

CÓMO SER PARA SEGUIR ESTANDO

Genaro Cuadros, Claudio Frites e Isabel Serra

Lo que hoy se conoce como el centro de Santiago alguna vez fue prácticamente toda la ciudad. Mucho tiempo después se convirtió en un conglomerado comercial y más tarde, como centro, migró en diversas direcciones. A cada momento en su historia le correspondió una forma particular de comercio, en un continuo histórico en que las galerías no son ni la más actual, ni la más exitosa de sus formas.

Dado este contexto, surge la incógnita sobre cuál es el rol que se le asigna en la actualidad a las galerías, más allá de ser una expresión refractaria del comercio en los grandes centros comerciales o el consumo en red. Para esto, una revisión del origen de las galerías delimita su espacio, y, de acuerdo a un contexto económico y social, permite comprender la situación actual de las galerías santiaguinas, especialmente en la Galería Matte, primera en su tipo. Con estos ejes de reflexión, es posible esbozar líneas sobre las condiciones y posibilidades de una intervención exitosa desde las políticas públicas para el desarrollo de las galerías en el centro de Santiago.

LAS GALERÍAS: DE SU LUGAR Y ORIGEN

El centro de Santiago puede ser delimitado como el polígono que se proyecta desde el cerro Santa Lucía por el oriente, a la Panamericana por el poniente, limita por el Mapocho hacia el norte y con la Alameda hacia el sur. En palabras de Carlos Franz: «El Centro de Santiago fue una vez todo Santiago. Y el embrión, la semilla del país.» (2001:59).

El trazado del centro de Santiago es prácticamente el mismo desde su origen. A partir su fundación en 1540, en la ciudad ya funcionaban distintas instancias de intercambio comercial. Durante la colonia, sus habitantes ya habían introducido prácticas de intercambio de productos, teniendo como punto focal la Plaza de Armas y su contexto inmediato.

Durante la república liberal a partir del año 1860, luego del fuerte crecimiento económico del país producto del auge salitrero, se desarrollan las primeras galerías, transformándose en un lugar privilegiado del paseo y comercio burgués. En este contexto, la Galería Matte¹ fue la inaugural del centro de Santiago. Ahí la clase alta de la época paseaba, compraba y se dejaba ver por sus pares. La modernización de los pasajes agrega una nueva dimensión de lujo en torno a las mercancías expuestas (De Simone, 2015). Así también lo detalla Calderón, destacando el carácter exclusivo que se desarrollaba en estas galerías: «Las tiendas del Pasaje Matte eran casi todas francesas. Y el centro era un espejo en donde todas las veldades se miraban en los ojos de los demás. Ville de París, Cohe, Chessé, Prá, Caut, Pinaud.» (2004:85).

Durante los siglos XIX y XX, se suman dos componentes nuevos en el tejido urbano: los pasajes y las calles ciegas. En efecto, la

¹ Inaugurada en 1852 en una propiedad del expresidente Manuel Bulnes, levantada en una manzana ubicada al sur de la Plaza de Armas. Construido por el arquitecto francés François Brunet de Baines, este nuevo concepto de infraestructura comercial con 52 locales comerciales, fue adquirido tiempo después por Domingo Matte, dándole su nombre. El edificio original fue demolido y en 1932 fue contratado el arquitecto Jorge Arteaga para rediseñar el recinto. En 1954 y producto de un incendio, se encargó su reconstrucción al arquitecto Alberto Cruz Eyzaguirre.

manzana sur de la Plaza de Armas, donde se construye la Galería Matte, sería la primera de las que posteriormente serían atravesadas por los poco más de setenta pasajes y galerías que hay en el centro de Santiago.

Este modelo de comercio, tuvo un segundo impulso que logró consolidarlo a partir de la implementación del plan modernizador del urbanista austríaco Karl Brunner en la década de 1930, el cual otorga ciertas regalías impositivas y de construcción para que los privados incluyeran en sus diseños de primer piso, galerías que traspasaran las manzanas fundacionales, lo que permitió edificar estos espacios interiores y culminó en lo que actualmente conocemos como el sistema de galerías en el centro de Santiago (fig. 1).



Fig. 1. Mapa con detalle de las manzanas *perforadas* en Santiago Centro.

Las unidades comerciales en las galerías se agrupaban de manera autónoma, es decir, cada una de ellas compraba su local o espacio de atención y de manera intuitiva e informal colaboraban en una estrategia común de difusión y marketing. A diferencia de las antiguas tiendas por departamentos que se gestionaban a partir de un solo

propietario que tomaba las decisiones comerciales. En este agrupamiento intuitivo, las galerías han desarrollado sus propias lógicas, y al igual que las calles parecen tener un alma², las galerías también desarrollaron la suya, algunas agrupándose de manera monotemática y otras, en modo mixto.

Ese modelo intuitivo de agrupación comenzó a cambiar radicalmente con la llegada del mall en el año 1982, donde un solo dueño, generalmente un grupo de inversión, compra y construye una nueva tipología edificatoria, a escala metropolitana, localizada en la periferia, lo cual privilegia el acceso en auto y en donde el paseo exterior comercial de espacio público se privatiza y se interioriza.

Para dar cuenta del embate del tiempo y la evolución de las galerías, un buen paralelo lo puede ofrecer la situación del cine y su papel dentro de la ciudad durante las últimas décadas (Lizama, 2007). El centro de la ciudad, que alguna vez fue el lugar por antonomasia de cines y teatros, recibió los golpes sucesivos de la creación y expansión de sus sucedáneos: la televisión, el video club, la TV por cable, la satelital y luego de Internet. Todo esto en un proceso sin pausas que llevó a la decadencia y virtual desaparición de muchos de estos espacios devenidos en supermercados, oficinas, centros médicos o sencillamente destruidos. Curiosamente, los únicos cines que sobreviven están dedicados al cine pornográfico o, como dicta el eufemismo, «sólo para adultos». Todo este proceso fue atizado por la oferta de cadenas con salas múltiples como Cinemark o Cine Hoyts, que crecieron al amparo de los *malls*, y que en algún momento representaron una novedad y que actualmente tienen presencia en el centro de Santiago.

De este modo, siguiendo el paralelo del cine, en diversos ámbitos y de manera gradual e imperceptible, el centro deja de ser el único

² Tito Mundt así lo señala en una de sus crónicas: «Las calles tienen alma. Ahumada es el eje de Santiago. Tiene algo de la muchacha que pasa y del comerciante que discute en el café la baja de la lana. Estado es grave y política. Se le nota el desfile que pasa y la beata que va a misa. Agustinas tiene algo de baño turco y peluquería elegante. Huérfanos es moderna y siente la presencia de la tienda cara para bolsillos privilegiados. Bandera tiene un tono judicial y, naturalmente, tiene que contar con los grises muros de los Tribunales. Uno sale con olor a papel judicial y alegato» (Vergara, 2015:79).

centro y migra en diversas direcciones. Una buena descripción es la que ofrece Óscar Contardo a partir de la siguiente metáfora: «Para entender la cartografía metropolitana basta un ejercicio: tome una piedra, arrójela contra un vidrio polarizado y luego observe la huella que la piedra dejó en el vidrio. El mapa de Santiago tiene una silueta parecida a eso: una explosión con un eco que se escapa del centro». (2012:10).

El desarrollo de la ciudad Santiago en las últimas décadas tiene como referencia ineludible su centro. Sin embargo, la paradoja es que este pierde su centralidad: «la capital se extiende desde un punto de vista urbano en un orden más o menos geométrico a partir de su zona céntrica, la explosión demográfica desde fines de los años cuarenta demandaba un crecimiento que desbordaba vastamente el radio capitalino.» (Lizama, 2007:18). Procesos que surgen como corolario natural del crecimiento de la ciudad, de una migración campo-urbe y la creciente presión por vivienda³.

En síntesis, las distintas formas de comercio se asocian indefectiblemente a un momento histórico, cultural y tecnológico. No tiene sentido detallar a qué tipo de comercio corresponde cada tiempo histórico. En efecto, ya sea como pulpería, plaza de abastos, matadero, pasajes, mercado de abastos, galería, tiendas por departamento, patio comercial, caracol, *mall*, *shopping center*, corresponde entender y aventurar cuál es el lugar que pueden jugar las galerías en la actualidad; este comercio singular que se desarrolla en espacios particulares. De este modo, con realismo y lejos de todo voluntarismo, previa constatación de que no son ni la más actual ni exitosa de las formas, el objetivo es pensar a las galerías como un espacio singular de usos singulares.

³ En palabras de Carlos Franz (2001:77): «La última artimaña del poder chileno, el centro ya no está en el centro. No solo los destituidos se disfrazan para acercarse al poder, también este aprende a escamotearse a sí mismo, cambia el rostro y el domicilio, deja en su lugar unos monigotes de cera que lo representen. Así las incursiones, las invasiones, los intentos por conquistarlo fallarán siempre el blanco. El corazón de Santiago ya no estará en el centro».

EL CASO DE LA GALERÍA MATTE EN LA ACTUALIDAD

Principalmente porque la actividad comercial es el motor de desarrollo de las ciudades, es partir del intercambio comercial que se formaron las ciudades. Como bien establece Ascher: «la ciudad es la agrupación de población que no produce por sí mismas los medios para su subsistencia». O como sostiene Pirenne: «en ninguna civilización la vida ciudadana se ha desarrollado con independencia del comercio y la industria». ¿Cuál es la importancia de esta red de galerías para el centro de nuestra ciudad?

Corresponde preguntarse entonces, por qué el centro de Santiago no sufrió el abandono o el desplome de otros centros fundacionales de América Latina. Al respecto existen varias tesis que plantean que esto se debió a la multiplicidad de actividades y redes sobrepuestas que integraron y sostuvieron en momentos económicos y sociales complejos. Una de ellas son las redes peatonales interiores que brindaron flujo y actividades a un territorio que ha padecido todas las transformaciones acontecidas desde los tiempos prehispánicos hasta nuestros días.

Según los datos económicos recabados en esta investigación, hoy día las galerías están en dificultades y no son ni la más actual, ni la más exitosa de las formas de comercio, puesto que su modelo económico-social no es capaz de competir o complementarse con otras tipologías comerciales existentes en la ciudad. En este contexto, surgen las siguientes preguntas: ¿Cuáles son sus principales problemas?, ¿cómo se pueden revitalizar? y finalmente, ¿por qué es necesario proteger e incentivar este modelo?

A partir de esta clase de preguntas nació el proyecto «Santiago Lateral»⁴ que tiene por objetivo buscar la articulación de la cadena de valor asociada al turismo de intereses especiales, con las pymes de mercados, galerías y pasajes comerciales del circuito céntrico de

⁴ Proyecto «Revitalización de mercados, pasajes y galerías comerciales de Santiago: comercio singular en espacios singulares». FIC RM 2013 del Gobierno Regional Metropolitano de Santiago; «Transferencia modelo innovador de gestión asociativo para PYMES» código BIP N°30194822-0. Este proyecto fue adjudicado por el Laboratorio Ciudad y Territorio de la Universidad Diego Portales, CORDESAN y Santiago Innova con el financiamiento del GORE Santiago.

la capital. Todo esto con la intención de mejorar la calidad de la experiencia comercial en torno a algunos hitos turísticos y urbanos como son la Plaza de Armas y su entorno inmediato. Lugares de gran flujo de usuarios y visitantes, sumando también a este circuito ya consolidado, a la red de pasajes y galerías comerciales del centro cívico de la ciudad, portadores de un gran valor patrimonial.

Esta característica espacial y organizacional, configura una condición territorial que se ve aumentada por la magnitud de su extensión, como queda manifiesto en el mapa de localización de las galerías comerciales en el centro histórico de Santiago ya reseñado. En particular, en lo que corresponde a la Galería Matte, esta presenta un uso mixto⁵ y cuenta con accesos por Huérfanos por el sur y Estado por el norte, además de dos accesos por el Portal Fernández Concha.

A partir de estudiarla, se pudo establecer que la mayoría de los locales son arrendados y muy pocos de los locatarios identifican correctamente al administrador. Asimismo, la mayoría de los locatarios declaran no pertenecer a ninguna clase de organización, y los vínculos que establecen corresponden a relaciones personales. La conclusión ante esta situación es que la principal problemática para generar lazos más profundos se debe a la falta de conocimiento y confianza entre locatarios. Solo una minoría señaló que se realizan actividades al interior de la comunidad que corresponden generalmente a actividades extraprogramáticas tales como: jugar fútbol, ver partidos de Chile, celebración de cumpleaños, rifas, y actividades de otra índole como hacer negocios entre locales, tener convenios y prestarse ayuda.

Cuando se les consultó qué tipo de acciones podrían desarrollar de manera conjunta con el resto de los locatarios, surgió espontáneamente la necesidad de efectuar reuniones en temas diversos, tales como seguridad y publicidad. Así también se planteó la necesidad de aumentar el conocimiento entre locatarios.

⁵ Algunos locales destacados según el texto de Rojas y Molina (2014) son: Carteras Baró, Cuchillería Elfert, Ericar Cueros, Calugas Las Escocesas, Fander Videos, Relojes Inti, Joyas Ramce's, Artesanía Chile, Humo Puro Tabaquería, Joyerías Barón y Peluches Pascualín. Así también, aquí estuvieron locales históricos como el Café Paula, la tienda de galletas Hucke, la Reina de las medias y la Joyería Barros.

Dado este contexto, «Santiago Lateral» es un proyecto de innovación que busca generar resultados comerciales en base a la participación y la cooperación entre locatarios. Para lograr este propósito, se utilizan métodos de difusión y comunicación para convocar a una serie de actividades que se realizan tanto para locatarios, como para personas externas que quieran participar activa o pasivamente. La idea es mantener informados al público general y a los comerciantes de las galerías para generar distintos niveles de asociatividad dependiendo del objetivo a alcanzar. Ante todo esto, se desarrollan tres tipos de herramientas comunicacionales: generación de información impresa que se distribuye en el territorio focalizadamente, telefonía y mail para establecer comunicación directa y personal con cada actor y plataformas digitales e Internet, e información disponible para el locatario o el público general en todo momento.

PÚBLICO Y PRIVADO: POLÍTICAS PÚBLICAS PARA LAS GALERÍAS

Las políticas públicas que permitan la revitalización de las galerías deben tener las distintas narrativas que se mueven en el centro y sus galerías⁶, en una lectura no voluntarista sobre cuál es su situación. Esto parece un lugar común, pero se trata de un diagnóstico que bien puede ir contra la intuición y el sentido común.

En este sentido, luego del decaimiento del centro a partir de la década del setenta debido al traslado de actividades comerciales y habitacionales hacia el oriente de la ciudad, más tarde desde el regreso de la democracia, la situación se mantuvo. Sin embargo, desde hace algunos años el espacio fundacional de nuestro país vuelve a ser un territorio atractivo para residentes, comercio, fuentes laborales, estudios y para la actividad de ocio y recreación, de acuerdo

⁶ Tal como señalan Llano y Valencia: «¿Cómo capturar las múltiples narrativas que se despliegan soterradamente algunas, disruptivamente otras, por los rincones de la metrópolis? Las minorías culturales, los trabajadores de la economía informal, los indígenas que pueblan nuestras ciudades, las tribus urbanas juveniles, las minorías religiosas, los minusválidos o la ciudad de la tercera edad» (2008:106).

a las múltiples narrativas que se van desarrollando en ocasiones inadvertidamente⁷.

Existen varios datos que van en esta línea, el repoblamiento residencial a partir de edificios en altura, el tiempo de traslado en la ciudad que hace al centro un lugar atractivo para vivir y el aumento de turismo. Todos estos hechos que han tenido su correlato en el precio del suelo que se ha duplicado, inclusive triplicado en pocos años. Por último, también se observa desde parte del gobierno central y local, que existen interesantes e iniciativas de inversión en el espacio público, que hacen del centro un espacio dinámico y atractivo para sus residentes.

Dado este contexto, bien vale revisar experiencias similares a nivel internacional, ya sea en España, Estados Unidos o Canadá. En este sentido, se observan distintos modelos de gestión y se pueden identificar distintas experiencias de acuerdo a sus mecanismos de cooperación y competencia; el delicado equilibrio entre las posibilidades de ambas.

La singularidad del territorio definido por el centro histórico de Santiago, y particularmente del comercio asociado a mercados, galerías y pasajes comerciales, es que se encuentran regulados (definidos-intermedio) por sus espacios públicos independientemente de su propiedad (ya sea pública o privada). El espacio público es por un lado, la infraestructura que da soporte al flujo peatonal de turistas y clientes, es decir, el principal canal de comunicación entre la oferta y demanda comercial. Como también lo es el área que configura su imagen como conjunto, aspecto muy relevante para la construcción de la experiencia turística y de consumo.

Esta condición de *espacio público* es a la vez una de las principales brechas para la generación de iniciativas innovadoras en el ámbito de estrategias de comercialización y mejoras de la habitabilidad del entorno, ya que la iniciativa individual se ve inhibida porque no

⁷ Llano y Valencia (2008) distinguen cinco tipos de narrativas en torno al centro de Santiago: (i) La nueva periferia de Consumo, (ii) la periferia interior o la ciudad pendiente, (iii) la ciudad multicultural como resignificación del casco histórico, (iv) la ciudad como máquina paranoica y (v) la Nueva ciudad de lo público. Escenarios de la multitud y micropolítica del espacio.

existen los mecanismos para que pueda capturar completamente los beneficios de dichas inversiones. Es más, existen incentivos para operar como *free-rider*, es decir, esperar que otro haga la inversión y obtener parte (o incluso todos) de los beneficios. Esto se refleja en la casi nula articulación de las galerías y pasajes comerciales, tanto entre éstas como al interior de las mismas (Diagnóstico Plan Capital). Lo que se ve dificultado además, puesto que los intereses no son los mismos para todos los locatarios. Su situación varía ostensiblemente si el local se ubica al interior, exterior o interior de la manzana, o si el local se ubica en un pasaje que va de norte a sur, de este a oeste, o en una diagonal.

PARA SER SIN DEJAR DE ESTAR

Lejos del recuerdo idealizado de Santiago, al que apelan escritores como Oreste Plath o Roberto Merino, corresponde señalar también aquellas narrativas que desde la periferia, históricamente han quedado fuera pero que actualmente definen al centro, ya sea desde su ausencia, tránsito o reciente colonización. Actores para los que el centro en décadas anteriores fue «la ciudad oficial, el sitio inaccesible y lejano, excepto para dependientes, suplementeros y subempleados.» (Lizama, 2007:17).

Las galerías, este espacio privado de uso público, en la actualidad presentan un valor que debe ser cautelado desde el ámbito público, por lo que el desafío consiste en definir un camino que permita su permanencia en el futuro. En este sentido, si bien esta valorización guarda relación con la dimensión histórica, cultural y arquitectónica que destacan los cronistas, el presente de las galerías no puede quedar preso o clausurado en torno a un pasado (que por norma es mejor).

En este sentido, a propósito del desafío que impone la competitividad en el presente y su carácter no opcional, Ottone (1996) titula un artículo «De cómo estar sin dejar de ser». El título de este capítulo juega con esa idea de acuerdo al complejo presente que enfrentan las galerías, que deben evolucionar y resignificarse con el objetivo de «seguir estando», de acuerdo a los acelerados cambios

que ha enfrentado Santiago y en particular, el centro durante las últimas décadas.

En efecto, es necesario diseñar e implementar políticas públicas que engarcen con un sentido común el tejido social existente en las galerías del centro de Santiago, contexto del que tuvimos un atisbo con la descripción de la Galería Matte. En esta línea, las condiciones no parecen ser las más favorables en la medida que los locatarios apenas conocen los nombres de sus vecinos y la mayoría declaró no pertenecer a ningún tipo de organización, tal como se detalló previamente.

Dado este escenario, el desafío de «ser sin dejar de estar», es necesario incorporar en la política pública aquellos elementos subjetivos presentes en estas comunidades, entendiendo que tendencialmente la situación no es favorable a las galerías (por el comercio en grandes tiendas, internet, entre otros), y no han existido experiencias de articulación exitosas. En este sentido, la clave para el sector está en entender que: «Los beneficios están en el futuro, pero los esfuerzos deben hacerse en el presente. Esto significa que hay que hacer experimentable el futuro en el presente, lo cual solo se obtiene a través de la visibilidad simbólica que proporcionan las promesas.» (González y Güell, 2012:2).

Desde esta perspectiva, la deuda de las políticas públicas tiene que ver con incorporar a las decisiones tanto las ideologías, los dogmas, mitos y prejuicios (North, 1994). Concomitante a ello, corresponde asumir que la acción racional no es necesariamente un comportamiento individualista y que la lógica de la competencia no es la única existente⁸, pero también a la vez, que el comportamien-

⁸ Al respecto Michael Sandel señala: «nuestra reluctancia a emplear argumentos morales y espirituales, junto con nuestra aceptación de los mercados, nos ha hecho pagar un alto precio: ha drenado el discurso público de toda energía moral y cívica, y ha contribuido a la política tecnocrática, de mera gestión, que hoy aqueja a muchas sociedades.» (2013: 22). Y Amartya Sen: «Los proponentes de la llamada «teoría de la elección racional» (plantada primero en economía y luego adoptada con entusiasmo por muchos pensadores políticos y legales) se han esforzado mucho para que aceptemos la peculiar idea de que la elección racional consiste tan sólo en la ingeniosa promoción del interés propio (lo cual explica cómo, por extraño que parezca, «la elección racional» está definida por lo partidarios de la «teoría de la elección racional»). Sin embargo, nuestras cabezas no han sido colonizadas por esa creencia notablemente enajenante.

to de cooperación tampoco se presenta de manera natural en un contexto que ha favorecido y favorece frecuentemente, los comportamientos egoístas. Sin embargo, inclusive superando esta tensión entre competencia y cooperación, estas iniciativas bien pueden ser contraproducentes en el marco de una visión parcial⁹.

Finalmente, las políticas públicas que enfrenten esta situación, cualquiera sea el derrotero que éstas sigan, deben tener como escenario basal que los malls e internet no dejarán de existir y que los locatarios a veces no saben el nombre de sus vecinos. En consecuencia, así como no hay competencia perfecta, tampoco existirá un voluntarismo comunitario asociado a un eventual consumo con tintes patrimoniales. De este modo, solo a partir de una mirada realista será posible que las galerías del centro de Santiago puedan encontrar un espacio de desarrollo, un nicho de mercado dirán los economistas, que les permitan enfrentar las próximas décadas como algo más que la expresión refractaria de un Santiago que ya se fue. Permitiendo acoger de este modo las nuevas narrativas que se generan en torno al centro de Santiago, ya sean turísticas, aquellas de los nuevos residentes, la de los horarios de oficina o bien la narrativa lateral.

REFERENCIAS

- Calderón, Alfonso (2004) *Memorial de Santiago*. RIL Editores
- CORDESAN (2015) «Estudio Comercial: Revitalización de mercados, pasajes y galerías comerciales de Santiago: comercio singular en espacios singulares». Santiago: Stgo. Lateral - Laboratorio Ciudad y Territorio UDP - Santiago innova - CORDESAN.
- De Ramón. A. (2000) SANTIAGO DE CHILE. HISTORIA DE UNA SOCIEDAD URBANA. Santiago: Editorial Sudamericana chilena.

Hay una considerable resistencia a la idea de que tiene que ser manifiestamente irracional y estúpido tratar de hacer algo por otro, excepto en la medida en que hacer el bien a los otros mejoraría nuestro propio bienestar.» (2010:62).

⁹ Es sugerente cuestionarse sobre cuál es la pertinencia de apoyar a las galerías, ante la referencia de la Galería Matte que sigue perteneciendo a la misma familia a diferencia de otros ejemplos vecinos. Sería a través de esta clase de políticas que se podría favorecer de un modo efectivo a las PYMES, valorar el patrimonio del centro de la ciudad y favorecer tanto a los dueños y rentistas de estos espacios.

- Simone, L. (2015) *Metamall: espacio urbano y consumo en la ciudad neoliberal chilena*. Santiago: RIL Editores - Instituto de Estudios Urbanos y Territoriales UC.
- Encuesta COES (2014): Santiago: Centro de Estudios de Conflicto y Cohesión Social. Recuperada el 7 de febrero 2016 en <http://coes.cl/blog/gran-desconfianza-en-politicos-coes-lanza-datos-de-su-encuesta-2/>
- Franz, Carlos (2001) *La muralla enterrada*. Editorial Planeta.
- González, Pablo y Güell, Pedro (2012) «Sentidos subjetivos: su rol estructural en las políticas de inclusión social». Revista del CLADE. Reforma y Democracia Nro. 53 (junio).
- ICSO (2015) «Encuesta Nacional UDP Santiago». Instituto de Investigación en ciencias sociales ICSO, Universidad Diego Portales UDP. <http://encuesta.udp.cl/>
- Laboratorio Ciudad y Territorio (2013) «Encuesta Santiago Cómo Vamos. Primera Encuesta Ciudadana. Percepción a la gestión y calidad de vida de Santiago». Santiago: Laboratorio Ciudad y Territorio (LCT), Universidad Diego Portales (UDP) /ONG Ciudad Viva / Fundación Avina. Publicada 15 marzo 2013. Recuperada 7 de febrero 2016 en http://www.drcom.udp.cl/encuesta_LCT2013.pdf
- Lizama, Jaime (2007) «La ciudad fragmentada. Espacio público, errancia y vida cotidiana». Colección Pensamiento Contemporáneo. Ediciones Diego Portales.
- Llano, José y Valencia, Marco (2008) «Cartografías urbanas. Lectura cruzada de dos ciudades latinoamericanas. Seis mapas posibles para Santiago contemporáneo». En: Santiago: memorias, imaginarios y cotidianos. Universidad Central. Centro de de Chile. Facultad de Estudios Arquitectónicos, Urbanísticos y del Paisaje.
- Merino, Roberto (2000) *Horas perdidas en las calles de Santiago*. Editorial Sudamericana
- Munizaga (1978) *Revitalización y estructuración del centro de Santiago*. Ed. Universidad Católica de Chile.
- Vergara, Luis (2015) *Tito Mundt, el último gran reportero*. Lolita Editores.
- North, Douglas (1994) «¿Qué queremos decir cuando hablamos de racionalidad?». Revista de estudios públicos N° 53.
- Ottone, Ernesto (1996) «De cómo estar sin dejar de ser. Notas acerca de competitividad, educación y cultura». Nueva Sociedad. Democracia y Política en América Latina. Nro. 146 Noviembre y Diciembre, pp. 136-147.
- Plath, Oreste (1997) *El Santiago que se fue: Apuntes de la memoria*. Santiago. Editorial Grijalbo.
- Rojas, Tomás y Molina, María Isabel (2014) «Galerías comerciales de Santiago centro. Recorriendo su historia y Patrimonio». Proyecto Fondart ISBN 978-956-353-812-0

RODRIGO MORA Y MARCELO VIZCAÍNO P.

Sandel, Michael (2013) *Lo que el dinero no puede comprar*. Editorial Debate.
Sen, Amartya (2010) *La idea de la justicia*. Editorial Taurus.