una especie de superioridad.”

### Sorpresa

“Meiggs jajaj, porque cada vez está más lleno de diversidad cultural y eso me fascina. Me encanta observar a la gente y cómo lo propio con lo externo se une.”  
 “Pasajes cerca de plaza de armas: Cada uno tiene tanto que mostrar y enseñar, además de otros edificios impresionantes como la catedral o la corte suprema.”

### Tranquilidad

“La bajada del San Cristóbal, paz pura si son las 7 de la tarde, corre viento y la vista es hermosa.”

### Miedo

“Yo diría que la comuna de Santiago en sí me asusta, desde chica escuché cosas como “es peligroso, te pueden asaltar, blabla”. Pero el lugar que más miedo me da es Bellavista. Nunca me ha pasado algo malo en ese lugar, y las veces que he ido lo paso muy bien, pero siempre me asusta el peligro inminente que significa estar en ese lugar, sobre todo si eres mujer.”

### Desagrado

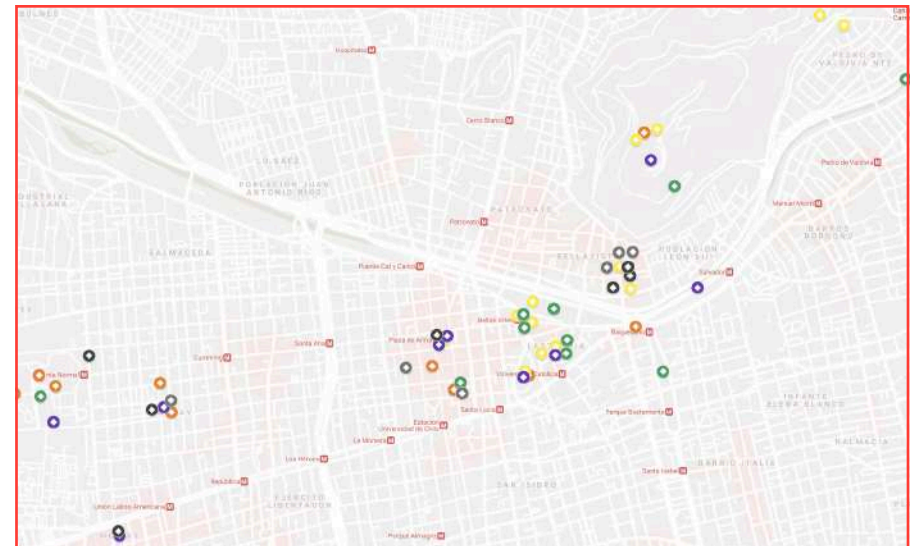
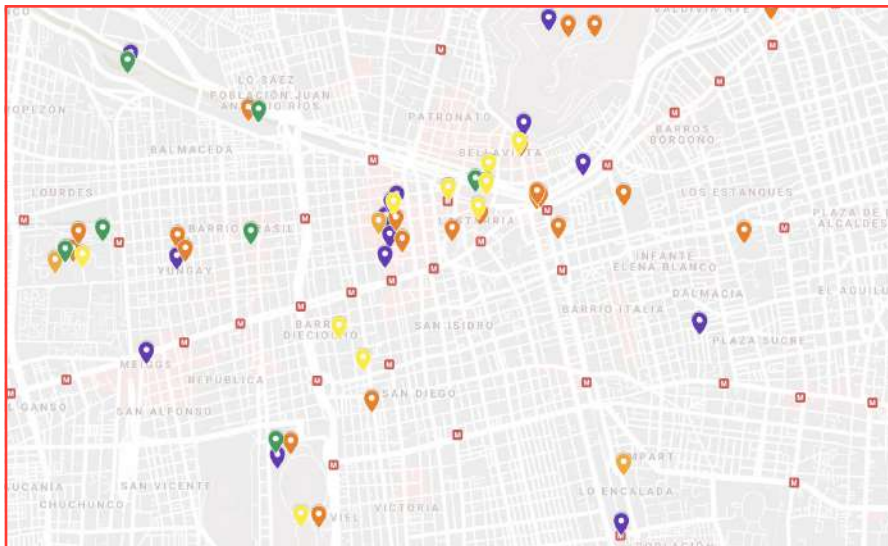
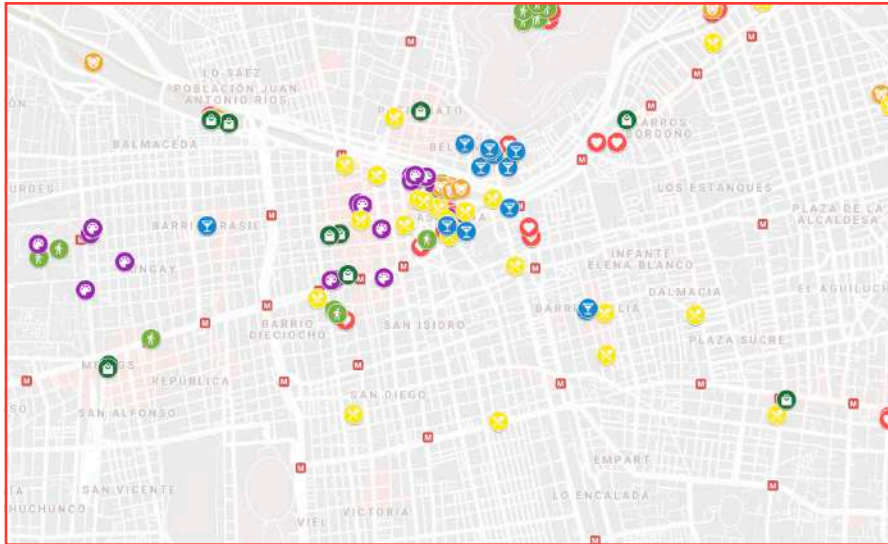
“Barrio Bellavista (principalmente de noche): Después del estallido social Barrio Bellavista se ha vuelto un espacio bastante inhóspito. La calle suele estar muy sucia y merodean más personas con aspecto mendicante y aparente estado de ebriedad que antes.”

Tras realizar cada uno de los instrumentos se debe ponderar la información que entrega cada técnica, haciendo una comparación entre la cantidad de datos obtenidos y su tipo de información.

## Sistematización

La información recopilada fue mapeada con Google My Maps de acuerdo a 3 categorías de información: 1. Lugares de Tú lugar para 2. Sentimientos de Cartas a Santiago 3. Historias de Tus historias en Santiago.

En ellos se puede ver que las zonas más saturadas corresponden a parques y barrios típicos, destacando el Centro Histórico, Barrio Yungay, Parque Quinta Normal, Persa Biobio/ Franklin, Cerro San Cristóbal, Lastarria, Bellas Artes, Parque Forestal, Los Reyes y Parque de la Familia.



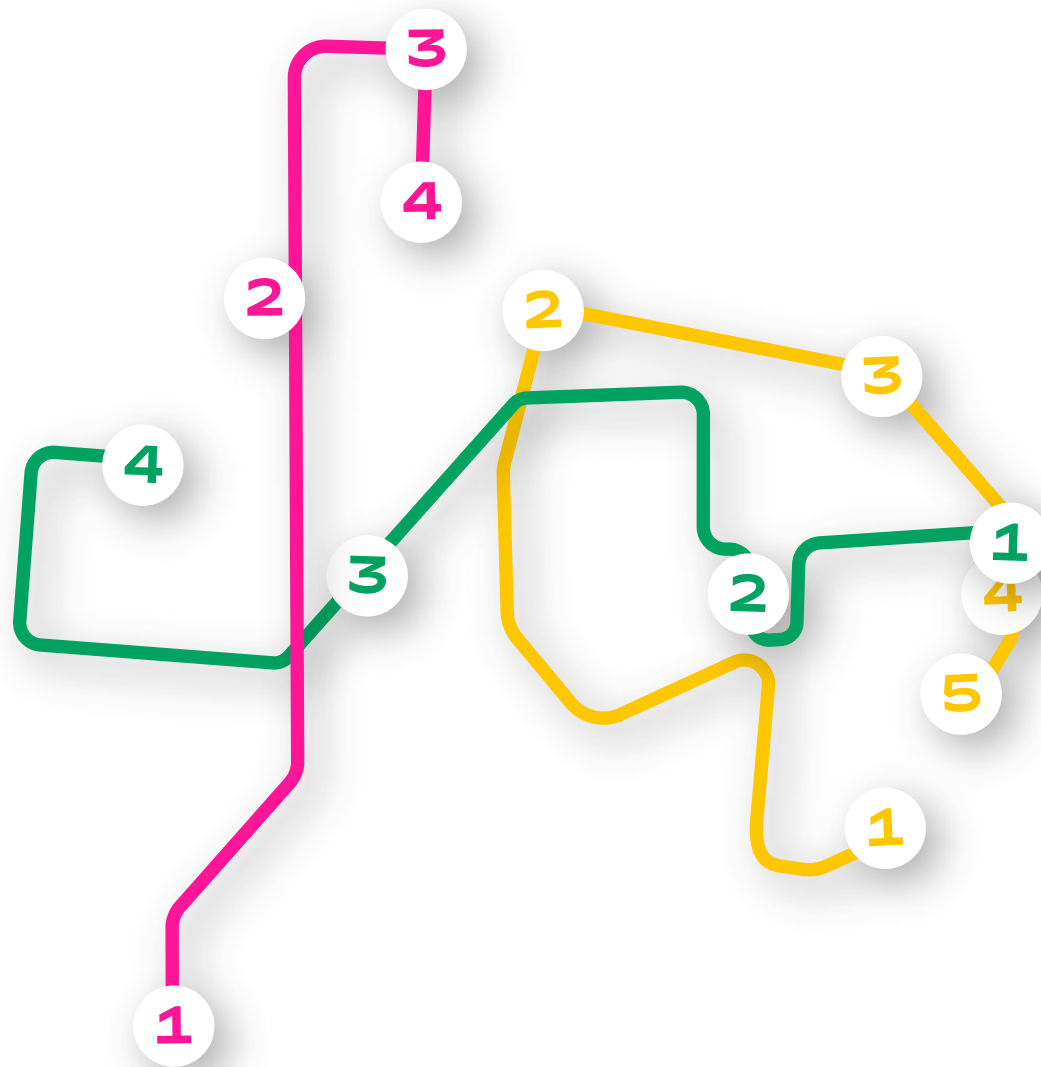
Imágenes

Sistematización Lugares - Sentimientos - Historia (registro y elaboración propia con google my maps)

**Proyecto**

## Planteamiento de las rutas

Las rutas que se proponen nacen de los levantamientos, y su propuesta tiene que ver con visibilizar aquellos sentimientos que habitan la ciudad a través de las personas.



Imagen

Planteamiento de Rutas (registro y elaboración propio)

## Alegría

Los lugares más identificados con alegría fueron en primer lugar el Cerro San Cristóbal y en segundo lugar Lastarria. Por su alta ponderación se considera que la ruta sea en el ParqueMet, pero es descartado en una primera instancia debido a que el hecho de ir a un cerro es de por sí disruptivo en la rutina de las personas como para intentar forzarlo. Se determina entonces que el sector a abarcar será Bellas Artes, Lastarria y el Parque Forestal.

**“Bellas Artes, me da una felicidad natural, una especie de superioridad.”**

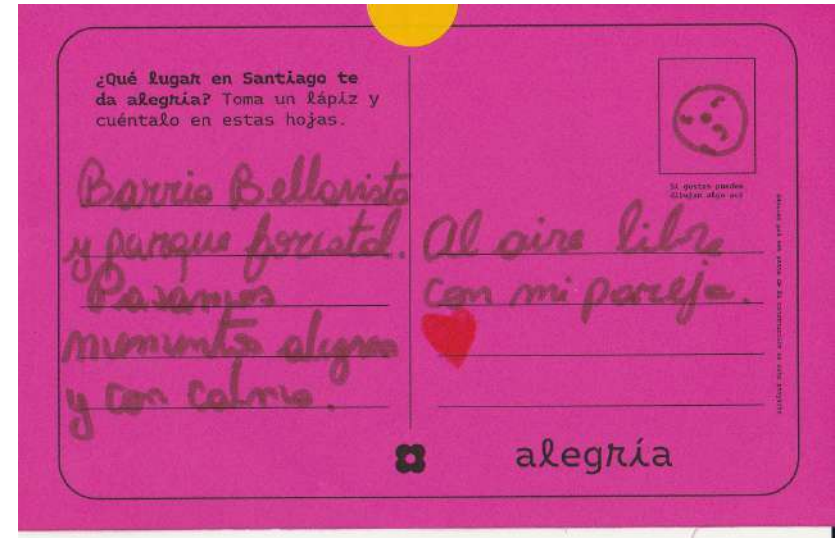
**“Bellas Artes: Siempre tiene algo nuevo que mostrarte y ofrecer, y hay cosas nuevas para aprender o ver.”**

Imagen

Resultado Cartas a Santiago , alegría (registro propio)

Imagen

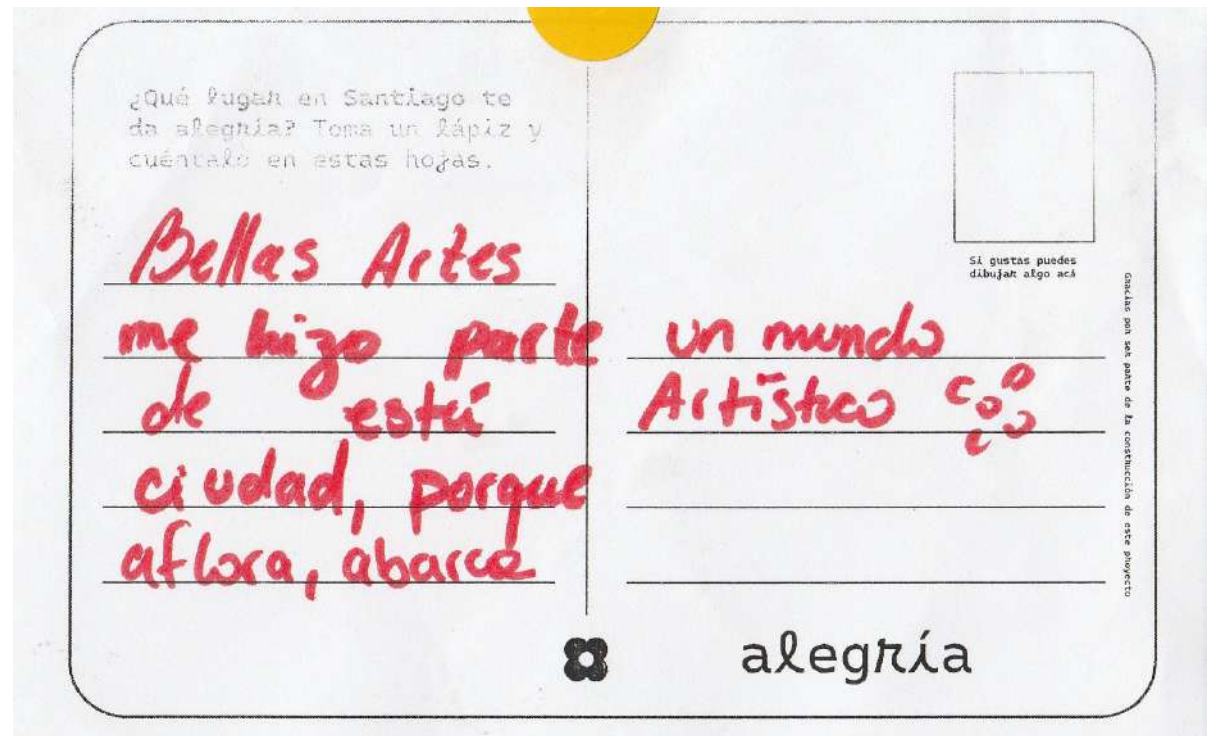
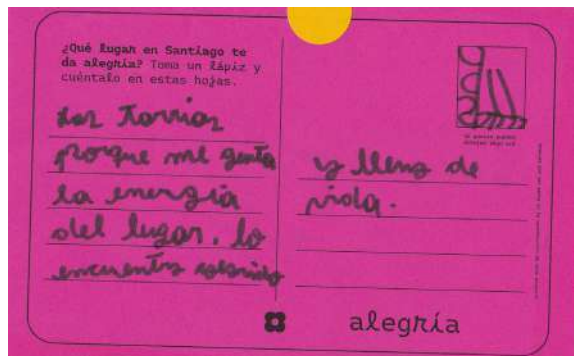
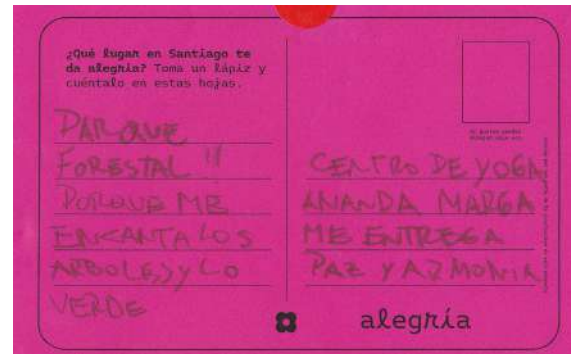
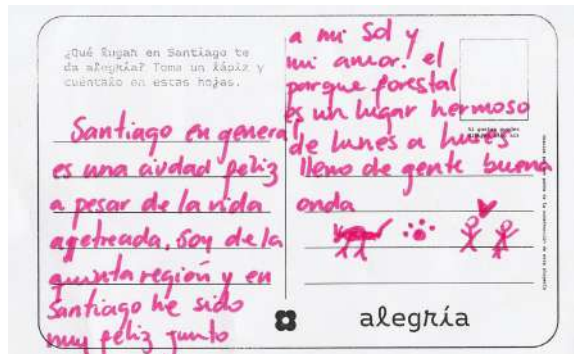
Sistematización Lugares (registro y elaboración propia con google my



De alegría se destacó que estaba muy relacionado a áreas verdes, tranquilidad y ver un entorno que contagie felicidad. Debe cuidarse de que la ruta permita ver personas en aquel estado de ánimo para promover la empatía y propiciar ese sentimiento en los visitantes. Se mencionó también la importancia de las expresiones de arte en lugares públicos y se complementa este recorrido con lugares que sean propicios para esto.

En base al cruce de información la ruta de alegría se compuso de los siguientes lugares, que encarnan el arte callejero, la tranquilidad del parque y el goce contagioso de más personas contentas. El recorrido comprende 1,5 kilómetros con 5 paradas en el Barrio Bellas Artes y Lastarria.





Imágenes

Resultado Cartas a Santiago , alegría (registro propio)

### **1. Zócalo del GAM**

El GAM da escenario a grupos para juntarse a bailar K-pop, street dance o hacer malabares. Hoy eso queda relegado a su zócalo ya que es local de vacunación y eso ocupa una de las explanadas superiores. El zócalo se convierte en un submundo al que se llega con su amplia escalera y que está rodeado por edificios.

### **2. Frontis del Bellas Artes**

Representa parte de la imagen mental del Barrio Bellas Artes y acoge diversas expresiones artísticas, desde personas haciendo burbujas para los niños a bailarines experimentales y de twist. Además de las expresiones, su frontis es en sí un hito digno de parar y admirar.

### **3. Parque Forestal**

Este lugar es muy apreciado por los participantes de la investigación. La sombra de sus antiguos árboles dan refugio a los acalorados en el verano y transforman el paisaje con sus hojas rojas en otoño. Es un lugar que acoge y que permite estar horas, destino de parejas, familias y grupos de amigos. También se presta para diversas expresiones, como payasos y actos de circo.

### **4. Villavicencio y sus calles**

Se plantea Villavicencio, Namur y Estados Unidos ya que son una forma alternativa de recorrer Lastarria en un ambiente más tranquilo. Es una cara menos conocida del barrio que mantiene una variada estética arquitectónica y calles pequeñas de recovecos que permiten tener la sensación de perderse.

### **5. Azotea Bar la Virgen**

Se le da un cierre al recorrido en esta azotea para poder observar lo recorrido desde la altura. De esta forma se potencia el sentido de haber logrado una meta, que es una de los procesos mentales que genera satisfacción. El hecho de tener un cierre también aporta a la memorabilidad de la salida, fijando el recuerdo para la posteridad.

[Sorpresa]

El centro, siempre. El jueves fui a ver un amigo cerca del lastarria, afuera del Bellas artes bailaban unos *gallos bizarrisimos*, la plaza de armas también. Lo más raro son los predicadores. Pasan interacciones demasiado *random*, está todo pasando.

## Sorpresa

La sorpresa se relaciona a encontrar aquello inesperado, generando una respuesta en el espectador. En la investigación se observó que en Santiago esto tiene que ver con el comercio, con sectores saturados de información visual y lugares donde se puedan vivir experiencias novedosas. Los lugares más mencionados fueron el Centro de Santiago y el Persa del Biobio/ Franklin. Aunque los segundos fueron muy mencionados, se relacionaban principalmente con consumo, mientras que el centro daba un abanico amplio de cosas que ver y hacer.

**“Plaza de armas, porque un día fui sola a comerme un completo y estaba muy rico, además me gusta sentir esa chilenidad y diversidad cultural.”**

**“Cuando voy al centro también, con el movimiento pasan desaprecibidas muchas cosas como el paseo peatonal de la bolsa que está muy bien cuidado y sin vendedores.”**

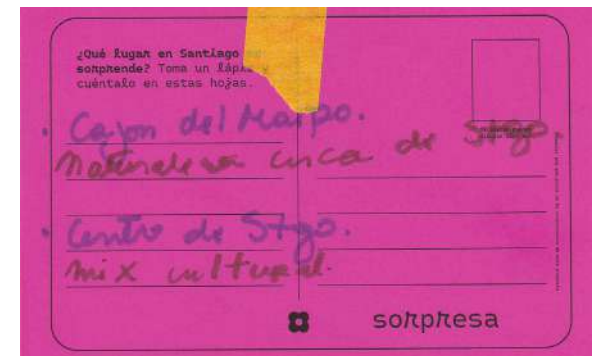
Del levantamiento y análisis de la información recabada se propone la siguiente ruta, cuyas paradas permiten entrar a realidades paralelas en un pequeño cuadrante del centro de Santiago. Saturado de personas viviendo su cotidianidad, este recorrido debe ser hecho con los ojos bien abiertos y más disposición a perderse y apreciar para encontrar esos detalles que lo distinguen.

Imagen

Resultado Cartas a Santiago , sorpresa (registro propio)

Imagen

Sistematización Lugares (registro y elaboración propia con google my maps)





### **1. Barrio La Bolsa**

Rodeada de calles con ajetreo y comercio ambulante, en este pequeño barrio se mantiene la tranquilidad y ornato de un lugar donde se transan acciones. Se selecciona por ser un paisaje que conversa con el centro de Santiago pero sin contagiarse del desorden.

### **3. Plaza de armas**

La vida brota a borbotones de la Plaza de Armas y las personas lo reconocen. Se destacan de ella los espectáculos que las personas pueden ver, como los stand up shows, los ajedrecistas y las interacciones curiosas que tienen cabida ahí.

### **2. Galería Edwards**

Esta joya escondida del centro de Santiago conversa poco con su exterior, del Paseo Ahumada se ingresa por un portal a este lugar que protege del sol y la lluvia con un techo ornamentado, una escalera doble con manillas doradas que conducen a una serie de galerías subterráneas. Sea ahí o en el 1er piso se podrán ver negocios antiguos con comercio de distintas cosas, compra de oro, fotos de carnet y otras cosas.

### **4. Portal Fernández Concha**

Se escoge como cierre por ser reconocido por los participantes como un lugar de variedad para comer y tener el cierre del paseo. Se destaca la variedad de comida y el hecho de que ahí llega el primer completo a Chile.

## Nostalgia

Este sentimiento nace de la remembranza, de lugares que fueron panoramas en la infancia y que al día de hoy se les recuerda con un aura de anhelo y cariño. No es sorpresa que uno de los más mencionados fuera el Parque de la Quinta Normal, lugar de peregrinación de familias y escuelas para llevar a sus niños a los museos, al parque y a su laguna con botes y patos. La arquitectura y conservación de los lugares también se vislumbra como un factor clave, y al respecto se menciona mucho Lastarria y Yungay. La dispersión de lugares fue más marcada por su asociación a lo personal, apareciendo hitos como calles de la infancia o lugares que dejaron de existir como la Feria Artesanal de Vitacura.

**“El barrio Yungay, me llevó un amigo y paseamos la tarde entera fijándonos en los pasajes, los dibujos de los pisos y las fachadas. Terminamos en la peluquería francesa que aunque *nica* podíamos pagarla, igual nos dejaron entrar a conocerla.”**

**“Cuando era chica solía ir al parque de quinta normal con mi mamá y mi hermana los fines de semana, llevábamos las bicicletas y andábamos en esos botes que hay. Tengo recuerdos borrosos porque era pequeña, pero me hacen sentir con ganas de volver a estar ahí en ese momento.”**

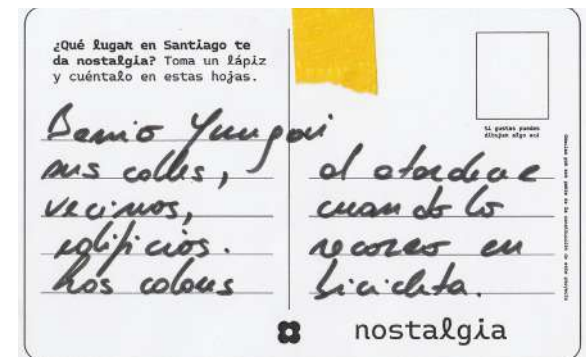
**“[Quinta Normal] Me recuerda visitas a museos cuando niño, días lindos alimentando a los patos y sentarme bajo los árboles gigantes que hay en el parque”**

Imagen

Resultado Cartas a Santiago , nostalgia (registro propio)

Imagen

Siematización Lugares (registro y elaboración propia con google my maps)



### **1. Peluquería Francesa/ Boulevard Lavaud**

Esta esquina queda muy adornada con este local. Manteniendo el cuidado de la edificación por dentro y fuera, encarna parte de la identidad de Yungay. Se puede ver desde afuera, pero aún mejor es intentar entrar. Si el precio se escapa del bolsillo siempre se puede solicitar entrar a deleitarse con sus colecciones de antaño que adornan cada pared, espacio y rincón.

### **3. Parque Quinta Normal**

Sede de muchos recuerdos para una gran porción de los santiaguinos, el parque ha sido por mucho tiempo un centro de peregrinación para padres que llevan a sus hijos. No es fortuito: da lugar al Museo Nacional de Historia Natural con su famosa ballena Greta, es un lugar con mucha naturaleza y sus árboles que permiten relajarse, disfrutar del viento corriendo entre las hojas y a los niños correr entre los árboles.

### **2. Pasaje Adriana Cousiño**

Por la calle Compañía de Jesús te vas a topar con este paseo peatonal que ha preferido ignorar el paso del tiempo. Así lo denotan sus conservadas cerámicas en el piso, las fachadas y el pequeño jardín que crea entre sus dos corredores. Si te paras en el centro puedes jugar a imaginar este mismo lugar hace 100 años.

### **4. Laguna Quinta Normal**

La salida de la rutina que signific. a subirse a un bote, pedalear por la laguna de la Quinta Normal mientras se le da comida a los patos. Este panorama parece más bien un collage de distintos tiempos: a las espaldas el Museo de Historia Natural de 1830, los botes de estética ochentera y uno viviendo el presente.

## Testeos e iteración de las rutas

Se realizan testeos con usuarios para validar el concepto del proyecto, los sectores y los lugares específicos planteados para las rutas. La tabla muestra un resumen de lo realizado y aprendido para ser incorporado en la iteración.

Fig. 8

Tabla testeo e iteración de las rutas (elaboración propia)

Testeo	Objetivo	Formato y recursos	Resultados	Aprendizajes y re-diseño
Concepto de las rutas y sectores de rutas preliminares	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Validar el concepto de rutas según sentimientos</li> <li>2. Validar sectores de las rutas asociados a sentimientos</li> </ol>	No en terreno Mapa con las zonas de visita	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Se valida el concepto de emociones e historias como nueva perspectiva para salir a caminar</li> <li>&gt;Hace sentido las zonas elegidas con los sentimientos que fueron mapeados en ellas y desde los que se proponen aquellos recorridos</li> </ul>	>Se establece una diferencia entre los sectores y los lugares dentro de ellos, planteándose la incorporación de lugares más
Rutas, sus lugares, validación del mapa	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Validar los lugares seleccionados</li> <li>2. Comprensión del mapa para la aplicación</li> </ol>	En terreno Aplicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Se validan ciertos lugares que presentan interacciones</li> <li>&gt;Los lugares destinados sólo a la observación son poco apreciados</li> <li>&gt;El mapa es comprendido y seguido</li> </ul>	>Se incorporan pequeños cambios al mapa, achicando los números de los recorridos
			<p><b>Sorpresa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Se valoran aquellos lugares que permiten encontrar cosas e interactuar, dos puntos claves</li> <li>&gt;Los lugares que sólo proponían ser mirados se les resta importancia</li> </ul>	<p><b>Sorpresa</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Se descartan lugares tan sólo de apreciación visual (Casa Matriz Banco de Chile principalmente)</li> <li>&gt;Se incorporan las Galerías del Centro porque fueron mencionadas en los levantamientos y en el testeo también se les dió mucho énfasis</li> </ul>
			<p><b>Alegría</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Pocas críticas a la zona</li> <li>&gt;Rayados afectan la percepción</li> <li>&gt;Se valora la arquitectura principalmente</li> </ul>	<p><b>Alegría</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Se validan los lugares y también lo que la ruta permite ver</li> </ul>

## Primer testeo: Concepto de las rutas y sectores preliminares

### Objetivos

1. Validar el concepto de rutas según sentimientos
2. Validar sectores de las rutas asociados a sentimientos

El testeo se realizó con 3 usuarios de 31, 33 y 19 años en una reunión en la casa de uno de ellos para probar de forma simple y barata el concepto. Para ello se genera una conversación con los temas mencionados abajo, la que se apoya en un mapa de Santiago con las sectorización de emociones que darán paso a las rutas y además la selección de esos lugares.

### Temas tocados:

- >Formas de caminar: trabajo y utilidad versus ocio y tranquilidad.
- >Sentimientos situados: cómo los sentimientos toman lugar en espacios físicos y que ello puede ser recogido.
- >Emociones como driver para salir a caminar

### Temas surgentes:

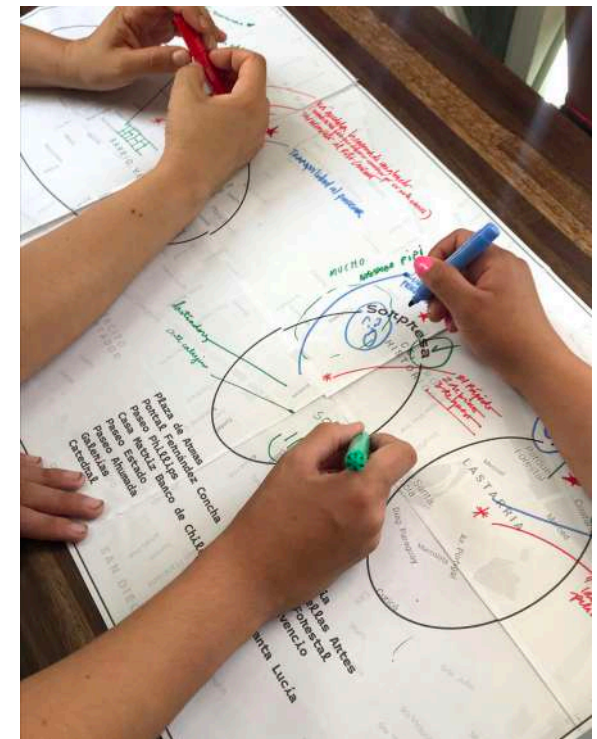
- >Historias de los participantes en aquellos lugares y datos de conocimiento general
- >Otros lugares que los usuarios asocian ciertos sentimientos
- >Deterioro de sectores patrimoniales

Imagen

Recurso para testeo (registro y elaboración propia)

Imagen

Imagen del testeo (registro propio)



## Segundo testeo: Rutas, lugares y validación del mapa

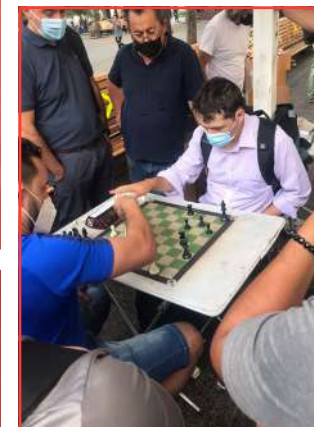
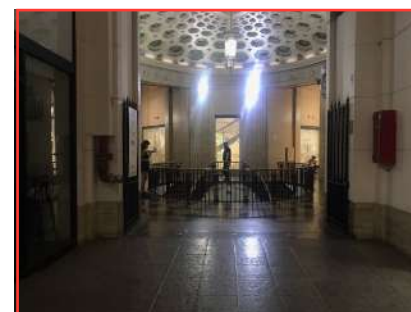
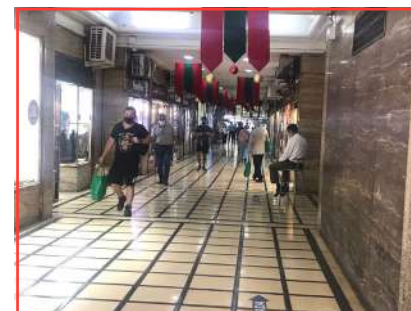
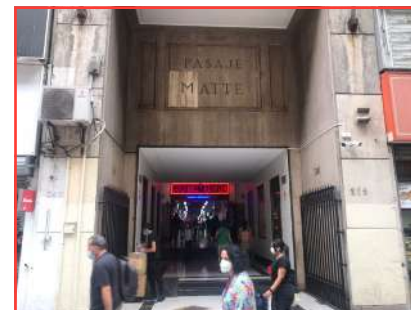
### Objetivos

1. Validar los lugares seleccionados
2. Comprensión del mapa para la aplicación

Como se debían testear las rutas, este testeo fue realizado en 2 ocasiones abarcando los recorridos de alegría y sorpresa. En ambos el testeo fue realizado a modo de sonda, en que el participante fue a hacer el recorrido, utilizando el mapa, visitando los lugares señalados y pudiendo ver la información de la app en cada lugar. La instrucción fue caminar entre los sitios indicados, sacar fotos de aquello que le pareciera interesante y enviarlas con una descripción de qué les llamó la atención.

## Testeo recorrido de sorpresa

1. Me sorprendí al saber que este edificio fue el primer rascacielos de Santiago, y hoy es más chico que un edificio residencial.
2. El Barrio de la bolsa es cómo trasladarse a otra época, sus murallas, locales de comida ambientados en los 80, hasta la gente parece vivir en otro ritmo. Un lugar precioso.
3. Esta galería me gustó por el diseño del suelo :)
4. Esa galería era preciosa, tenía escaleras que bajaban en forma de caracol y un techo precioso.
5. Este pasaje me gustó porque estaba medio escondido, era como una puerta que te llevaba desde lo antiguo a lo nuevo.
6. Me encanta este edificio, sus piletas, ventanas, el diseño de la fachada. Los tribunales de justicia son mi edificio favorito de la zona de plaza de armas
7. Un edificio muy llamativo por su forma y sus ventanas, parecía sacado de una película e instalado en el paseo ahumada.



Imagen

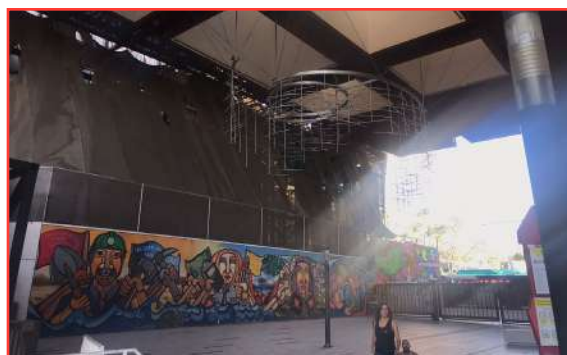
Registro del testeo recorrido sorpresa (registro propio)

## Testeo recorrido de alegría

1. Me gustó este mural en el zócalo, no es pintado sino que son maderas superpuestas. Además puedes ver desde esas bancas a muchas personas bailando, haciendo malabares, entre otras cosas



2. El bar el bajo es lo mejor! Esa escalera me encanta porque su baranda está hecha con palos de otras escaleras, además el bar tiene una mesa de pingpong, francamente 10/10



3. Un mural muy lindo y significativo en el gam, acompañado de una intervención colgante muy interesante

4. Este edificio de Villavicencio es muy choro, sacado de otra época, los rayados de la calle afectan pero este lugar sigue siendo una joya



5. Me gustó esta fuente en el camino entre lastarria y el bellas artes, paso mucho por esa zona y nunca me había detenido a mirarla, es muy linda

6. Podría escribir un libro entero sobre todo lo que me gusta del museo de bellas artes. Sus cúpulas, pilares, escaleras, todo es sublime, quizás es mi edificio favorito De Santiago

Imagen

Registro del testeo recorrido alegría (registro propio)





7. Me gusto este edificio de Villavicencio, en especial sus vitrales y puertas

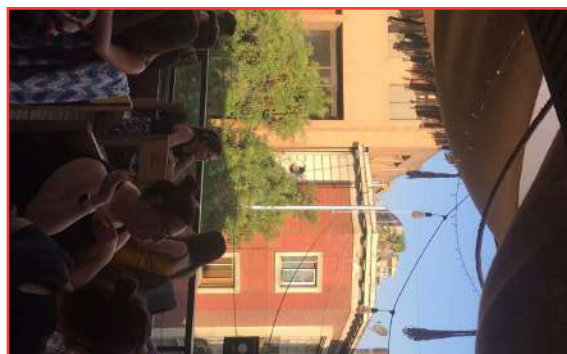
8. Unos juegos en el parque forestal, me gusta que estos espacios sean atractivos para familias y niños en especial

9. Otra escalera en Villavicencio que te hace sentir en otro siglo, precioso lugar.



10. Esta iglesia es preciosa, pero me gustó particularmente el diseño de la parte de arriba

11. El bar la virgen tiene una azotea preciosa con esta vista que durante el atardecer se ve increíble, gran lugar con comida y tragos muy ricos



A modo de resumen de lo ya expuesto en la tabla, el recorrido fue validado en su totalidad. Se ponderó con mayor preferencia el Gam y su zócalo, y la calle Villavicencio con los detalles que esconde. El Parque Forestal no fue tan valorado pero queda aún con muy buena ponderación de los levantamientos.

Imagen

Registro del testeo recorrido alegría (registro propio)

## Soporte

### Definición del formato

En una primera instancia se plantea que el proyecto se materialice de forma física, a través de un kit que incluyese un fanzine con la información de ruta y lugares para una emoción específica, un mapa y otros elementos que aportasen a la experiencia de recorrer desde aquella emoción. Esto tenía su justificación en que al ser un proyecto que se ligaba directamente con la percepción, el contacto físico con el mismo era de suma relevancia y que aquel instrumento para recorrer tomaba un valor visceral.

Al momento de ejecutar, se toma un paso atrás y se pondera con mayor relevancia el factor de la accesibilidad que debía tener el proyecto. Se plantea que el acceso a este servicio es más relevante que la experiencia que otorga el objeto material, por lo que se pivota para acatar aquella indicación. Se pone en la balanza también el hecho de que parte del alma del proyecto se encuentra en la posibilidad de recibir

retroalimentación, interacción que se limita (por no decir elimina) al usar un libro como soporte. Por último, de las interacciones recogidas en las entrevistas a usuarios y expuestas en el marco teórico, se destaca la preferencia por llevar pocas cosas al salir a pasear por motivos de comodidad y seguridad.

Se explora la posibilidad de una aplicación y se baraja la opción de una app web, aquellas a las que se accede desde un servidor web y que no requieren ser instaladas. Esto último se ve como un valor al no requerir memoria del teléfono de los usuarios, pero las restricciones que planteaba eran mayores a sus beneficios. La aplicación móvil por el contrario permite acceder a la función de GPS, de alta relevancia para ubicarse, y además facilita la generación de data e interacción en que el usuario nutra el proyecto con sus percepciones. Se opta finalmente por la aplicación web y se aprovecha el contexto de que el usuario se

encuentra expuesto permanentemente a estas redes y las usa con diversos propósitos, entre ellos del ocio como es en este caso.

## Narrativa

Dado que el foco del proyecto está en la vivencia de los santiaguinos, su narrativa debe ser acorde a la cultura en la que están (estamos) inmersos. Para esto se abordan 3 aristas:

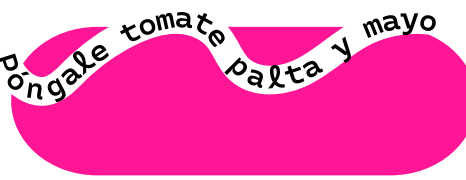
>En el planteamiento de la aplicación el lenguaje utilizado es cercano que apela a un tú, con códigos lingüísticos que tienden a lo formal pero manteniendo la expresividad y sin caer en lo académico.

>Las historias compartidas por los participantes no se modifican excepto por temas básicos de redacción y gramaticales.

>Se complementan estas formas de lenguaje escrito con caligramas hechos a partir de relatos, en los que por medio de la gráfica se juega con las palabras y la forma física de los sujetos de los que se habla en ellos.

Los gringos trajeron el ~hotdog~

Peto en chile dijimos no no no  
 póngale tomate palta y mayo  
 Ahora está completo mi compadre



Imágenes

Imagen representativa de la narrativa gráfica y artefacto de Nicanor Parra



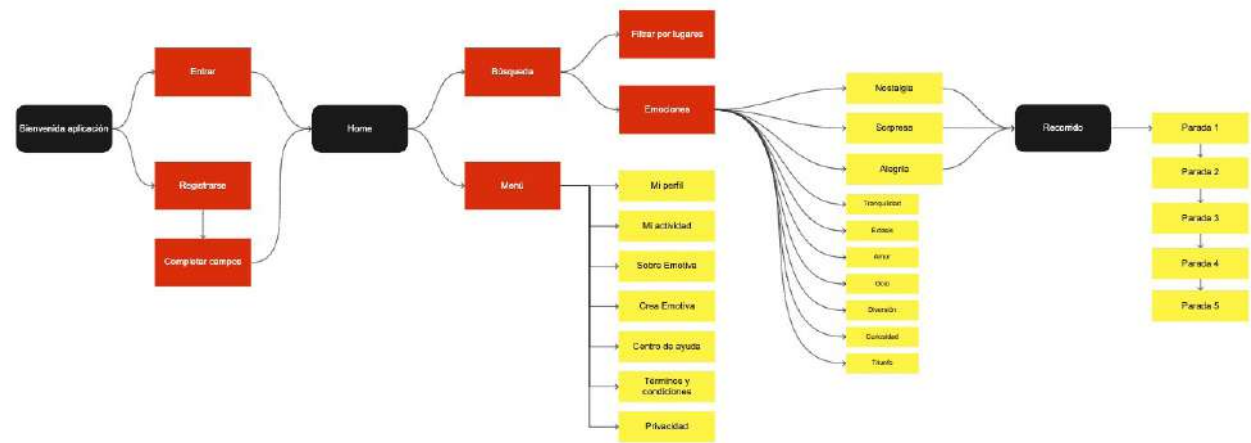


Figura 8

Mapa de flujo aplicación (elaboración propia)

### Aplicación: Diagrama de flujo

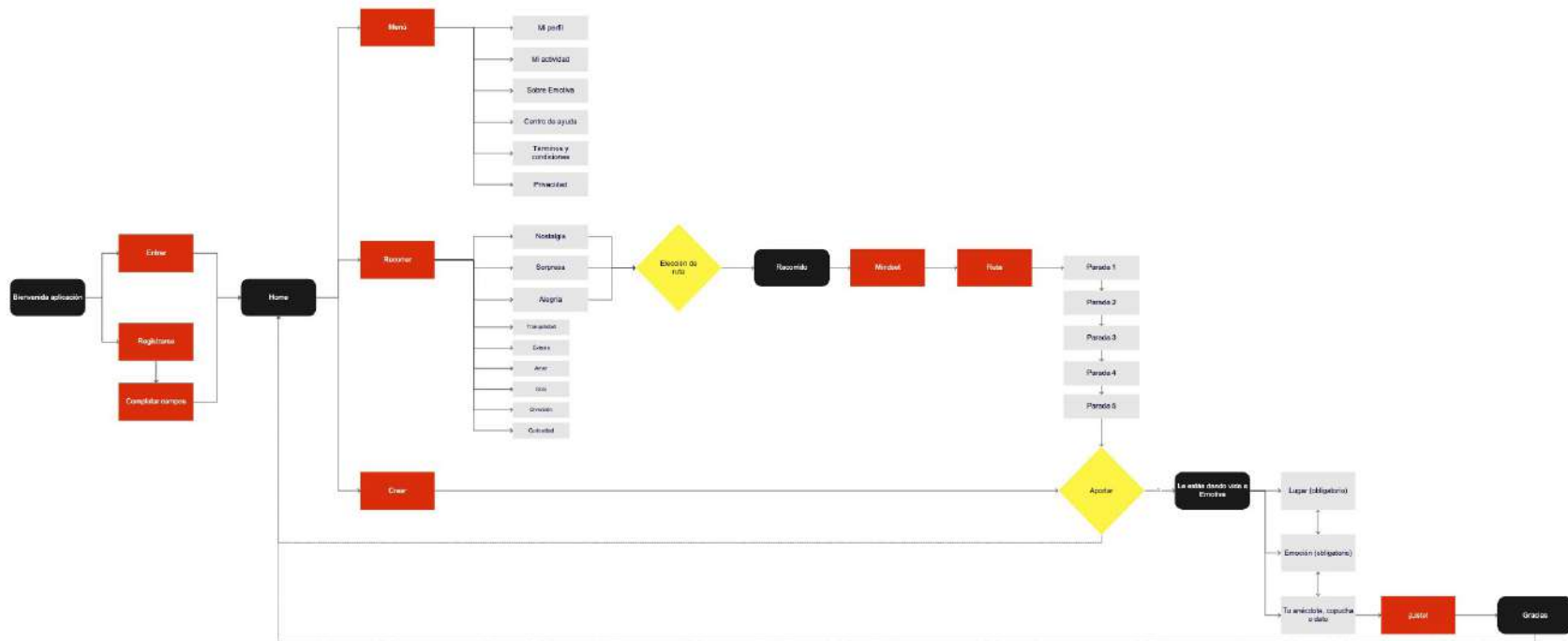
En este diagrama de flujo se muestra cómo fue pensada la primera navegación por la aplicación de Emotiva, en un primer acercamiento se tomaron referentes de aplicaciones que ofrecían información de forma segmentada, especialmente de referentes turísticos mostrando lugares. De ahí nace esta primera versión.

Se realizó un testeo que se detallará en la tabla de abajo para aprender sobre la navegabilidad, del que se decidió pivotear hacia una app cuyo foco fuese el mapa y GPS y que desde esa ventana de realizaran las demás acciones.

Testeo	Objetivo	Formato y recursos	Resultados	Aprendizajes y re-diseño
Usabilidad de la aplicación	1. Flujo 2. Interacciones clave dentro de la aplicación 3. Aspectos gráficos de fotografías e íconos	Reunión física Aplicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;El flujo hacia los recorridos es poco intuitivo.</li> <li>&gt;Las interacciones clave para recorrer y aportar están muy ocultas.</li> <li>&gt;Iconografía poco reconocible.</li> <li>&gt;Tratamiento de fotografías es poco eficaz.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt;Se reformula el flujo de la aplicación tras un nuevo estudio de referentes.</li> <li>&gt;Las acciones para recorrer y aportar historias se ponen en el menú principal que está todo el tiempo visible en la página de inicio de la aplicación.</li> <li>&gt;Se replantea la forma de aportar, tomando referencia de preguntas que sirven como iniciador de conversaciones para promover la escritura de los relatos personales.</li> <li>&gt;Se opta por eliminar el tratamiento de imagen priorizando que lo que se muestra en la pantalla sea un reflejo fiel del hito que la persona encontrará.</li> </ul>

Figura 9

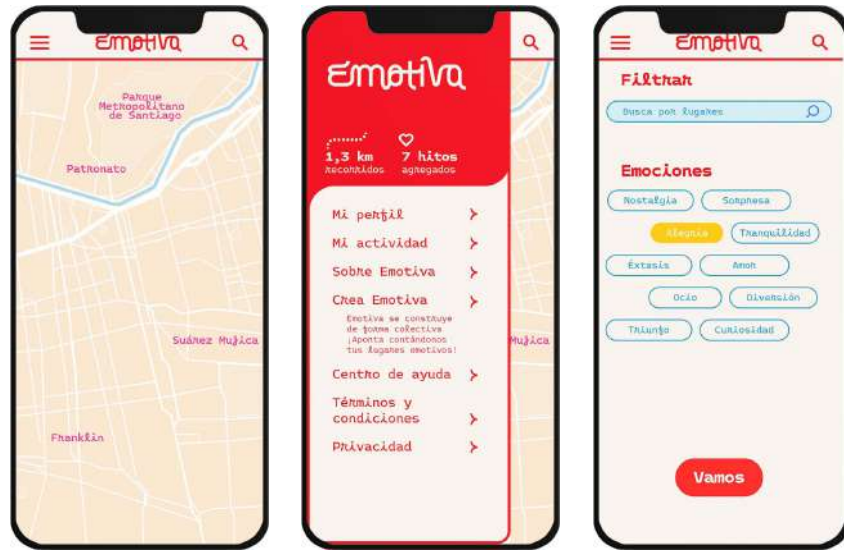
Testeo aplicación (elaboración propia)



De la interacción con el primer prototipo de la aplicación se hizo evidente que el flujo de interacciones era altamente engorroso, las opciones clave de la aplicación se habían muy escondidas y con sólo eso ya se perdía mucho valor para el usuario, que espera que sus experiencias virtuales sean rápidas y expeditas.

En base a esto se revisó el flujo de información de Google Maps ya que es una de las principales aplicaciones de navegación con GPS. Se rescata de ella su menú inferior que permite acceder a las acciones más importantes, y se decide usar ese recurso. Este cambio hace de la aplicación mucho más intuitiva para el usuario.

Figura 10  
Mapa de flujo iterado (elaboración propia)



Imagen

Visualizaciones aplicación primer prototipo  
(elaboración propia)

Imagen

Visualizaciones aplicación iterada (elaboración propia)



## Identidad visual

### Naming

“Emotiva” es el nombre del proyecto y surge desde una recapitulación de la investigación. La palabra emotiva en sí se usa como adjetivo sobre lo relacionado a las emociones, que son la guía y pilar fundamental en el desarrollo del proyecto. Se usa el singular de la palabra para destacar el uso personal que se le otorga pero que a la vez cumple la función de describir lo que se busca generar en la interacción entre Emotiva y el usuario.

Dado que el naming no se explica por sí solo, se incorpora la bajada “Sintiendo tu ciudad paso a paso” con el objetivo de guiar al usuario hacia la temática de la aplicación.

### Logo

Para definir la identidad del logo se opta por aprovechar la abstracción de las rutas planteadas y utilizar ese recurso gráfico para aplicarlo como letras ligadas. De esta forma la palabra “emotiva” se escribe de forma continua y con trazos orgánicos semejando una ruta ficticia a modo de representación de las rutas reales. En algunas ocasiones se agrega la bajada del naming, principalmente en las páginas de inicio de la aplicación como forma de introducción a la misma.

Emotiva 

Emotiva 

Emotiva 

Emotiva

Emotiva

Sintiendo tu ciudad paso a paso

Emotiva

Emotiva

Emotiva

Emotiva

■ Zona libre, 1/3 del alto del logo

## Elección tipográfica y paleta cromática

La identidad gráfica de Emotiva se ve marcada por el uso de dos familias tipográficas. En primer lugar, se escoge Monotalic, diseñada por la fundición serbia Kostic Type. En una tipografía monoespaciada y sans serif. Una de sus mayores características está dada por los glifos en las letras l, f, i, j y r que tienen mayor relación con la escritura ligada. Esta decisión se basa en que los caracteres mencionados presentan problemas del espacio negativo a su alrededor en las tipografías monoespaciadas, y los autores buscan inspiración en la escritura ligada para plantear una solución experimental.

Se la consideró una tipografía adecuada debido a su aspecto “moderno” que le da el monoespacio, que evoca al imaginario tecnológico y de computación, pero que combina con los elementos más lúdicos y manuscritos que le dan las letras inspiradas en la escritura ligada le otorgan un carácter llamativo.

Se escoge para ser utilizada tanto en títulos como en cuerpos de texto de los distintos soportes que tiene el proyecto. Monotalic cuenta con un sólo estilo que a su vez tiene 3 anchos y 4 variables de peso, que permiten distintas aplicaciones en los distintos formatos manteniendo la cohesión de la identidad a la vez que aporta libertad creativa.

Monotalic Narrow Light  
 Monotalic Narrow  
 Monotalic Narrow Medium  
 Monotalic Narrow Bold

Monotalic Light  
 Monotalic Regular  
 Monotalic Medium  
 Monotalic Bold

Monotalic Wide Light  
 Monotalic Wide  
 Monotalic Wide Medium  
 Monotalic Wide Bold

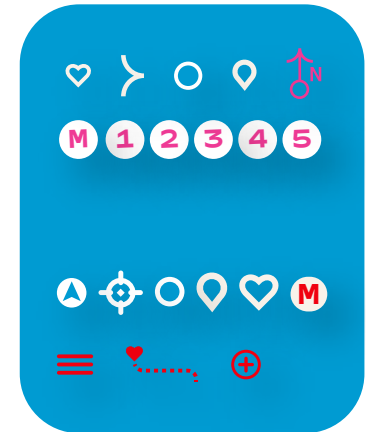




## Íconos y mapa

Para la interfaz del proyecto se desarrolló una serie de íconos derivados del lenguaje de Google Maps y Waze, dado que estas son de las plataformas más utilizadas para navegar la ciudad y su lenguaje ya forma parte de lo reconocido por los usuarios. Se iteran para conversar con el lenguaje gráfico desarrollado y se incorporan íconos para conceptos propios.

Para el mapa se opta por simplificar aquellos que plantean las aplicaciones de navegación, reduciendo su paleta de colores para hacer notar sólo calzada, cuerpos de agua, manzanas y zonas verdes declaradas. Los nombres de calles también se llevan al mínimo, se mantienen pocos nombres de sitios ajenos a los aportados por la gente y se eliminan otros distractores como paradas de bus o el sentido de la calle dado que no se alinean con el fin de la aplicación.





**Implementación**

### Modelo de negocios

Se ha definido que el usuario objetivo del proyecto corresponde a un usuario activo, interesado por la cultura y en búsqueda de nuevas experiencias, y otro pasivo que se interesa en aquellos temas pero es un consumidor digital de los mismos.

Su cliente principal son las municipalidades en donde se sitúan los recorridos y aquellos lugares públicos (organizaciones culturales) y privados (locales) que son destacados como lugares de interés. Ellos son elegidos e invitados a ser parte del proyecto

Para cumplir los objetivos propuestos en la formulación del proyecto se plantea que la aplicación se financie inicialmente con fondos concursables y que luego sea mantenida gracias a alianzas estratégicas con municipalidades, centros culturales y privados. Estos últimos son elegidos a partir de la información aportada por las personas para que la aplicación pueda actualizar sus rutas respondiendo a los intereses de los usuarios. Así se tiene una rotación de rutas y que sus lugares respondan a los cambios de la percepción de las personas.

<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Municipalidad de santiago</li> <li>&gt; Organizaciones culturales como OH STGO</li> <li>&gt; Organizaciones público/ privadas invitadas a participar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Diseño de la aplicación e iteración para un producto final</li> <li>&gt; Difusión a través de marketing digital</li> <li>&gt; Postulación a fondos concursables</li> <li>&gt; Implementación y lanzamiento</li> <li>&gt; Actualización recurrente en base a la información aportada por usuarios</li> <li>&gt; Acceso a GPS</li> <li>&gt; Programador</li> <li>&gt; Información entregada por los usuarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Rutas de caminata a por Santiago co-creadas a partir de la experiencia subjetiva de sus habitantes, poniendo en valor los sentimientos e historias que ahí han ocurrido y que dejan como rastro el imaginario situado. Al cruzar esas emociones y anécdotas se crea una narrativa humana centrada en compartir las vivencias personales para construir el sentido colectivo de los lugares. Utilizando un medio accesible de distribución como las aplicaciones y permitiendo que los usuarios aporten al proyecto, se plantea una forma de conectar con la ciudad y los significados colectivos de manera accesible.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Lenguaje cercano y local apelando a un "tú"</li> <li>&gt; Bilateral de largo plazo para el input de co-creación y actualización de rutas</li> <li>&gt; Unilateral de servicio de la aplicación</li> <li>&gt; RRSS Instagram</li> <li>&gt; Aplicación</li> <li>&gt; Difusión en redes sociales de OH! Stgo</li> <li>&gt; App Store</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Santiaguinos interesados en actividades culturales y de esparcimiento</li> <li>&gt; Santiaguinos consumidores de cultura por medios digitales</li> <li>&gt; Establecimientos público y privadas</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Costos iniciales</li> <li>-Desarrollo App</li> <li>&gt;Registro de marca y logo</li> <li>&gt;Campania de lanzamiento</li> <li>&gt; Costos fijos:</li> <li>-Jefe de proyecto</li> <li>&gt;Diseñador</li> <li>&gt;Mantenición de la aplicación</li> <li>Community manager</li> <li>&gt; Costos variables</li> <li>&gt;Diseñador</li> <li>&gt;Servidor</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; Fondos concursables</li> <li>&gt; Municipalidades</li> <li>&gt; Organizaciones culturales</li> <li>&gt; Privados</li> </ul>		

## Plan de divulgación

Para la difusión de la plataforma se plantea una campaña de lanzamiento a través de Instagram dado que es la red social más utilizada por el público objetivo, la información es fácil de visualizar y también de compartir a través de las historias. Se plantea colaborar con organizaciones que también se dediquen a la difusión de Santiago como OH! Stgo (30k seguidores), Santiagoadicto (540k seguidores), Santuiaguista (50k) y Qué hacer en Stgo (37k).

## Estructura de costos

Primero se calculó el costo relativo a la inversión inicial, que es consumido principalmente por el desarrollo de la aplicación y luego se diferenció los costos fijos de los variables. Los costos fijos en este caso corresponden principalmente a gastos de sueldos

Inversión inicial	
Desarrollo de la aplicación (incluye programador, licencias y otros)	12000000
Registro de marca y logo	160000
Campaña de lanzamiento	300000
Inscripción de la sociedad	50000
<b>Total</b>	<b>12510000</b>

Costos fijos		
Sueldos	Mensual	Anual
Jefa de proyecto	900000	10800000
Diseñador	700000	8400000
Community Manager	600000	7200000
Arriendo de oficina	700000	8400000
Insumos de oficina	200000	2400000
<b>Total</b>	<b>3100000</b>	<b>37200000</b>

## Financiamiento

Los costos iniciales serán cubiertos a través de fondos concursables por ser la mayor inversión para poder ejecutar el proyecto. Los fondos son:

### 1. The S Factory CORFO

Fondo dirigido al desarrollo de startups del área de la tecnología e innovación y lideradas por mujeres. El fondo además de entregar dinero para la ejecución del proyecto, incluye mentorías durante los primeros 4 meses para que los proyectos encuentren su mejor ruta. El monto asignado es de 10.000.000.

### 2. Fondo 6% del Gobierno Regional Metropolitano de Santiago en el Área de Cultura y Patrimonio (2022)

Fondo dirigido a entidades públicas y privadas sin fines de lucro en la Región Metropolitana y que beneficie a sus habitantes. Subvenciona actividades y proyectos culturales destinados a crear e incentivar la identidad cultural del donde se aplicará. El monto asignado es de 10.000.000 destinados a cubrir 5 áreas de gastos: honorarios, inversión, operativos, administrativos y de difusión.

Los costos fijos y variables serán financiados por medio de alianzas con instituciones públicas y privadas que sean parte de los recorridos. Su selección será a partir de los resultados de los levantamientos de información y por consiguiente lo que la gente valore más, una curatoría realizada indirectamente por los usuarios. Estas corporaciones serán invitadas a participar del proyecto financiando parte del mismo. Por último, los recorridos se insertan principalmente en la municipalidad de Santiago, que también hace entrega de fondos concursables y se plantea la postulación a esos fondos.

### 3. Fondo Turismo Social y Recreación Municipalidad de Santiago

Financia iniciativas que promuevan el esparcimiento y recreación a través del turismo, que tenga contacto con la naturaleza y el medio y promueva la integración y vinculación entre personas.

# Conclusiones

## Conclusión

Admirar esta ciudad no se trata de mirar con anteojos rosados lo bueno y hermoso e ignorar sus falencias, sino de ser crítica de esas cosas que hoy fallan y que al final afectan a los ciudadanos. El estallido social causó un daño importante al Centro Histórico, que sigue con una cantidad enorme de graffitis, o que aún es difícil (por no decir imposible) ir los viernes porque siguen cortando las calles. Las consecuencias económicas de la pandemia se ven reflejadas en muchas áreas, entre ellas en el aumento de vendedores ambulantes que se instalan en las veredas, afectando a las personas desde la precarización laboral pero también la caminabilidad de esos sectores. Además de hechos circunstanciales, se encuentra el gran desafío de la desigualdad que se ve agravado por el alza en los campamentos el último año, lo que tiene un efecto de gran precarización de la vida de sus habitantes pero también afectan la imagen global de nuestra ciudad. Pongo mis esperanzas en que las

autoridades y las comunidades puedan trabajar en pos de un mejoramiento de esta ciudad que beneficie a quienes se han visto más afectados pero que en el largo plazo haga de nuestra ciudad un mejor lugar para vivir. Cada crisis es una oportunidad, y espero y confío en la resiliencia de Santiago para tomar buenos rumbos.

El cuestionamiento que guió inicialmente esta investigación fue ¿Cómo nos volvemos a conectar después de la pandemia? En la exploración se encuentra que esto puede ser a través de las emociones, pero se abre también que el cruce entre ciudad y sentimientos tiene un protagonista: las personas. Volver a encontrarse no es sólo con los parques, museos y locales, sino también volver a ver a las personas a los ojos.

La narrativa universal de las emociones es la forma escogida para analizar la ciudad y poder verla desde una perspectiva que, aunque está permanentemente dentro de cada persona, es

poco visibilizada. Reconocer la matiz emotiva que tiene cada lugar es un propósito demasiado amplio porque se construye de miles, si no millones, de personas que día a día interpretan su entorno, interactúan y generan sus propias opiniones al respecto. Aún así, tener un acercamiento a esta dimensión sensible ya da luces de cómo se sitúan en la ciudad, qué es lo que valoran las personas y también cuáles son las falencias que hay que atacar.

Pero más aún, el conocer cómo otras personas sienten la ciudad al igual que uno permite generar la empatía que se pierde al ver a los otros como cuerpos en movimiento y no cómo las personas sintientes que son. Y este conocimiento generado a partir de los sentimientos permite crear una identidad colectiva que se une detrás de esos relatos, la puesta en valor de aquellos lugares que ahora toman un matiz más humano y finalmente cuestionar la ciudad como se entrega para poder



llenarla y entenderla desde sus imaginarios colectivos.

La experiencia de vivir y transitar en un sector se hace colectiva al humanizar a quienes habitan, pudiendo mirar al otro con otros ojos que reconozcan el valor en él, en uno y en el lugar que se comparte. Emotiva se aplicó de forma exploratoria a nivel ciudad, de sus levantamientos de información se redujo principalmente a la comuna de Santiago y finalmente se destacaron 3 barrios, pero este proyecto no se queda acá porque las dimensiones que fueron exploradas se encuentran también en otras escalas y lugares, a mayor escala otras ciudades, otros países, y a menor escala los barrios. Los instrumentos son aterrizables a distintas realidades, en especial Cartas a Santiago, por lo que podrían ser aplicados en otros contextos similares. Finalmente, es un concepto extrapolable, que puede generar un aporte en cómo se ve la ciudad, las comunidades y

aquel imaginario que nos acoge a todos.

El fortalecimiento del imaginario y el replanteo del mismo para tomar mejores conceptos es una forma de imaginar una ciudad que acoja, proteja y permita a sus individuos y comunidades hacerse participantes activos que construyen comunidad. El desconocimiento aporta a la percepción negativa de las cosas, no se valora lo que se ignora, pero al conocerlo este ciclo se rompe. Conocer Santiago es un acto colectivo, al que se suman personas cada vez que se comparte, y en este caso la sensibilidad es el motor de este cambio.

# **Referencias bibliográficas**

## Referencias bibliográficas

### Fuentes digitales

Alguacil, J. (2008). *Espacio público y espacio político. La ciudad como el lugar para las estrategias de participación*. Polis, 7 (20). Recuperado de [https://www.researchgate.net/publication/26613532\\_Espacio\\_publico\\_y\\_espacio\\_politico\\_La\\_ciudad\\_como\\_el\\_lugar\\_para\\_las\\_estrategias\\_de\\_participacion](https://www.researchgate.net/publication/26613532_Espacio_publico_y_espacio_politico_La_ciudad_como_el_lugar_para_las_estrategias_de_participacion)

Augé, M. (1992). *Los No Lugares. Espacios de anonimato. Una antropología de la Sobremodernidad*. Gedisa Editorial. <https://designblog.uniandes.edu.co/blogs/dise2609/files/2009/03/marc-auge-los-no-lugares.pdf>

Banco Mundial (2020). *Desarrollo urbano*. Recuperado de <https://www.bancomundial.org/es/topic/urbandevelopment/overview#1>

CADEM. (2021) *Encuesta Plaza Pública Tercera semana de abril (estudio N°379)*. Recuperado de <https://plazapublica.cl/wp-content/uploads/2021/04/Track-PP-379-Abril-S3.pdf>

CIPER. (2020). *La geografía de la desigualdad y del poder*. Recuperado de: <https://www.ciperchile.cl/2020/02/26/la-geografia-de-la-desigualdad-y-del-poder/>

Cooperativa. (2020). *Piñera ordenó toque de queda en todo Chile entre las 22.00 y 5.00 horas. 22 de marzo*. Recuperado de: <https://www.cooperativa.cl/noticias/sociedad/salud/coronavirus/pinera-ordeno-toque-de-queda-en-todo-chile-entre-las-22-00-y-las-05-00/2020-03-22/103606.html>

Design Council. (2020). *What framework innovation design council evolved double diamond*. Recuperado de: <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/what-framework-innovation-design-councils-evolved-double-diamond>

Domestic Data Streamers. (2018). *Bathroom Data*. Recuperado de: <https://www.instagram.com/p/BphPuyKhY34/>

García-Doménech, S. (2015). *Estética e interacción social en la identidad del espacio urbano*. *Arte y Ciudad Revista de Investigación*, 7. <http://www.arteyciudad.com/revista/index.php/num1/article/view/208>

García-Doménech, S. (2017). *The role of public space in the sustainability of contemporary cities: Mediterranean urban culture in europe*. [El rol del espacio público en la sostenibilidad de la ciudad contemporánea: La cultura urbana mediterránea en Europa] *AUS*, 21, 44-50. DOI: 10.4206/aus.2017.n21-08

Green, R. (2005). *Community perceptions of environmental and social change and tourism development on the island of Koh Samui, Thailand*. *Journal of Environmental Psychology*, 25, 1. Recuperado de: [https://www.researchgate.net/publication/223217346\\_Community\\_perceptions\\_of\\_environmental\\_and\\_social\\_change\\_and\\_tourism\\_development\\_on\\_the\\_island\\_of\\_Koh\\_Samui\\_Thailand](https://www.researchgate.net/publication/223217346_Community_perceptions_of_environmental_and_social_change_and_tourism_development_on_the_island_of_Koh_Samui_Thailand)

Gu, S., Wang, F., Patel, N., Bourgeois, J., Huang, J. (2019) *A Model for Basic Emotions Using Observations of Behavior in Drosophila*. Recuperado de: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2019.00781/full>

Herrman et al. (2018). *Intersecciones 2018. III Congreso Interdisciplinario de Investigación en Arquitectura, Diseño, Ciudad y Territorio*. Recuperado de: <https://www.cedeus.cl/libro-descarga-gratuita-intersecciones-2018/>  
 Instituto de Políticas Públicas en Salud. (IPSUSS). (2018). *Población rural y urbana Chile 2017*.  
 Recuperado de <https://www.ipsuss.cl/ipsuss/estadisticas-e-indicadores/poblacion-rural-y-urbana-chile-2017/2018-07-26/120550.html>

Instituto Nacional de Estadísticas de Chile (INE). (2018). *Síntesis de Resultados CENSO 2017*. Recuperado de: <https://www.censo2017.cl/descargas/home/sintesis-de-resultados-censo2017.pdf>

Jacobs, J. (1971). *La economía de las ciudades*. Península. Recuperado de: [https://www.academia.edu/4653353/La\\_Economia\\_de\\_las\\_Ciudades\\_Jane\\_Jacobs](https://www.academia.edu/4653353/La_Economia_de_las_Ciudades_Jane_Jacobs)

Jirón, P, y Mansilla, P. (2013). *Atravesando la espesura de la ciudad: vida cotidiana y barreras de accesibilidad de los habitantes de la periferia urbana de Santiago de Chile*. Revista de Geografía Norte Grande, 56. Recuperado de: [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-34022013000300004](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-34022013000300004)

La Tercera. (2019). *General Iturriaga anuncia toque de queda en las provincias de Santiago y Chacabuco y las comunas de San Bernardo y Puente Alto*. Recuperado de: [latercera.com/politica/noticia/general-iturriaga-anunciara-toque-queda-las-comunas-santiago-maipu-estacion-central-puente-alto-pudahuel/869327/#:~:text=Estado%20de%20Emergencia-,General%20Iturriaga%20anuncia%20toque%20de%20queda%20en%20las%20provincias%20de,San%20Bernardo%20y%20Puente%20Alto&text=La%20medida%20comenzará%20a%20regir,las%207.00%20horas%20del%20domingo.](http://latercera.com/politica/noticia/general-iturriaga-anunciara-toque-queda-las-comunas-santiago-maipu-estacion-central-puente-alto-pudahuel/869327/#:~:text=Estado%20de%20Emergencia-,General%20Iturriaga%20anuncia%20toque%20de%20queda%20en%20las%20provincias%20de,San%20Bernardo%20y%20Puente%20Alto&text=La%20medida%20comenzará%20a%20regir,las%207.00%20horas%20del%20domingo.)

La Tercera. (2020). *Las terrazas se toman las calles del centro de Santiago los fines de semana*. Finde La Tercera. Recuperado de: <https://finde.latercera.com/comer/terrazas-santiago-centro-finde-semana/#:~:text=fines%20de%20semana-,Las%20terrazas%20se%20toman%20las%20calles%20del,Santiago%20los%20fines%20de%20semana&text=Para%20fomentar%20la%20reactivaci%C3%B3n%20de,a%20comer%20al%20aire%20libre.>

Le Breton, D. (2000). *Elogio del caminar*. Titivillus, Recuperado de: [https://www.academia.edu/40443440/David\\_Le\\_Breton\\_Elogio\\_del\\_caminar](https://www.academia.edu/40443440/David_Le_Breton_Elogio_del_caminar)

Lefebvre, H. (1969). *El derecho a la ciudad*. Península. Recuperado de: <https://www.comunicacionyurbanidad.>

[org/wp-content/uploads/2018/03/Lefebvre-El-derecho-a-la-ciudad3.pdf](https://www.comunizar.com.ar/wp-content/uploads/2018/03/Lefebvre-El-derecho-a-la-ciudad3.pdf)

Lefebvre, H. (2009). *La comuna de Paris*. SOV Baix Llobregat. Recuperado de: <https://www.comunizar.com.ar/wp-content/uploads/henri-Lafebrve-La-significacion-de-la-comuna-de-Par%C3%ADs.pdf>

Maslow, A. H. (1943). *A Theory of Human Motivation*. *Psychological Review*, 50 (4).

Ministerio de Desarrollo Social y Familia. (2017) Chile Crece Contigo. *Descubriendo mis emociones*. Recuperado de: [https://www.crececontigo.gob.cl/material\\_familia/descubriendo-mis-emociones-2/](https://www.crececontigo.gob.cl/material_familia/descubriendo-mis-emociones-2/)

Muratovski, G. (2015). *Research for Designers. A Guide to Methods and Practice*. Universidad de Stanford. Recuperado de: <https://scholar.google.cl/>