

MEMORIA 2017

**FUNDACIÓN VICENTE HUIDOBRO
MUSEO VICENTE HUIDOBRO DE CARTAGENA.**

Nota preliminar

Cerramos 2017 con un hecho trágico y doloroso: el lunes 4 de diciembre, el periodista Marco Álvarez Valenzuela, que trabajaba desde hacía un mes y medio en un proyecto de la Fundación y del Museo Vicente Huidobro, fue asesinado por dos jóvenes en las inmediaciones del Museo.

Las cámaras del Museo y las del Liceo Villa Cartago, cercana al Museo, mostraron a los dos jóvenes autores del asesinato caminando por las inmediaciones del Museo. Dichas imágenes permitieron reconocerlos y detener a uno de ellos en los días posteriores.

En el breve tiempo que trabajó con nosotros, Marco, mostró un gran espíritu de fraternidad, entusiasmo y entrega en las actividades que realizó.

Su fallecimiento, de manera tan brutal e inesperada conmovió profundamente al equipo de la Fundación y del Museo; como también, a los habitantes de Cartagena y del país.

De inmediato la Fundación expresó su solidaridad y apoyo a sus familiares, y su dirección acordó hacerse parte en las acciones legales pertinentes durante el 2018.

1. PROGRAMAS EJECUTADOS CON APOYO DEL ESTADO

1.1. PROGRAMA OTRAS INSTITUCIONES COLABORADORAS DEL CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA (POIC) 2016

Por segundo año consecutivo, la Fundación Vicente Huidobro fue seleccionada en la convocatoria 2016 del Programa Otras Instituciones Colaboradoras del Consejo Nacional de la Cultura con un puntaje de 4,2 y una asignación de \$80.513.614.- para la ejecución del Plan de Gestión 2017 del Museo Vicente Huidobro. Se destacaron en la evaluación de la propuesta entregada, los siguientes aspectos:

El Plan de Gestión 2017, desea dar continuidad a los ejes de trabajo emprendidos en el plan de gestión 2016

(1. Posicionamiento Institucional del MVH a nivel local, nacional e internacional; 2. Gestión de Públicos y 3. Manejo de Colección) poniendo, esta vez, el acento en las áreas de:

- Recursos Humanos de la institución para reforzar los aspectos organizacionales tanto de la gestión interna como de los vínculos con el medio.
- Asimismo, se da continuidad a la inserción cultural para avanzar en la consolidación de la presencia del Museo en la zona, centrando sus gestiones para generar un sistema de fidelización que permita ir definiendo de mejor manera el sello de un Museo regional, abierto a establecer redes con localidades aledañas, que potencia sus servicios y uso de sus espacios, que mantiene un servicio estable, amable, solidario, participativo y humano con el público y la comunidad donde está inserto. Y para ello, se avanza en los ejes de trabajo pasando a una segunda etapa o, en otros, en crear acciones que caminen hacia la consolidación de líneas de trabajos propias del MVH pero que están involucradas con los ejes temáticos que sustentan las políticas culturales del CNCA.

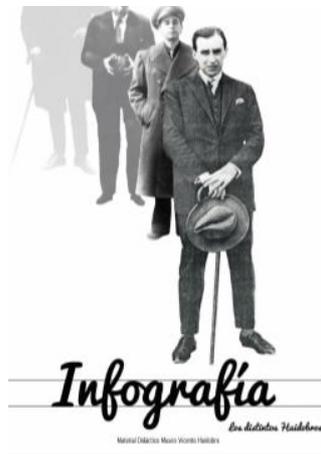
La selección de la Fundación con Folio 0013 queda registrada bajo la convocatoria 2016, Modalidad de Permanencia, convocado por el CNCA, mediante Resolución Exenta N° 2606, de 30 de diciembre de 2016, que aprobó las bases del indicado Programa.

1.1.1. EJE 1 FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL POIC 2017

A. MEJORAR LA GESTIÓN DE RECURSOS Y DIVERSIFICAR LAS FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

- a. Incorporar a la Tienda-Librería ediciones impresas del material educativo y de difusión desarrollado durante el 2016 y crear nuevas ediciones/productos durante el 2017. Dando continuidad a las líneas de acción de la Gestión de Públicos.*

a.1. EDICIONES IMPRESAS DEL MATERIAL EDUCATIVO Y DE DIFUSIÓN:



CUADERNILLO DEL ESTUDIANTE
INFOGRAFÍA "LOS DISTINTOS HUIDOBROS"
Material didáctico Museo Vicente Huidobro



CUADERNILLO DEL ESTUDIANTE
POESÍA OBJETUAL
Material didáctico Museo Vicente Huidobro



CUADERNILLO DE LEYENDAS POÉTICAS
Material didáctico Museo Vicente Huidobro



CUADERNILLO DE LEYENDAS POÉTICAS
Material didáctico Museo Vicente Huidobro

para alumnos

para docentes



INDICE

CUADERNOS PARA EL DOCENTE

MANIFIESTOS FUTURISTAS

Manifiesto Futurista

Manifiesto Técnico de la Literatura Futurista.

MANIFIESTO DADA

MANIFIESTO CUBISTA

MANIFIESTOS VICENTE HUIDOBRO

Manifiesto de manifiestos

El creacionismo

MANIFIESTOS SURREALISTAS

Primer Manifiesto Surrealista

Segundo Manifiesto Surrealista

MANIFIESTO DIMENSIONISTA (en francés)

MANIFIESTOS DE "DE STIJL"

Prefacio I

Prefacio II

Manifiesto I de "De Stijl"

Manifiesto II de "De Stijl"

Manifiesto III Hacia la formación de un mundo nuevo



MANIFIESTO CUBISTA
Guillaume Apollinaire



MANIFIESTO DADA
Tristan Tzara



MANIFIESTO DIMENSIONISTA
Charles Sirato



MANIFIESTOS DE "DE STIJL"

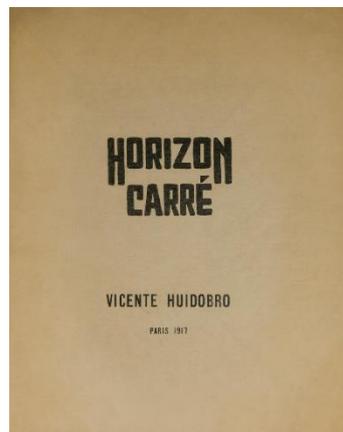
Theo Van Doesburg, Piet Mondrian,
Bert van der Leek, J.J.P. Oud, Antony
Kok, Vilmos Huszar, Rob van 't Hoff,
Georges Vantongerloo, Jan Wils.



El 22 de noviembre, la Fundación Vicente Huidobro -junto a P.E.N. Club Chile- presentó el libro en el Café Literario Balmaceda -en la comuna de Providencia, Santiago, Región Metropolitana-, con la participación de Vicente García-Huidobro S., presidente de la Fundación Vicente Huidobro y Jorge Ragal, poeta y presidente del P.E.N. Club Chile



El 1 de diciembre, en el Centro Cultural Gabriela Mistral se presentó la edición facsimilar bilingüe de Horizon Carré, con la participación del poeta Oscar Hahn, de Rachel Galvin, poeta, traductora, y profesora en el Departamento de Inglés en la Universidad de Chicago, y de Vicente García-Huidobro, presidente de la Fundación Vicente Huidobro.



Fundación Vicente Huidobro y Pequeño Dios Editores, tiene el honor de invitarle al lanzamiento de los libros:

HORIZON CARRÉ
HORIZONTE CUADRADO

VICENTE HUIDOBRO

La presentación estará a cargo de Oscar Hahn, Vicente García Huidobro y Rachel Galvin. El evento se realizará el día viernes 1 de diciembre, a las 16:00 hrs en la sala C1 de la XIª Feria del Libro ubicado en el Centro Cultural Gabriela Mistral Av. Libertador Bernardo O'Higgins 227, Santiago.



Otra financiada por el Programa Ochoa Instituciones Colaboradoras, noviembre 2013.



Oscar Hahn dijo, a propósito del lanzamiento de la edición facsimilar de *Horizon Carré*, en el centenario de su publicación, que hay libros que duran diez años o menos en la memoria colectiva, y que en el 2018, cumplen 100 años la publicación de cuatro poemarios huidobrianos, dos de ellos emblemáticos como *Ecuatorial* y *Poemas árticos*. En su opinión, esta es una muestra más de la vigencia de Huidobro, y de la calidad de su obra.

En la oportunidad, Vicente García-Huidobro señaló que “los críticos y estudiosos de la obra de Vicente Huidobro coinciden en señalar que en *Horizon Carré* el poeta cruza definitivamente el umbral de la vanguardia”.

“Pero fueron las palabras que abren *Horizon Carré* las que tuvieron un eco generalizado e inesperado en los historiadores del arte y en los artistas parisinos:

Crear un poema tomando en préstamo a la vida sus motivos y transformándolos para otorgarles una nueva vida e independencia.

Nada de anecdótico ni de descriptivo. La emoción debe nacer sólo de la virtud creadora.

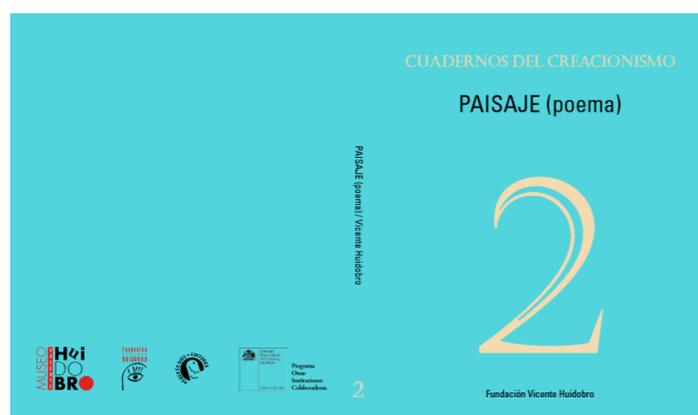
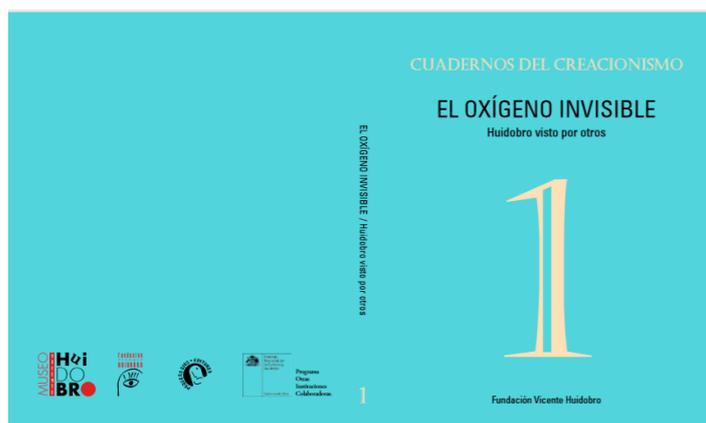
Hacer un POEMA como la naturaleza hace un árbol.”

Y agregó que dicha formulación entonces “es aplaudida por grandes escritores y teóricos del arte en Francia y Europa, pues da nueva luz sobre el cubismo, que según importantes historiadores del arte fue un momento determinante para el arte occidental, el que establecía la autonomía del objeto creado, ya sea un poema o una pintura”.

Vicente García-Huidobro precisó que “de manera transversal prácticamente todos aceptaron esa sentencia que abre *Horizon Carré* como una definición sucinta del cubismo literario. Es así como el Creacionismo se generaliza, ya no como patrimonio exclusivo de Huidobro, sino como una característica de la época”.

a.2.2. CUADERNOS DEL CREACIONISMO

Como parte de las nuevas ediciones/productos, la Fundación, dio inicio a la Colección Cuadernos del Creacionismo, editando el N° 1 –El oxígeno invisible, Huidobro visto por otros-, y el N° 2-poema Paisaje-, en diversos idiomas.



Estas ediciones estarán disponibles para la venta en el Museo y en la Tienda Online durante el año 2018. Asimismo, se continuará editando los Cuadernos del Creacionismo, transformándolo en una colección que permita divulgar aspectos de la vida y obra de Vicente Huidobro.

b. *Habilitar en la Web la sección los “Amigos/as de Vicente Huidobro” como una estrategia para la recaudación de fondos vía donaciones directas de personas y entidades públicas/privadas, nacionales y/o internacionales.*

Se incluyó la sección en página Web y gracias a tener la información fija en la plataforma se ha podido diseñar estrategias para difundir ampliamente esta nueva manera de apoyar a la Fundación. Se agregó link en los boletines para ir promocionando nueva sección. No hubo aportes por esta vía. Sin evaluación cuantitativa, pero la capacitación en marketing digital para Tienda online nos ha indicado algunas acciones a realizar.

Para quienes están interesados en formar parte de esta comunidad huidobriana, pueden incorporarse a través de nuestra página web, en el siguiente link:

<http://www.museovicentehuidobro.cl/apoya-al-museo.php>

- c. **Habilitar y puesta en marcha del “Programa de Conservación, restauración y recuperación de los jardines Vicente Huidobro” con el objeto de ampliar los espacios del Museo y crear fuentes de ingreso por medio de talleres, programas y artículos/productos de Tienda asociados al Jardín. Dando continuidad a las acciones del “Programa accesibilidad y diversidad de públicos”.**

El Programa de Conservación, restauración y recuperación de los jardines Vicente Huidobro, contemplaba la realización de un Taller de “Huerto y Poesía”, o “Jardín Poético”, para niños y niñas de 4 hasta 10 años.

INFORME RESULTADOS PROYECTO JARDIN 2017

La contratación de la Sra. Olimpia Troncoso resultó un acierto ya que fue ella quien diseñó el jardín original de museo por tanto sabía muy bien lo que se buscaba rehacer y sabía muy bien lo que se había planificado hace cinco años atrás.

Luego de la intervención el jardín se ve ordenado y limpio de malezas, y enriquecido con plantas nuevas, de especies que se dan muy bien en esta zona y que no son de cuidados especiales. Se trata de especies que formarán grandes macizos con esas mismas flores, pues son de reproducción muy fácil ya sea por patillas o porque al año de una planta se sacan dos.

El viento y la falta de agua es un tema importante en la mantención del jardín, pero tampoco es el tema central a mostrar en el museo, lo que no quita que debe estar bien cuidado, ordenado, regado, etc. No hay que olvidar que Vicente Huidobro amaba su jardín, por muy rústico que fuera y poder traspasar eso a nuestros visitantes es algo que también buscamos.

Después de esta experiencia consideramos de absoluta importancia el poder contar en nuestro presupuesto anual con el dinero suficiente para tener la asesoría de una persona que en cada estación del año nos indique las acciones a realizar con el fin de mantenerlo adecuadamente.

TALLER “HUERTO Y POESÍA”

Durante el mes de octubre, se desarrolló el taller asociado a la conservación y recuperación de los jardines del Museo Vicente Huidobro. En dicha actividad participaron alumnos de primer año básico del Colegio Peumayén, padres apoderado y profesores. Con el diseño del equipo de la Fundación y guías del Museo, se desarrolló el siguiente programa:



Programa Taller “Huerto y Poesía”

Viernes 14

De 15:00 a 16:00 horas

- Trabajo en Ronda “¿Cómo llegas?”
- Rito inaugural “Invocación a las 4 direcciones”.
- Sesión de Sonidos de naturaleza.
- Lectura de Poesía y presentación del dueño de casa.
- Paseo alrededor del museo, observación y visualización del árbol que te ama.
- Rito de imposición de manos para la fertilidad.
- Sonidos de sanación.
- Trabajo en ronda “¿Cómo te vas?”

Sábado 15

De 10:30 a 12:30 horas

- Trabajo en Ronda “¿Cómo llegas?”
- Rito inicial “Sacralidad de la Naturaleza”. Poesía.
- Vuelta al Jardín. Hacer consciente el “árbol que te ha elegido”. “El árbol que te ama”.
- Experiencia sensorial con el Jardín. Aromas, texturas, cualidades.
- Poesía y pequeña colación para los niños.
- Retorno al Huerto. Plantar almácigos
- Rito de imposición de manos para la fertilidad.
- Sonidos de sanación.
- Trabajo en ronda “¿Cómo te vas?”
- Despedida.

Viernes 20

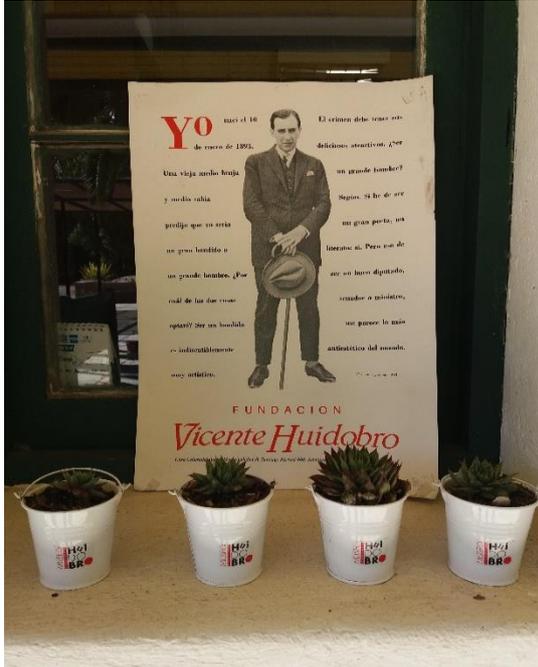
De 10:30 a 12:30 horas

- Trabajo en Ronda “¿Cómo llegas?”
- Rito inicial “Sacralidad de la Naturaleza”. Poesía.
- Vuelta al Jardín del museo, notación y reconocimiento del árbol amigo. Qué cambios o novedades nos entrega.
- Ida a la tumba, reconocimiento de especies Nativas del entorno.
- Poesía en la tumba, hablar de Vicente y su elección, del amor por la naturaleza y el jardín.
- Colación y Vuelta al museo.
- Rito de imposición de manos para la fertilidad.
- Sonidos de sanación.
- Trabajo en ronda “¿Cómo te vas?”
- Despedida.

Sábado 21

De 12 a 13.30 horas

- Trabajo en Ronda “¿Cómo llegas?”
- Rito inaugural “Invocación a las 4 direcciones”.
- Vuelta al Jardín del museo y saludo al “árbol que te eligió”.
- Visita Guiada al museo. La casa del dueño de casa, el de los poemas, el que amó el huerto.
- Premiación y reconocimiento. (Diploma o medalla).
- Despedida del árbol que te ama.
- Vuelta al Huerto, energización de fertilidad y herencia espiritual del Huerto. “La semilla en el entramado misterioso”.
- Plantar un “Maqui”. Despedida.



Las palmeras son un producto del jardín del Museo, a partir de semillas de las palmeras originales de la casa, y que llevan el verso del poeta:

“Palmeras que despiden a los barcos alejándose
 Con grandes saludos de pañuelos temblorosos
 Y reciben los últimos besos de los marineros en el horizonte”

d. **Habilitar y puesta en marcha de la Tienda-Librería on-line del MVH para ampliar las ventas, diversificar los artículos/productos y atraer mayor público. Dando continuidad a las acciones del “Plan de públicos objetivos”.**

CREACIÓN Y DESARROLLO TIENDA ON LINE FUNDACIÓN VICENTE HUIDOBRO.

Fase 1 Investigación e inventario.

Lo primero fue investigar las tiendas online que tenían los museos más importantes, así como la manera de desplegar su información en sus respectivas webs. A partir de dicho catastro seleccionamos la “Boutique de musées” que es una tienda online que reúne a las tiendas de distintos museos de Francia. Guardando todas las proporciones - acerca de su catálogo enorme y los diferentes tipos de museos a los cuales representa- se toma como ejemplo para nuestra tienda online.

Al mismo tiempo, se realizó una investigación acerca del material disponible sobre Vicente Huidobro en el Archivo de la Fundación, y se seleccionó el más compatible y atractivo para una tienda virtual de la Fundación.

Para ello:

- Se investigaron los archivos originales de obras, fotografías, revistas y publicaciones de la FVH.
- Se revisó el material online del poeta, a manera de inspiración y búsqueda de ideas para nuevas líneas de diseño.
- Se elaboró un catastro de los artículos con que disponía la tienda física del Museo en Cartagena.

En paralelo, junto al equipo del Museo Vicente Huidobro en Cartagena, se dividió la bodega de libros y ejemplares de obras a la venta en dos sedes: una más grande en el museo y otra en Santiago, de manera de tener a la mano libros y artículos para su venta online y despacho rápido. La cantidad de ejemplares quedó ordenada en dos catálogos paralelos, con la cantidad de copias en bodega y sus precios de lista respectivos.

Una vez que los artículos estuvieron disponibles, se procedió a realizar una sesión de fotografías del catálogo para homogeneizar las fotos que se desplegarán en la tienda online, ya que antes se disponía de materiales en formatos diversos y, en ocasiones, de baja calidad.

2.- Creación de la tienda online y activación del método de despacho

Con el material visual de calidad y los catálogos ordenados, procedimos a entregar este material a Carlos Correa, Web Manager y Programación Web, que había estado a cargo de la habilitación contenidos y secciones en sitio Web FVH, quien estuvo a cargo de la programación y diseño de la tienda online. En esa etapa del proyecto se afinaron los detalles de la tienda online en sí, revisando el funcionamiento del carrito de compra, de las características de la generación de las órdenes de compra y de la información que recibirán los usuarios, como ficha de inscripción, promociones, fidelización, etc.

Asimismo, se realizó una investigación de los diferentes sistemas de correo (Correos Chile, Chile Express, Tur Bus) y de cual se ajustaba mejor a nuestras necesidades en esta etapa de manera de poder hacer un sistema liviano, rápido, seguro y eficaz en condiciones convenientes para los compradores.

Tienda Online



Set completo 12 poemas pintados, 21 x 30 cm.

Fundación Vicente Huidobro

\$ 40.000



Huidobro, colección de diez volúmenes.

Fundación Vicente Huidobro / Ocho Libros Editores
Selección de poemas, novelas, revistas, entrevistas y una ?antología arbitraria? de Diego Maquieira.

18cm x 25cm x 10cm.
Santiago, 2012

\$ 64.000



Altazor. Poema. 86 pag.

Fundación Vicente Huidobro / Pequeño Dios Editores
ISBN: 978-956-8558-39-0

15cm x 22cm x 1cm.
Santiago, 2015

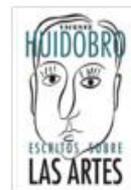
\$ 7.000



Pack de 6 poemas pintados, 21 x 30 cm.

Fundación Vicente Huidobro

\$ 24.000



Vicente Huidobro, escritos sobre las artes. 528 pag.

Macarena Cebrián y Belén Castro.

Origo Ediciones / Universidad Católica de Temuco

ISBN: 978-956-316-275-2

16 x 30 x 6cm.
Santiago, 2017



El oxígeno invisible

Fundación Vicente Huidobro / Ocho Libros Editores
ISBN: 978-956-335-140-8

18cm x 25cm x 1cm

\$ 12.000



Vicente Huidobro. A tu llegada. 180 pag.

Manuela Salcedo G-H. Origo Ediciones.

26cm x 30cm x 2,5 cm.

ISBN: 978-956-316-156-4
Santiago, 2015

\$ 40.000

OFERTA



Horizon Carré / Horizonte cuadrado, pack de 2 libros.

Fundación Vicente Huidobro / Pequeño Dios Editores

Fascimular del primer libro vanguardista de Huidobro (Paris, 1917) en francés y versión en español.

ISBN: 978-956-8558-50-5

3.- Investigación y diseño de líneas originales de prototipos de merchandising

En el período de marcha blanca de la tienda online se hizo evidente la necesidad de profundizar el catálogo ofrecido. La tienda estaba muy enfocada en el catálogo de libros y una colección de poemas pintados de formato pequeño, pero era evidente que hacía falta repensar la identidad visual del catálogo e investigar nuevas líneas de artículos diseñados en forma menos descriptiva y lineal (Por ej. poleras con la foto o retratos del poeta).

Para desarrollar estas líneas de nuevos artículos y prototipos, se trabajó en dos direcciones:

La primera de ellas fue de continuidad. En base a la experiencia de la tienda física en Cartagena, se elaboró una línea de poleras tradicionales con nuevos diseños, de manera de tener más opciones en una línea más básica y económica. Los prototipos de esta línea fueron realizados junto al diseñador Victor Torrejón.

Pero al mismo tiempo y pensando en un trabajo más profundo de investigación y elaboración de una imagen contemporánea de la obra del poeta, se tomó contacto con la oficina de diseño SimpleLab + androp. (www.simplelab.cl).

Con ellos, se desarrollaron tres líneas de diseño de prototipos para la tienda online, primero una línea pensada desde la formación de audiencias, luego una deconstrucción y reinterpretación de la obra a nivel visual y como fase final de esta etapa la elaboración de una identidad que a mediano plazo sirva para artículos como para la imagen corporativa de la FVH (logo, web, tienda online).

En términos concretos, se confeccionaron artículos en base a frases de Huidobro, trozos de Altazor y variaciones en base a los poemas pintados.

Se hicieron prototipos en alta calidad de bolsos (totebag), poleras, afiches, pañuelos, timbres y una campaña callejera de afiches con frases huidobrianas pensando en brigadismo cultural.

Se confeccionó una segunda línea de artículos y se avanzó en la investigación de la identidad visual

Algunos ejemplos



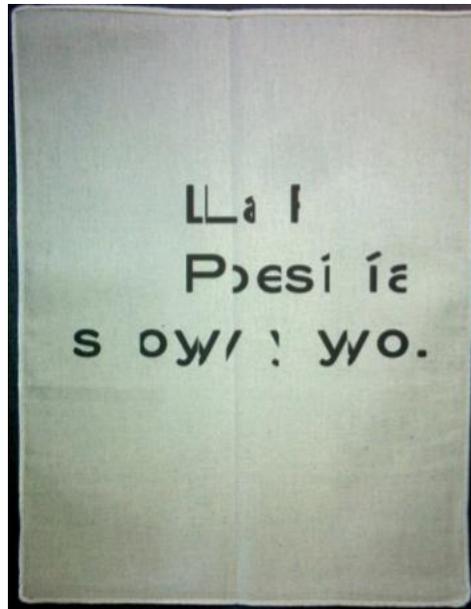
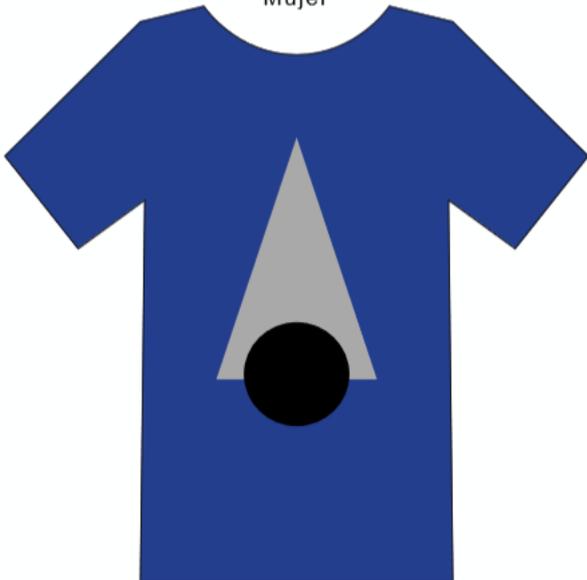


Hombre



Fundación Mirante Guizabro - Gu

Mujer



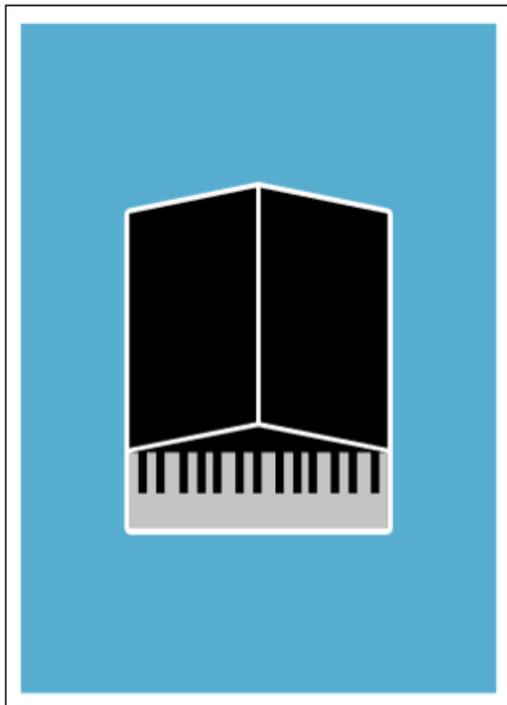
pañuelo



totebag



afiche



afiche



timbres

4.- Capacitación en marketing digital

Lo anterior, puso en evidencia que no se estaba siendo todo lo eficiente que se requería en la estrategia para promover y accionar correctamente a nivel de marketing la tienda online.

Debido a la inexperiencia de la FVH en venta digital, y sobre todo, a la complejidad y riqueza de la vida y obra del sujeto del catálogo de base, Vicente Huidobro, del que principalmente disponíamos de libros, y de objetos más propios de la venta en la tienda del Museo de Cartagena, con una diversidad distinta de objetos para el comprador, de la que requiere una tienda online.

Para resolver los aspectos mencionados, se contrató la capacitación del señor Mauricio Dell, Magister en Gestión Cultural de la Universidad de Chile, con vasta experiencia como gerente de marketing en sector retail y especialista en marketing digital y nuevos medios. La capacitación se realizó en dos sesiones semanales.

La capacitación consta de una etapa formativa y un seguimiento de dos meses a nuestro trabajo luego de la capacitación.

Con un catálogo mucho más atractivo y variado de productos, más las herramientas de marketing para la activación efectiva de la tienda online, estaremos en una posición mucho más competitiva y esperamos que a la altura de la vida y obra del gran artista que nos ha tocado representar.

B. DESARROLLAR SISTEMAS DE EVALUACIÓN Y MONITOREO DE GESTIÓN Y RESULTADOS.

- a. *Análisis de los registros anuales 2013-2016 de estadísticas de visitantes, públicos objetivos, ventas, reservas, convenios, redes, etc., para la creación y optimización de gestiones y sistematizar y protocolizar procesos administrativos internos que contribuyan a la actuación profesional y ordenada de las funciones con metodologías para el monitoreo de los mismos. Dando continuidad a las acciones de la Gestión Administrativa y de la Coordinación general del POIC.*

Para dar cumplimiento a este compromiso se realizó una exhaustiva investigación de los registros anuales del Museo y se elaboró un extenso informe cuyas conclusiones son las siguientes:



COMPILACIÓN Y ANÁLISIS DE ESTADÍSTICAS
2013/2016

MUSEO VICENTE HUIDOBRO

PRESENTACION

El objetivo del presente estudio es sistematizar la información que el museo genera en su diario quehacer, organizarla de modo que permita una reflexión y un aprendizaje de sus aciertos, de sus desaciertos, de su entorno, y así definir de mejor manera las líneas de acción propias del MVH a través de las cifras obtenidas entre su inauguración, 6 de abril 2013, y el 31 de diciembre, 2016.

El análisis se ha hecho a partir de los datos que mes a mes entrega el MVH a la Fundación: número y tipo de público que visitó el museo, ventas de tienda, gastos del MVH, servicios y algunas campañas emprendidas a la fecha.

El análisis cuantitativo, base del presente informe, se complementa con las opiniones consignadas por los visitantes en el Libro de comentarios, y en las opiniones recogidas por el equipo de guías y personal del Museo.

I. RESUMEN Y CONCLUSIONES

Los temas más relevantes que surgen de esta compilación y análisis son los siguientes:

1. Problemas de acceso al MVH

Camino:

Desde su inauguración, el día 6 de abril, 2013, y hasta el 31 de diciembre 2016, el 31,7% de los días de visita, el público no pudo acceder al Museo por el cierre temporal del camino Vicente Huidobro (único acceso al Museo) debido a la construcción del alcantarillado por el eje central del camino. La obra significó una zanja de 6 metros de profundidad y entre 1.5 y 2 metros de ancho.

Las obras se realizaron en 2015 y 2016, ya que, por fallas en la construcción del 2015, hubo que rehacerla el 2016.

La obra inicial significó remover todo el piso firme de la calle, mezcla de maicillo y ripio, apisonado por el tránsito vehicular de años, y dejando en su lugar tierra suelta, que, con una pequeña lluvia, se transforma en barro, quedando el camino intransitable. En promedio, cada lluvia deja cortado el camino por 3 o 4 días. Esta incertidumbre provoca inseguridad a los visitantes, porque como se sabe la organización de un viaje de estudiantes y tercera edad al Museo utiliza buses, y toma aproximadamente 10 días: seguros, permisos, etc. A esto es muy importante agregar que los taxistas y colectiveros locales se niegan a llevar pasajeros al museo por el deterioro que el viaje produce en sus autos y por el temor a quedar empantanados.

Señalética:

El acceso al Museo se ve dificultado también por una señalética vial insuficiente y de difícil visibilidad. Últimamente, la Municipalidad ha mostrado una buena disposición a resolver este problema.

Estos factores han pesado muy negativamente, al punto de impedir medir los efectos de algunas campañas emprendidas en estos años, sean nacionales o locales, ya que no ha sido posible medir su real alcance debido a un problema ajeno a la responsabilidad del MVH.

2. Dificultad de formar equipos:

Éste ha sido un problema permanente que enfrentar en la vida del MVH. Ha costado encontrar personal en Cartagena y ciudades aledañas, en lo posible con locomoción propia, y que tenga las capacidades básicas necesarias para integrarse al equipo, sea en el área administrativa como de guías. En materia de idiomas, ha sido imposible encontrar personal bilingüe inglés/español; o de cualquier otra lengua. Las pasantías pueden contribuir en algo a la búsqueda de eventuales guías y personal de apoyo administrativo.

3. Perfil de los visitantes

A pesar de los problemas de acceso, el público visitante ha aumentado cada año. Los estudiantes suman un 73%, destacándose la educación media con un 41% del total, y la educación Básica 2° ciclo, con un 21% del total de público.

Los más afectados con el difícil acceso al Museo son los adultos mayores, que representan un 12% de las visitas; los extranjeros, que representan un 1%; y los estudiantes de educación Básica ciclo 1°, que representan un 2%. Los buses se niegan a llevarlos hasta las puertas del MVH, y ellos no están en condiciones de caminar hasta el Museo. Los que sí lo han hecho son los alumnos de media y los de educación Básica 2° ciclo, a pesar de que la distancia a caminar es de

aproximadamente un kilómetro y medio, en subida, por un camino pedregoso, con resaltos y después de las lluvias, resbaloso por el barro lo que dificulta mucho la caminata.

En estos años, el MVH ha recibido la visita de 367 establecimientos educacionales, provenientes de 71 comunas. No disponemos de la información del año 2013, sin embargo, durante 2014 nos visitaron 151 establecimientos, el 2015 fueron 119, y el 2016 recibimos 111. Del total de establecimientos 57 provinieron de la comuna de Santiago (15,5%), 28 de Puente Alto (7,6%), seguidos por Maipú y La Florida (4,45% c/u), Viña del Mar (4,1%), Pudahuel (3,8%), Melipilla y Valparaíso (3,3%) y San Bernardo (2,7%).

Cabe destacar la baja asistencia de las comunas vecinas, Cartagena con un 2,7%, y San Antonio con un 2,0%.

4. Ingresos

En promedio los ingresos suman \$76.147.857, correspondiendo \$ 52.851.400 a venta de entradas (69%), \$ 13.017.457 (17%) a venta de objetos, y \$ 10.279.000 (13%) a venta de libros.

Los ingresos por venta de entradas muestran un aumento cada año, desde \$ 6.268.000 el 2013, a \$ 16.573.400 el 2016.

Los objetos han disminuido su participación en los ingresos de \$ 5.871.657, el 2014; a \$ 3.002.400 el 2016. Y, los libros han disminuido de \$ 3.321.500 el 2013, a \$ 2.355.500 el 2016.

Una primera razón para estos cambios en las preferencias entre los artículos que vende la tienda del MVH, podría estar en la presencia creciente de alumnos de media y básica 2°, ciclo, provenientes de comunas denominadas “populares”, o de “clase media emergente”, que adquieren menos libros y más productos de menor valor durante su visita. Pero, sin duda, éste es un tema en el que debemos ahondar.

C. Implementar dispositivos de transparencia institucional y acceso a la información.

- a. *Crear un Boletín informativo trimestral digital para comunicar los procesos de proyectos, actividades y noticias tanto del Plan de Gestión POIC como de las actividades anexas del Museo y la Fundación. Dando Continuidad al Plan comunicacional 2016.*

Se elaboraron tres boletines, los cuales se distribuyeron por correo electrónico, pero como contienen mucha de la información que es parte de esta Memoria no detallaremos su contenido. Sin embargo, están en la página web de la Fundación.

Boletín N° 2 de la Fundación y el Museo Vicente Huidobro

[View this email in your browser](#)



Queridos/as Amigos/as,

La Fundación Vicente Huidobro invita cordialmente a participar en el programa de actividades 2017.

¡Todos y todas pueden ser parte de estas actividades!

Invitamos a mantenerse informados.

Cartelera Cultural y Actividades

MAYO A AGOSTO 2017

www.fundacionvicentehuidobro.org | www.museovicentehuidobro.cl

- b. Diseñar y aplicar un estudio de público/audiencias por medio de una encuesta con el objetivo de conocer las percepciones (observaciones y opiniones) de los visitantes en los servicios del MVH para realizar un análisis en vistas de perfeccionar continuamente la experiencia de los visitantes. Generando una línea de acción y continuidad al eje de Gestión Administrativa.*



**INFORME
ESTUDIO DE PÚBLICOS
MUSEO VICENTE HUIDOBRO**



INDICE	página
CAPÍTULO 1: DESCRIPCIONES GENERALES.....	3
CAPÍTULO 2: RELACIÓN CON EL MUSEO.....	5
CAPÍTULO 3: PÚBLICOS.....	8
CAPÍTULO 4: SATISFACCIÓN.....	10
CAPÍTULO 5: CONCLUSIONES.....	14
CUADROS.....	18

Por razones de espacio, se incorpora a esta Memoria solo las conclusiones:

V. CONCLUSIONES.

En base a lo señalado por los profesionales responsables de esta investigación al interior de la Fundación Vicente Huidobro, un estudio de los públicos del museo ubicado en Cartagena entrega la posibilidad de conocer e identificar las fortalezas y debilidades del servicio ofrecido y, por lo tanto, de reforzar un proceso de autorreflexión más informado sobre sus propios modus operandis, basándose en datos que permitan orientar los procesos administrativos de manera más eficiente y mejor focalizada. Desde esta perspectiva, la realización del estudio de públicos del Museo Vicente Huidobro 2017 se constituye como un medio a partir del cual resolver algunas dificultades de gestión y administración, no sólo como una necesidad interna del museo, sino que principalmente como respuesta a los requerimientos de la comunidad y los visitantes. En relación a lo recién expuesto, las 121 encuestas realizadas entre el 29 de Septiembre y el 22 de Noviembre del año 2017 arrojaron una serie de datos que constituyen una primera línea de exploración para intentar construir un perfil general de los visitantes del Museo Vicente Huidobro y un reconocimiento de sus niveles de satisfacción respecto a diversas dimensiones de su visita, de modo que la Fundación pueda tomar decisiones estratégicas en relación a la producción, difusión y mejoramiento de las acciones estructuradas al interior -y exterior- del museo.

En términos generales, podemos concluir que los visitantes del museo provienen fundamentalmente de la Región metropolitana, por lo que la mayoría de ellos demora entre 1 a 2 horas en llegar al lugar en que se ubican sus instalaciones. Las visitas al museo se organizan en grupos numerosos (de más de 20 personas) o en núcleos familiares, los que, respectivamente, se movilizan a través del transporte interurbano o la movilización propia, lo que define dos tipos de públicos muy diferentes. Y, dependiendo del tipo de público, la principal motivación para visitar el museo es la salida educativa o el paseo familiar. En relación con el acceso al museo, un elemento que debemos destacar es que un 39% de los visitantes encuestados manifiesta la dificultad de acceder al lugar de sus instalaciones, principalmente entre los visitantes de mayor edad.

La gran mayoría de los encuestados visitan por primera vez el museo y, entre ellos, sólo un 40% puede definirse como Visitante frecuente de museos (entre los que cabe destacar a los profesionales vinculados directamente a la educación y a los visitantes que provienen del sector Oriente de Santiago). Un 36% de los visitantes manifiesta tener conocimiento del museo hace más de un año, pero también se puede apreciar un porcentaje destacable que lo conoce sólo en los días o semanas previas a la visita. El principal medio de conocimiento del museo son los profesores/as (en el marco de una visita educativa), pero también las recomendaciones de terceros cumplen un papel relevante, principalmente para los visitantes que asisten al museo como visita recreativa. En relación con este punto, cabe destacar que, a medida que aumenta la edad de los visitantes, también aumenta la cantidad de tiempo en que ellos reconocen la existencia del museo. Y, en general, que son las mujeres, los profesores/docentes y los visitantes del sector Oriente de Santiago quienes manifiestan conocer el museo hace más tiempo.

Una de las principales conclusiones obtenidas en base a los resultados de este estudio es que los/las estudiantes chilenos de enseñanza media conforman el principal público del museo Vicente Huidobro quienes provienen principalmente de la región Metropolitana, fundamentalmente de Santiago Sur y Santiago Poniente. Este amplio segmento se ubica al interior del denominado Visitante de la semana, quienes acceden al museo en grupos numerosos, a través del transporte interurbano. A diferencia de los profesores y/o docentes que visitan el museo -quienes, en conjunto con los/las estudiantes, componen su público más representativo-, los/las estudiantes no comprenden Visitantes frecuentes de museos y su asistencia al museo Vicente Huidobro se constituye como una primera visita, en el marco de una salida educativa. Este es un tipo de público que señala conocer la existencia del museo solo meses, semanas e incluso los días previos a la visita y lo hacen a través de sus profesores/as, como parte de una actividad escolar. Como público, los/las estudiantes declaran alta satisfacción de sus expectativas ante su visita al museo y un alto porcentaje de ellos/ellas manifiestan su intención de recomendarlo a otras personas. Sin embargo, son el segmento que presenta el más bajo valor en este ámbito.

Otra de las conclusiones relevantes en relación con los públicos del Museo Vicente Huidobro se refiere a la distinción de dos tipos de públicos en base a los días en que se realiza la visita, los cuales, por esta condición, se han definido como Visitantes de la semana y Visitantes de fin de semana. Los principales visitantes de la semana son los estudiantes y los profesionales vinculados directamente a la educación, quienes proceden principalmente de Santiago Sur y Santiago Poniente y acceden al museo en grupos numerosos -a través del transporte interurbano y agencias de viaje-, en el marco de una Salida Educativa. Al igual que los profesionales vinculados directamente a la educación, el visitante de fin de semana se ubica dentro del segmento de Visitantes frecuentes de museos. Este tipo de público proviene principalmente de Santiago Oriente, accede al museo en familia, a través de movilización propia y definen su visita al museo Vicente Huidobro como un paseo y/o como un ámbito de entretenimiento, insertándola en una red más amplia de visitas a lugares de interés turístico en la zona. Junto con las mujeres, los Visitantes de fin de semana son quienes expresan una mayor satisfacción de sus expectativas por parte del museo, manifestando una total tendencia a recomendarlo a otras personas.

En directa relación con el Visitante de fin de semana, se ha identificado un tipo de público que, por sus características, podría ubicarse bajo el concepto de Familias. Este es un tipo de público que proviene principalmente de la zona Oriente de Santiago, visitan el museo por primera vez y sus principales motivaciones son el paseo y la entretenimiento, incluyendo esta actividad como parte de una red mayor de visitas a lugares turísticos en la zona. El principal medio a través del cual estas familias se enteran de la existencia del museo es través de recomendaciones y, por su parte, manifiestan una marcada tendencia a recomendar el museo a otras personas. Cabe destacar que dentro de este segmento un porcentaje relevante de las personas encuestadas expresa haber disfrutado integralmente de su visita, manifestando una alta satisfacción de sus expectativas.

En directa relación a lo recién expuesto, el estudio nos permite concluir que, independiente del género, edad, nivel educacional, ocupación o localidad, la gran mayoría de los visitantes al museo Vicente Huidobro manifiesta una alta satisfacción con su visita (solo un 6% de los visitantes encuestados se ubica dentro del rango regular-malo-muy malo al momento de evaluar si el museo cumplió con sus expectativas). A su vez, se puede observar una positiva evaluación de todas las dimensiones del museo que se analizaron de manera específica. Aquellos aspectos que fueron mejor evaluados son: los jardines, la iluminación, la conservación, las vitrinas, la seguridad y el aseo, siendo especialmente valorado (como excelente y muy bueno) el servicio de guías y el personal del museo. Ahora bien, los aspectos que no resultaron tan bien evaluados son: la cafetería, el sitio en que se ubica el museo, la accesibilidad y la facilidad para personas discapacitadas. De hecho, en las preguntas abiertas se pueden identificar críticas al lugar, la espera y el camino, ante lo cual resulta recomendable intervenir en el mejoramiento de estas dimensiones.

Los distintos tipos de públicos que visitan el museo evalúan de manera muy positiva el recorrido de la exposición (solo el 3% de los visitantes encuestados evalúa negativamente este ítem) y la guía (solo el 8% de los visitantes encuestados evalúa negativamente este ítem), estableciendo que el servicio de visitas guiadas resulta muy necesario para el público y que la información entregada en las salas es suficiente y adecuada. Al respecto, un alto porcentaje sostiene que el museo amplió sus conocimientos y se valora positivamente la información entregada. Por otro lado, un alto porcentaje de los/las visitantes expresaron su intención de recomendar el museo, argumentando que éste les resultó muy interesante y que provee de conocimientos y de cultura.

Los visitantes mayores de 30 años son quienes manifiestan una mayor intención para recomendar el museo, mientras que entre los visitantes de menor edad se puede apreciar una tendencia menor en este aspecto, lo que resulta

relevante si pensamos que este segmento se constituye como un grupo determinante a nivel de los públicos del museo y, por lo tanto, como un foco fundamental al momento de desarrollar algunas modificaciones e intervenciones en algunas dimensiones relativas a la experiencia ofrecida por el museo. Al respecto, es relevante señalar que entre los visitantes más jóvenes se puede apreciar un casi total desconocimiento de las actividades de extensión que ofrece el museo y una moderada intención de participar en ellas (alrededor del 50% del total de los estudiantes manifiesta un desinterés por participar en dichas actividades), todo lo cual puede ser revisado por el equipo de planificación y gestión de la Fundación Vicente Huidobro, con miras a redirigir sus acciones y perfeccionar el ámbito de la difusión, como también, las estrategias de aproximación a sus públicos, teniendo en consideración las características más relevantes de los públicos identificados a partir de la información recopilada por este estudio.

c. Organizar 2 encuentros con periodistas regionales para comunicar la agenda anual de actividades. Dando Continuidad al Plan comunicacional 2016.

ESTRATEGIA COMUNICACIONAL 2017

INTRODUCCIÓN

Durante el Plan de Gestión correspondiente al año 2016, se trabajó en el posicionamiento institucional del Museo Vicente Huidobro a nivel local, nacional e internacional, para desarrollar un programa comunicacional de difusión creativa que insertara la marca Museo Vicente Huidobro a nivel regional, nacional e internacional.

Al respecto, se desarrollaron diversas acciones que incluyeron delinear la identidad corporativa, creando un manual que permitió profesionalizar la gestión de difusión y atención del MVH, creándose diversas piezas gráficas.

La asesoría del Plan comunicacional estuvo a cargo de Marilú Ortiz de Rozas, periodista de la Universidad de Chile y Doctora en Letras de la Universidad de la Sorbonne-Nouvelle. Dicho plan tuvo como estrategia principal difundir a la Fundación como entidad que trabaja en distintos ámbitos del arte y la cultura. En este sentido, se lograron insertos a página completa en la prensa escrita donde se dio a conocer la participación de la Fundación y el Museo Vicente Huidobro en importantes actividades.

Por otra parte, esta asesoría comunicacional incluyó la actualización de la base de datos de medios de prensa y una capacitación para la elaboración de comunicados de prensa. Además, se creó una metodología de trabajo y se calendarizaron las actividades y los focos noticiosos de todo el año, lo que permitió una mayor planificación.

El posicionamiento institucional, también incluyó la reestructuración de la página web, renovando la imagen visual y corporativa, acorde al trabajo realizado con las piezas gráficas de la identidad corporativa.

Esta labor que hemos resumido cumplió el objetivo de insertar nuestra marca, pero nos mostró el desafío que significa abordar en el caso del Museo Vicente Huidobro la inserción regional y local, que en el plan de gestión 2016 se orientó más bien a través de las intervenciones artísticas.

Es así como para el plan de gestión del año 2017, se determinó para el área de comunicaciones la organización de dos encuentros con periodistas regionales para comunicar la agenda anual de actividades y así dar continuidad al plan comunicacional del año anterior. La calendarización previa consideraba realizar un encuentro en enero y otro en julio del año 2017. También se contemplaba la elaboración de boletines digitales, la difusión de las actividades, con énfasis en el concurso de nano metrajes, entre otras responsabilidades.

Sin embargo, el retraso en la entrega de los fondos significó dilatar la actividad y la contratación del profesional que había estado a cargo el año 2016, dándose prioridad a la elaboración de los boletines y a la difusión de los eventos y actividades de la Fundación y el Museo a través de la página web, por correo electrónico y redes sociales, labor en que estuvieron involucrados la coordinadora del proyecto POIC y su asistente más el apoyo del encargado de la tienda online y de la asistente administrativa de la Fundación.

Finalmente, durante el segundo semestre se comenzó la búsqueda de un nuevo profesional que desarrollara esta actividad pendiente de los encuentros con periodistas de medios regionales, en aras de una mayor difusión de las actividades del Museo.

Es así como en octubre, se contrató al periodista Marco Álvarez Valenzuela, a quien se le encomendó la generación de una estrategia comunicacional para posicionar al Museo y a la Fundación en el ámbito local, regional y nacional, la realización de estos dos encuentros y la elaboración de los boletines comprometidos.

DESARROLLO ESTRATEGIA COMUNICACIONAL

Dado el breve plazo para desarrollar las labores de difusión, la estrategia comunicacional dio prioridad al contacto directo y personal con los periodistas, comunicadores y medios locales y regionales. Esta contemplaba tomar contacto con aquellos situados en Cartagena, San Antonio y la metrópoli regional, Valparaíso.

También acercarse a los departamentos de comunicación y cultura de las entidades públicas vinculadas, como CNCA, municipalidades y entidades similares al MVH.

Es así como se dio énfasis a las siguientes actividades o acciones: encuentros con los periodistas y/o comunicadores de la V Región; difusión de actividades de la Fundación; y, difusión de las actividades realizadas en o por el Museo Vicente Huidobro.

1.- ENCUENTROS CON PERIODISTAS REGIONALES:

Esta actividad tenía un importante retraso, por lo cual fue la primera actividad a desarrollar. Se definió que estos encuentros se realizarían el 26 de octubre y el 21 de diciembre de 2017 (Ver planificaciones adjuntas).

1.1 Primer Encuentro con Periodistas Regionales:

El objetivo del primer encuentro era dar a conocer a los periodistas el Museo Vicente Huidobro, realizando la actividad en el mismo Museo y que tuvieran acceso a través de una visita guiada a conocer la muestra permanente y las dependencias del MVH. Un objetivo específico era que los periodistas conocieran el Museo y que desde ese conocimiento ellos pudieran difundirlo e invitar a la comunidad a visitar el MVH. Otro de los objetivos era, a través de una presentación en Power Point dar a conocer que se estaba ejecutando un proyecto financiado por el CNCA (POIC), las actividades ya realizadas y las que correspondían al último trimestre, como por ejemplo las pasantías, en que se convocaba preferentemente a personas de la comuna de Cartagena y aledaños

Para realizar este primer encuentro, se realizaron las siguientes acciones:

- Revisión de la base de datos existente de periodistas y medios regionales, corrigiendo y agregando los datos pertinentes.
- Elaboración de una invitación para los periodistas.
- Contactar a los periodistas invitados
- Preparación de una nota de prensa
- Preparación de un power point con información de actividades
- Preparación de una carpeta con material informativo del Museo para los periodistas

Para el evento programado con la prensa local en el Museo Vicente Huidobro de la ciudad de Cartagena, el jueves 26 de octubre de 2017, se estableció contacto con 15 medios (prensa, escrita y digital, radios y tevé), enviándoles la correspondiente Invitación (se adjunta Invitación).

Luego del evento, al cual solo concurrieron dos periodistas (de la revista online Bulevar), se envió a los medios invitados una Nota de Prensa con fotografías, para que fuera publicada. El siguiente es el listado de los medios con los que se estableció contacto, (se anexa Nota de Prensa)

- 1) El Mercurio de Valparaíso
- 2) La Estrella de Valparaíso
- 3) El Líder de San Antonio
- 4) El Proa de San Antonio
- 5) El Espejo de Casablanca
- 6) TVN Valparaíso
- 7) Canal 2 San Antonio
- 8) Girovisual San Antonio
- 9) Quintavisión
- 10) Radio Biobío de Valparaíso
- 11) Radio Federico Santa María
- 12) Radio Cartagena FM
- 13) Revista Bulevar

- 14) El Martutino
- 15) Sitio de noticias online SoySanAntonio.cl

Al 31 de octubre dos medios escritos publicaron información acerca del Museo Vicente Huidobro (revista Bulevar y El Proa).

<https://web.facebook.com/rebulevar/photos/a.213842812055191.38510.213839955388810/1239254686180660/?type=3&theater>

Diario El Proa de San Antonio



Desde Quintavisión solicitaron imágenes para confeccionar una nota y desde radio Federico Santa María solicitaron coordinar una entrevista con vocero de la Fundación Vicente Huidobro en el programa “Hechos de hoy”).

*NOTA: Todas estas acciones y los reportes fueron desarrolladas por el periodista Marco Álvarez, con el apoyo de Claudia Navarro, por parte del equipo administrativo de la Fundación Vicente Huidobro.

1.2 Segundo Encuentro con Periodistas Regionales:

Como es de público conocimiento y en las cercanías del Museo Vicente Huidobro, el día lunes 4 de diciembre, fue asesinado nuestro colaborador, el periodista Marco Álvarez. Ante el shock sufrido por los miembros de la fundación y el personal del Museo Vicente Huidobro y previendo que cualquier actividad se centraría en este trágico hecho, suspendimos la realización de esta actividad.

2.- COBERTURA Y DIFUSION ACTIVIDADES FUNDACION

En esta acción se realizó la cobertura de diversas actividades realizadas por la institución, como participación en FILSA, la 13ª Bial de Artes Mediales, la feria Furia del Libro y la cobertura de los lanzamientos de Horizon Carré, en el Café Literario Balmaceda, junto al PEN Club Chile y en el GAM.

La realización de notas, videos y fotografías de estos eventos consideraban la publicación en el boletín digital de la Fundación, en la página web y redes sociales.

También se realizó una labor de definir y luego contactar alianzas que fueran pertinentes para desarrollar las temáticas propias de la Fundación, como por ejemplo la Cineteca Nacional, universidades y especialmente sus facultades de comunicación y artes.

3.- COBERTURA Y DIFUSION ACTIVIDADES MUSEO VICENTE HUIDOBRO

Esta acción se concentró en la difusión del Museo Vicente Huidobro, tanto en la realización del primer encuentro de periodistas como en la actividad desarrollada el 25 de noviembre, en la celebración del Día del Creacionismo en la Estación de Trenes de Cartagena.

En esta última actividad, se tomó contacto con la periodista del departamento de Cultura de la Municipalidad de Cartagena, quien ofreció su apoyo para vincularnos con los periodistas de los medios locales y agentes culturales de la zona para futuras actividades.

El objetivo era avanzar a una cobertura local, en que se considerara una acción similar a la que ocurre en el Museo Fonck, donde la periodista genera noticias periódicamente.

4.- ELABORACION BOLETIN DIGITAL

La elaboración de un tercer boletín digital con las actividades desarrolladas por la Fundación y el Museo entre septiembre y diciembre era el otro eslabón de la estrategia comunicacional. El objetivo era que transitara hacia un contenido más noticioso y de divulgación de la vida y obra de Huidobro, reposicionando al poeta, la Fundación y al legado que se encuentra en el Archivo y Centro de Documentación y en la colección del MVH.

5.- POSICIONAMIENTO DIGITAL Y EN REDES SOCIALES

Finalmente, la estrategia comunicacional consideraba un mayor acercamiento a las opciones que la tecnología digital ofrece. Es decir, orientar nuestro accionar comunicativo desde la página web, manteniendo sus contenidos noticiosos actualizados semanalmente, generando nuestros propios hechos noticiosos desde la contingencia nacional y cultural; un uso más periódico de Facebook, Twitter e incluso Instagram.

CONCLUSIONES:

A mediados del segundo semestre, se contrató la asesoría del periodista de la Universidad de Chile, Marco Álvarez Valenzuela, con vasta experiencia en televisión, radio y prensa. Inició sus labores con el Primer Encuentro de Periodistas Regionales. En el breve tiempo de ejecución, se delineó una estrategia comunicacional tendiente a lograr un contacto más directo con los periodistas de la zona, ya que el encuentro regional planeado no fue satisfactorio. Parte importante de la estrategia se orientó, entonces a documentar las actividades tanto de la Fundación como del MVH (Filsa, lanzamientos de Horizontón Carré, cobertura del Día del Creacionismo), así como a tomar contacto con periodistas de la zona y buscar alianzas comunicacionales, como por ejemplo con la Cineteca Nacional. Elaboró comunicados y notas de estas actividades y compiló el borrador del Boletín N° 3, dando continuidad al plan comunicacional. Una parte de la estrategia consistía en tener material actualizado relativo a la vida y obra de Vicente Huidobro, la labor de la Fundación y del MVH tanto escritos como en audio, gráficos y audiovisuales. Además, actualizar la base de datos de medios regionales y nacionales. Estos proyectos quedaron inconclusos tras la muerte del profesional. Ante esta situación, la Fundación decidió que la periodista Claudia Navarro, terminara esta labor.

1.1.2. EJE 2. MODELOS DE GESTIÓN CULTURAL

1. PROFUNDIZAR LA DESCENTRALIZACIÓN Y CIRCULACIÓN DE BIENES Y SERVICIOS ARTÍSTICOS Y CULTURALES.

- a. *Dar continuidad a la visibilidad del MVH con una 2° etapa de inscripción en redes de museos, guías culturales y/o turísticas.*

Esta tarea se realizó en el transcurso del primer semestre, posicionándose al museo en la red nacional y también en las guías culturales y/o turísticas nacionales y regionales.

- b. En el marco del Programa "Presencia activa en Ferias y eventos culturales de la V región", inscribirse para participar, apoyar, exponer y difundir los servicios /bienes artísticos-culturales y contenidos del MVH. Dando Continuidad al Programa de posicionamiento Institucional.*

b.1. EXPOARTE 2017 SANTO DOMINGO

La Fundación participó en la vigesimosexta versión de la Feria ExpoArte 2017 de Santo Domingo con stand promocional del Museo Vicente Huidobro (MVH), gracias a la alianza establecida con los organizadores durante el año 2016 para ampliar la difusión del MVH en el litoral. Desde el 28 de enero al 5 de febrero el MVH estuvo presente en la feria, atendiendo a más de 1300 personas, y 130 de estas solicitaron catálogos del Museo.



La Expoarte de Santo Domingo cumplió 30 años de vida, ganándose un sitio a nivel nacional, ya que ha sido sede de numerosas exposiciones de connotados artistas plásticos.

b.2. IV VERSIÓN DE "CALETA DE LIBROS" EN CARTAGENA

El Museo Vicente Huidobro por segunda vez participó con gran entusiasmo en el proyecto "Caleta de Libros", kiosco de lectura habilitado en la terraza de la Playa Chica de Cartagena.

En esta oportunidad se apoyó con la entrega de material promocional del museo y en ampliar la difusión de esta gran iniciativa de fomento a la lectura.



B.3. 4° FERIA “FIESTA COSTUMBRISTA DE LO ABARCA”.



Entre el sábado 4 y el domingo 5 noviembre 2017, el Museo participó en la 4° Fiesta Costumbrista de Lo Abarca organizada por la Ilustre Municipalidad de Cartagena en la Plaza de Lo Abarca.

Nuestro stand quedó al lado de los institucionales de la municipalidad donde entregaban información sobre distintos temas tales como proyectos nuevos (PRBIPE), organizaciones comunitarias, salud, proyectos en desarrollo, oficinas municipales, etc. etc.

La Feria contemplaba diferentes actividades durante el día y eso significó una gran afluencia de público que estimamos en unas 2.000 personas diarias.

2. GENERAR ALIANZAS ENTRE INSTITUCIONES Y ORGANIZACIONES CULTURALES Y PROMOVER EL TRABAJO EN RED

- a. *Dar continuidad a la firma de convenios colaborativos de trabajo y/o alianzas del MVH con organismos y empresas de la zona, dándose un énfasis a establecer red con instituciones educativas de la V región.*

a.1. CONVENIO FUNDACIÓN Y P.E.N. CLUB CHILE:

El 29 de marzo, la Fundación Vicente Huidobro firmó un convenio de trabajo colaborativo con el P.E.N. Club Chile, una institución que promueve la literatura y defiende la libertad de expresión para construir una comunidad de escritores orientada a reafirmar la importancia de la literatura en la sociedad y defender la libertad de escribir.



a.2. CONVENIO FUNDACIÓN MUSEO LA LIGUA 26.DE OCTUBRE, 2017

CONVENIO DE COLABORACION

En La Ligua, a 6 de Noviembre de 2017, la Fundación Vicente Huidobro, RUT 71.738.200-5, ubicada en calle Merced 860, Casa Colorada, Museo de Santiago, representada por Carmen Gloria Rojas Bouey, Administradora del Museo Vicente Huidobro, estrecha un acuerdo de trabajo conjunto con el Sr. Darío Aguilera Manzano, Director Museo La Ligua, ubicado en calle Pedro Polanco n° 698, de la Ligua, Región de Valparaíso, para incorporarse como medio aliado a las actividades y difusión del museo, lo que ya se ha ido efectuando a través de las actividades realizadas durante el año 2017.

La Fundación/ Museo Vicente Huidobro colaborará informando e invitando oportunamente a las actividades que se realicen en la zona con el fin de que puedan participar de ellas.

*Carmen Gloria Rojas Bouey
Administradora
Museo Vicente Huidobro*

*Darío Aguilera Manzano
Director
Museo La Ligua*

a.3. ACUERDO DE COLABORACIÓN FUNDACIÓN VICENTE HUIDOBRO Y AGRUPACIÓN CULTURAL DE LAS CRUCES

En Las Cruces, a 26 de noviembre de 2017, la Fundación Vicente Huidobro, RUT 71.738.200-5, ubicada en calle Merced 860, Casa Colorada, Museo de Santiago, representada por Carmen Gloria Rojas Bouey, Administradora del Museo Vicente Huidobro, estrecha un acuerdo de trabajo conjunto con la Sra. Isabel Rivero, Presidenta de la Agrupación Cultural de Las Cruces, ubicado en calle Hermanos Carrera n° 369, de Las Cruces, Región de Valparaíso, para incorporarse como medio aliado a las actividades y difusión del museo, lo que comenzará haciéndose efectivo el próximo Jueves 9 de noviembre de 2017, fecha en la cual la Agrupación Cultural facilitará su sala de cine al Museo Vicente Huidobro con el fin de que ellos realicen la función de la película Teresa, en el marco de salir a mostrar el museo a la comunidad vecina.

La Fundación/ Museo Vicente Huidobro colaborará informando e invitando oportunamente a las actividades que se realicen en la zona con el fin de que puedan participar de ellas.

*Carmen Gloria Rojas Bouey
Administradora
Museo Vicente Huidobro*

*Isabel Rivero
Presidenta
Agrup. Cultural Las Cruces*

a.4. EL 13 DE DICIEMBRE, 2017, CONVENIOS FVH Y MUNICIPALIDAD DE CARTAGENA

El 13 de diciembre, 2017, La Municipalidad de Cartagena y la Fundación Vicente Huidobro firmaron un Contrato de Comodato y un convenio de Colaboración Mutua.



Ambos convenios promueven el estudio y la creación de mecanismos concretos que permitan la cooperación mutua en el ámbito de las funciones que la ley atribuye a las municipalidades, y diseñar e impulsar campañas que difundan la imagen de Cartagena como ciudad cultural, y que promuevan el cuidado y protección del Museo y la Tumba de Vicente Huidobro como patrimonio de la ciudad, y de los cartageninos.

Para dar cumplimiento a este convenio la Fundación se compromete con:

- ***El descuento del 50% del valor en dinero de la entrada al Museo Vicente Huidobro para el establecimiento educacional “Liceo Poeta Vicente Huidobro” de la comuna de Cartagena.***
- ***Un 10% de descuento del valor en dinero de la entrada al Museo Vicente Huidobro para los demás establecimientos educacionales públicos de la comuna de Cartagena.***
- ***Aportar todos los años que dure este convenio, en el mes de marzo, un total de cien entradas liberadas de visita al Museo Vicente Huidobro para ser entregadas a quien el municipio estime para su uso y goce o de quién estimen conveniente para satisfacer necesidades de la comunidad.***
- ***Realizar anualmente un Concurso Internacional de Poesía cuyos ganadores serán premiados en la ciudad de Cartagena y la obra premiada será publicada por una prestigiosa editorial española. Para el éxito de esta iniciativa, y la incorporación de Cartagena a la red de ciudades que en el mundo realizan festivales de poesía, la Municipalidad de Cartagena se compromete a participar y apoyar activamente con publicidad, alojamientos, otras infraestructuras y premios.***

- **Implementación de una exposición itinerante del Museo Vicente Huidobro sobre la vida y obra del poeta para ser presentada en establecimientos educacionales, centros culturales, etc. de Cartagena y la V Región.**
- **Apoyar el Centro Cultural que la Municipalidad organizará en la ex estación de ferrocarriles de Cartagena, con actividades e iniciativas culturales nacionales o locales.**

Por su parte, CUARTO: la ILUSTRE MUNICIPALIDAD DE CARTAGENA, se compromete a:

- **La manutención y mejoramiento de los caminos, así como de áreas verdes por calle Vicente Huidobro, ex Rio Bueno, hasta la tumba del poeta.**
- **Apoyar las iniciativas conducentes a la obtención de recursos para la restauración de la tumba, con su paisajismo y medidas que aseguran el entorno de la misma.**
- **Colaborar en la búsqueda de financiamiento y de las condiciones para hacer una pronta realidad el Parque Internacional de los Artistas Vicente Huidobro, como un parque que será un atractivo turístico, y un espacio que enriquezca el entorno de Cartagena y sus habitantes.**
- **Colaborar y apoyar las actividades culturales organizadas por la Fundación, que, con anticipación y previa coordinación entre las partes, se realicen tanto en el Museo como fuera de él.**
- **Colaboración diaria de los servicios de seguridad ciudadana que la municipalidad posee con al menos una ronda al día por la zona del museo y la tumba.**
- **Colocación y mantención de una señalética que se destaque en al menos 15 puntos dentro de la ciudad, que indique la forma de acceder al museo.**

1.1.3. EJE 3. PROGRAMACIÓN Y PARTICIPACIÓN CULTURAL

1. REALIZAR PROGRAMAS ARTÍSTICOS Y/O CULTURALES.

- Habilitar un ciclo de "CineClub" y ofrecer a la comunidad de Cartagena (y alrededores) un programa artístico-cultural en torno al cine, originando una difusión sobre la relación de Vicente Huidobro con el cine.*

El ciclo de cine no pudo realizarse como se había diseñado originalmente, por las condiciones adversas del clima durante la temporada invernal. De hecho, debía inaugurarse el día 20 de julio: fecha exacta en que se cumplen los 90 años desde que Vicente Huidobro ganó el premio de cine en New York por su guion *Cagliostro*.

La primera presentación de la película, de la película "Teresa, crucificada por amar", organizada en conjunto con el Club Intihuatana, de las Rocas de Santo Domingo, se realizó el 21 de junio bajo una fuerte tormenta, lo que disminuyó el número comprometido de asistentes. El programa contó con la presencia de Tatiana Gaviola, directora de la película, quién conversó con el público asistente.



El 09 de noviembre, en conjunto con la Agrupación Cultural de Las Cruces, se proyectó la película "Teresa, crucificada por amar", de la directora Tatiana Gaviola. Esta vez el conversatorio estuvo a cargo de Lucía Carvajal, investigadora y profesora universitaria, de cine, asesora y miembro por años del jurado del Festival de Cine de Valdivia. La presentación culminó con un animado dialogo entre los asistentes y Lucía Carvajal.



La tercera presentación de la película "Teresa, crucificada por amar" estaba programada para realizarse en Cartagena el 25 de noviembre, en el Día del Creacionismo. Sin embargo, debido a una equivocada apreciación de las condiciones del espacio escogido para exhibir la película, la Fundación debió reemplazar la película por la obra de teatro, "El espejo de agua", versión en estilo kabuki de la compañía de teatro Ingenio en Movimiento, de la obra de Vicente Huidobro, que se representó en el patio de la remodelada estación de trenes de Cartagena.



2. DESARROLLAR PROGRAMAS DE FORMACIÓN Y MEDIACIÓN CULTURAL.

- a. *Realizar el proyecto de transposición didáctica: "Conversatorio Vicente Huidobro. Encuentro transversal para el rescate y la valorización de testimonios y relatos populares entorno a la figura de Vicente Huidobro en Cartagena". Jornadas de conversación y talleres entre la comunidad de Cartagena y especialistas, académicos a fin de rescatar datos, experiencias y testimonios que contribuyan al conocimiento recíproco sobre el poeta. Dando continuidad al programa de Formación de Audiencias.*

El proyecto de conversatorio se inicia en el mes de julio, con una primera identificación con agentes claves, principalmente personas naturales, vecinos o familiares de Vicente Huidobro, acción tendiente a generar alianzas que permitan producir un rescate y la valorización de testimonios y relatos entorno a la figura de Huidobro en Cartagena. Por otro lado, las alianzas con el P.E.N. Club Chile van en esa misma dirección, sobre todo en la idea de descentralizar la realización de las actividades o sesiones programadas en el conversatorio.

En el marco de la actividad del Día del Creacionismo, el 25 de noviembre, la antigua estación de trenes de Cartagena cobró vida otra vez gracias a la palabra. Ese día se realizó un "Conversatorio", actividad diseñada, planificada y ejecutada en una alianza entre el MVH y el Departamento de Cultura de la Municipalidad de Cartagena. Con el apoyo de Juan Arellano, del DIDECO de la municipalidad, los asistentes disfrutaron de un video sobre Vicente Huidobro, de su autoría. Luego, con la introducción y conducción de Julia Betancourt, de la unidad de guías del MVH, se abrió una conversación interesante y valiosa con diversos actores culturales de la región como la directora del Liceo Poeta Vicente Huidobro, quien relató el proceso de bautizar el establecimiento con el nombre del poeta; de la gestora cultural de la actividad "Caleta de Libros", con el vecino José Quiroga, quien reproduce de puño y letra poemas y anécdotas de Vicente Huidobro, las que son multicopiadas y vendidas en su quiosco en la plaza de Cartagena, También fueron parte del evento vecinos, representantes de agrupaciones culturales y medioambientales.

En el Conversatorio participó también autoridades del municipio, encabezados por el alcalde Rodrigo García Tapia.

Los participantes, disfrutaron además de un espectáculo interactivo de cuentacuentos basado en las amables andanzas del vecino poeta y de una puesta en escena -en tono kabuki- del grupo Teatro de Ingenio en Movimiento, basada en el poema de Vicente Huidobro "El espejo de agua".



- b. Dar continuidad al programa de Pasantía/Práctica en el área educativa del Museo elevando una 2° convocatoria, a fin de colaborar con los procesos de inserción laboral, situar al Museo como centro de enseñanza/aprendizaje y formación abierta de la región.*

**PROGRAMA DE PASANTÍAS
"MUSEO VICENTE HUIDOBRO"
AÑO 2017**

El Museo Vicente Huidobro abrió una nueva convocatoria para realizar una pasantía o práctica profesional de dos meses en el área educativa de nuestras dependencias ubicadas en Cartagena. Los cupos eran limitados (sólo 8) y las inscripciones se cerraron el 15 de julio de 2018.

Objetivos:

Proporcionar al estudiante recursos teóricos y prácticos que le permitan conocer y comprender la cosmovisión de Vicente Huidobro.

Requisitos:

Dirigido a personas mayores de edad, que desarrollen un oficio o profesión, o que participen y/o tengan afinidad con el mundo de las letras y el arte.

Estudiantes de carreras relacionadas con el contenido del museo, tales como historia, filosofía, literatura, lenguaje, periodismo, turismo.

La modalidad de trabajo fue la siguiente:

Lunes de 10 a 13.30 horas.: jornada presencial en el museo con el grupo completo a cargo de la coordinadora, Julia Betancourt.

Cada pasante debe completar, además, durante cada semana una jornada de 4 horas de investigación y una jornada de 4 horas de internalización de aprendizajes al interior del museo.

Condiciones:

La pasantía no es remunerada. El pasante recibirá un aporte monetario final para gastos de movilización y alimentación por asistencia completa.

La asistencia a esta pasantía no compromete un futuro contrato laboral con el Museo.

Al término de la pasantía se entregará un certificado de asistencia.

El interesado deberá llenar un formulario de postulación con todos los datos requeridos, adjuntar una fotocopia de su carnet de identidad por ambos lados y su currículum.

PLAZOS Y ENVIOS DE LA POSTULACION:

Los interesados pueden enviar sus postulaciones por correo electrónico a administración@museovicentehuidobro.cl o guias@museovicentehuidobro.cl o traerlas personalmente al museo a más tardar el próximo 15 de julio de 2018.

Responsabilidades

Coordinador y ejecutor: Julia Betancourt Torrealba.

INFORME PASANTÍA 2017

Las pasantías año 2017 se realizaron con un completo éxito de participación y comprensión en concordancia con los parámetros establecidos dentro del proyecto POIC 2017.

Las jornadas de estudio, investigación y guías fueron realizadas de acuerdo con el cronograma de trabajo, incluyéndose una clase adicional a petición de los interesados, el día 27 de noviembre, lo que desplazó la jornada de cierre para el día 4 de diciembre.

Las jornadas de estudio comenzaron el día 16 de octubre y finalizaron el día 4 de diciembre, estas jornadas se impregnaron con todo lo que fue el legado de Vicente Huidobro, lo que conlleva sus antecedentes biográficos, literarios, su pensamiento político, su relación con el cine, su participación en guerras mundiales y sus principales obras, además, construimos una mirada crítica enfocándonos en su pensamiento rupturista, rebelde y apasionado que va impulsando claramente su ímpetu creador.

Los pasantes muy interesados en descubrir cada una de las facetas artísticas del poeta asisten responsablemente a cada una de las jornadas de estudios donde su participación y aportes son significativos, cada uno aporta desde su experiencia laboral y vivencial, ayudando a construir instancias de mucho aprendizaje.

Es importante destacar que cada una de las jornadas de estudio se desarrolló en un ambiente grato, lleno de interés, participación, retroalimentación y dinamismo, lo que permitió que el grupo se sintiera motivado de principio a fin, lo que es reflejado claramente en sus informes finales de pasantía, que abordan temáticas educativas, urbanas y sociales, que nos demuestran que la cosmovisión de Vicente Huidobro es atingente a nuestra época.

Fue muy enriquecedor contar con pasantes de diversas profesiones u oficios.



3. GENERAR Y/O AMPLIAR LA COBERTURA DE PROGRAMAS O LÍNEAS DE ACCIÓN QUE FAVOREZCAN EL ACCESO Y LA PARTICIPACIÓN CULTURAL DE LA CIUDADANÍA,

- a. *Crear, difundir y desarrollar el 1° Concurso de Nanometraje con la temática sobre los proyectos inconclusos de Vicente Huidobro. Convocatoria que implica indagar en la vida y obra de Vicente Huidobro para pensar y crear un desenlace de aquellos proyectos que enunció pero que no concretó.*

1° Concurso de Nanometrajes Vicente Huidobro / Proyectos Inconclusos

CONVOCATORIA ABIERTA DESDE EL 18 DE AGOSTO AL 24 DE SEPTIEMBRE 2017

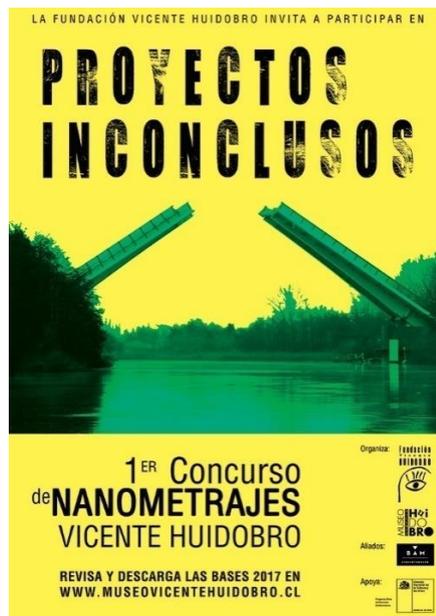
¡PARTICIPA!

La Fundación Vicente Huidobro estableció una alianza para el Primer Concurso de Nanometrajes Vicente Huidobro / Proyectos Inconclusos, con la 13ª Bienal de Artes Mediales (BAM). Además de la competencia creativa apoyada por la Bienal, la Fundación participó con tres vitrinas dedicadas a Vicente Huidobro y su obra “*Temblores de cielo*” en tres de las sedes donde se desarrolló esta importante actividad cultural.

El 5 de octubre, a las 19:30 horas y con la presencia del ministro presidente del Consejo Nacional de la Cultura y de las Artes (CNCA), Ernesto Ottone, se inauguró oficialmente la 13ª Bienal de Artes Mediales en el Museo Nacional de Bellas Artes, bajo el título “*Temblores*”.



Dentro del contexto de la 13ª Bienal, el sábado 7 de octubre se abrió la muestra “*Metáforas tectónicas*” en la sede del Centro Nacional de Arte Contemporáneo Cerrillos. Allí, en la Biblioteca, estuvo una de las vitrinas en el “*Temblores de cielo*” del poeta.



Al mediodía del 8 de octubre, en la Oficina Nacional de Emergencia (Onemi) se inauguró la sección correspondiente de la 13° Bienal de Artes Mediales. En la oportunidad, además de develar la vitrina “Temblor del cielo” de Vicente Huidobro, el escritor Jorge Baradit leyó un fragmento de dicha obra.

El 17 de octubre se realizó la primera sesión del jurado de dicho certamen, integrado por Richard Maldonado, Javier Sanfeliú, Vicente García Huidobro Opazo, Manuela Salcedo y Stephany Bailey, y los resultados de su evaluación fueron publicados a la semana siguiente.

Los ganadores del concurso fueron:

- 1° Lugar - "Agonía", de Macarena Contreras (Valparaíso, Chile)
- 2° Lugar - "Los Espejos Sonámbulos", de María Paz Basso (Valdivia, Chile)
- 3° Lugar - "Le lumière artificielle", de Cristián Arregui (Puerto Aysén, Chile)
- 4° Lugar - "Vicente Huidobro poeta visual", de María Fernando Giraudo (Arroyito, Argentina)
- 5° Lugar - "Decaulion igne levatus vale", de Leonardo Contreras (Santiago, Chile)

La premiación oficial del 1° Concurso de Nanometrajes Vicente Huidobro / Proyectos Inconclusos se realizó el 5 de noviembre en el Salón Blanco del Museo Nacional de Bellas Artes (Santiago, Chile), a las 16:00 horas, en el marco del cierre de la 13° Bienal de Artes Mediales “Temblor”.

2. OTRAS ACTIVIDADES NACIONALES

2.1. ATENCIÓN INVESTIGADORES

De enero a diciembre atendimos a 12 investigadores en el Archivo y Centro de Documentación de la Fundación, así como en el Museo Vicente Huidobro. Estas asesorías han tenido como resultado complementar otras actividades culturales y de mediación, de estas destacan:

- Asesoría a Ramón Castillo, en enero para muestra "Revolución de las formas",
- Asesoría en línea y presencial a Cristina Rossi, quién participa en las charlas asociadas a la muestra.
- Asesoría a tesista quien tras sus labores de investigación en otros archivos hemos estrechado una labor colaborativa que nos permitió completar la biocronología de Vicente Huidobro,
- Asesoría a Victoria Cirlot quien inicio una nueva investigación sobre Teresa Wilms Montt tras su paso por Chile ("Amor, locura, creación y construcción. Los casos de Teresa Wilms Montt y Léona Delcourt (Nadja)").
- Entre los meses de septiembre a noviembre, asesoría a Andrea Abarca, mexicana, estudiante de la maestría en Estudios Latinoamericanos de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), en el campo de Literatura y Crítica Literaria en América Latina, en su proyecto de tesis de postgrado "El Génesis de la palabra: La influencia de la cábala en la propuesta creacionista de Vicente Huidobro".
- Asesoría a Pablo Aguilera, en su estudio sobre textos periodísticos sobre Vicente Huidobro en Chile y Uruguay.
- Asesoría a Eduardo Padilla, músico y compositor quien trabajaba en una musicalización de Halalí, de Vicente Huidobro.

2.2. La Fundación, en trabajo colaborativo con el Museo de Arte Contemporáneo (MAC) y curadores que presentaron muestras en relación con las vanguardias facilitó importantes piezas del Archivo Vicente Huidobro para su exhibición. Dichas exposiciones fueron las siguientes:

ENERO: Le Corbusier y el sur de América, curatoría Maximiano Atria, que se exhibió hasta el 22 de enero, en el MAC Parque Forestal.

ENERO: Detalle revista L'Esprit Nouveau, documento de colección Fundación Vicente Huidobro. Foto: Jacqueline Pino/MAC.

ENERO: Se apoyó la exhibición de la carpeta Salle XIV, serie con los 12 poemas pintados de Vicente Huidobro, en la muestra inaugural Una Imagen llamada Palabra, del nuevo Centro Nacional de Arte Contemporáneo Cerrillos, en exhibición hasta el 30 de enero.

MARZO: *La Revolución de las Formas. 60 años de arte abstracto* El 22 de marzo se inauguró la muestra *La Revolución de las Formas. 60 años de arte abstracto*, en el Centro Cultural Palacio de la Moneda. La exposición es un recorrido desde Vicente Huidobro a Matilde Pérez donde se rescata la evolución de los movimientos artísticos abstractos y a los artistas que exploraron el arte geométrico, concreto, constructivo y cinético. La Fundación Vicente Huidobro apoya esta inédita muestra que reúne a 42 artistas nacionales y 214 obras. La exposición estará abierta desde el 23 de marzo al 28 de mayo y fue curada por el historiador del Arte, Ramón Castillo.

2.3. MARZO: "Altazor o la caída al cielo". El 21 de marzo se estrenó la obra teatral inspirada en Vicente Huidobro "Altazor o la caída al cielo" que se exhibirá en el Teatro del Puente en Santiago.

2.4. ABRIL: "El vuelo de Vicente: Una historia sobre Vicente Huidobro". El Centro Cultural de España Santiago junto con el P.E.N. organizó el ciclo Cine y Literatura de los *Lunes de Cine*. El día 24 de abril se exhibirá la película biográfica "El vuelo de Vicente: Una historia sobre Vicente Huidobro" (2009) de Marcelo Ferrari. En la conferencia del día contó con la presencia del presidente de la Fundación Vicente Huidobro.



Un artista descomedido y vanguardista, a la vez que un hombre insensato y original. Inicialmente la producción relata cuando el joven Vicente rompe con todo: con su aristocrática familia; con la poética tradicional (tilda a poetas de escribanos con olor a naftalina); rompe con la sociedad y la cordura: casado y padre de varios hijos, rapta a Teresa Wilms Montt para pasar unos días con ella en Buenos Aires. Luego viaja a París y se vincula con la vanguardia: Juan Gris y Pablo Picasso, son algunos de sus amigos. Odia la "poética realista" y propugna la "poética creadora de realidades". Se transforma en héroe para algunos, en un detestable para otros. En su mejor momento poético (publicación de "Altazor"), desciende en su vida emocional. Lo abandona su segunda mujer; muere su madre y confidente; "huye" a Europa como corresponsal en la Segunda Guerra Mundial. Se contacta con el horror de la muerte, su poesía cambia, su visión aún genial, se hace más terrena.

2.5. MAYO 29: DIA DEL PATRIMONIO:

El Museo Vicente Huidobro una vez más abrió sus puertas para participar en el Día del Patrimonio. Durante la jornada el Museo Vicente Huidobro fue visitado por 180 personas, provenientes del litoral como vecinos y visitantes extranjeros.



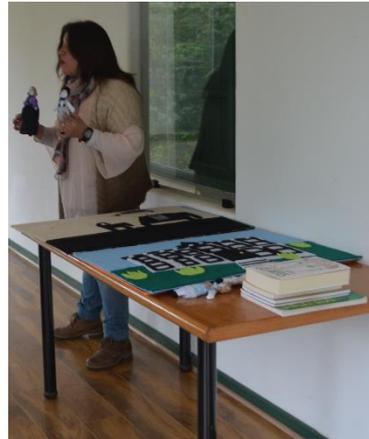
2.6. AGOSTO: CUENTA CUENTOS. Durante agosto Mavy Ramírez y Julia Betancourt, ambas del Museo Vicente Huidobro, desarrollaron un cuentacuentos para niños con aspectos de la vida de Huidobro. Las imágenes están confeccionadas en fieltro sobre un cartón piedra.



Julia Betancourt con algunas obras.

2.7. SETIEMBRE: 1 de setiembre visita de Jardín Caracolitos de la Población Arellano de Cartagena, ocasión en que fue estrenado el cuentacuentos con gran éxito, por lo que será incorporado a la oferta del Museo durante el 2018.





2.8. DICIEMBRE: Exposición arpilleras de La Liga en el Museo Vicente Huidobro. Un homenaje a los 100 años de Violeta Parra.

Artesanas Arpilleras La Liga
 Pamela Salazar, Cecilia Rivera,
 Lucy del Carmen Vivero Díaz, Bernarda Cabrera Toro,
 Mercedes Salazar, Tereza Rojas Pizar,
 Vilma Milena Zamora Utrilla, Juana Flores,
 Ximena Fernández Viqueza, Arriola Rosa Prochaska Figueroa,
 Carmen María Escobar, Karina Cataldo Arce,
 Claudia Cornejo, Lina Aguado Pizar,
 Gabriela Astudillo Lillo, Maíra Peña

Arpilleras
 Carmen María Escobar

El colectivo Arpilleras de La Liga, como todo otro colectivo artístico de trabajo del Museo de la Memoria, gestión del Director del Museo de La Liga, Víctor Aguado (C.T.), de apoyo Institucional de Ricardo Sánchez V., asistido de la J. Municipalidad de La Liga. Ha producido en este año un gran número de trabajos. Con un carácter creativo y artístico, encaminados por las obras de otros grandes artistas basados en temas de carácter de equidad y justicia social, de temas de la vida cotidiana, de recuerdos y actualidad de momentos y momentos, de momentos como: colectivos, no discriminatorios, de momentos que muestran los países, el ambiente y el mundo para vivir.

Caracteres de momentos y temas anteriormente antes desde este año a lo largo de su vida, a lo largo de su vida, a lo largo de su vida, a lo largo de su vida.

Cada una de nosotras se ha transformado en una creadora consciente desde su participación y creatividad en forma en este trabajo con la arpillera.

La arpillera es a la memoria.

Colectivo Arpilleras de La Liga

MUSEO VICENTE HUIDOBRO

Taller de Arpilleras

Motivadas por la visita itinerante de las Arpilleras del Museo de La Memoria y Cartago de Violeta Parra a fines del año 2016 surge la inquietud por organizar el taller del Museo de La Liga y las artesanas locales que quieren expresar sus recuerdos utilizando técnicas de hil, lana y aguja.

Museo La Liga, Pedro Polanco 886,
 Fono: 02 221 7724
 Correo: museolaiga@gmail.com
 www.museolaiga.cl

EL LÍDER
 MIÉRCOLES 6 DE DICIEMBRE 2017 11

BREVES

Taller de Arpilleras de La Liga expone en Museo Vicente Huidobro

En dependencias del Museo Vicente Huidobro de Cartagena permanece abierta la exposición del Taller de Arpilleras de La Liga cuyos trabajos están basados en dos temas: los 100 años de Violeta Parra y los oficios antiguos. La entrada al recinto cultural es gratuita, de martes a domingo de 10 a 17.30 hrs, hasta el día sábado 30 de diciembre próximo.



3. ACTIVIDADES INTERNACIONALES

3.1 Obras de Vicente Huidobro en exposición "Juan Gris, María Blanchard y los cubismos (1916-1927)" en museo Carmen Thyssen de Málaga, España, 6 de octubre 2017/25 de febrero 2018.

Hasta el 25 de febrero de 2018 será exhibida parte de la obra del poeta chileno Vicente Huidobro en el museo Carmen Thyssen de Málaga, España. La muestra lleva por título "Juan Gris, María Blanchard y los cubismos (1916-1927)", y fue inaugurada el 30 de octubre en Málaga, España.



3.2 Editorial Planeta Colombiana S.A.

"CIEN AÑOS DE POESÍA HISPANOAMERICANA (ANTOLOGÍA)", Bogotá, 06 de noviembre de 2017, con los poemas "ARTE POÉTICA" Y "MONUMENTO AL MAR", de Vicente Huidobro.

3.3 Obras de Vicente Huidobro en la exposición "Colección Telefónica. Cubismo(s) y experiencias de la modernidad" en el Museo Reina Sofía de Madrid, España

La Exposición se celebrará en el marco de la Presentación de la Colección del MNCARS, Madrid, desde el 21 de noviembre de 2017, con fecha no definida aún.

Colección Telefónica Cubismo(s) y experiencias de la modernidad

Juan Gris, *Le guitariste sur la table* [Le guitarista sobre la mesa], 1913

MUSEO NACIONAL
CENTRO DE ARTES
REINA SOFÍA

Telefónica
FUNDACIÓN

la confluencia de algunos de los creadores plásticos citados con escritores como Pierre Reverdy y Paul Dermée. Y fue en estos años cuando Vicente Huidobro decantó la poética creacionista, cuya influencia en Juan Gris fue notoria. En los años del segundo cubismo se asistirá al desarrollo de la poesía visual y del caligrama.

En torno a 1917, la confluencia de los implicados en un similar planteamiento plástico fue especialmente significativa. Este acmé del «segundo cubismo» estuvo basado en un desiderátum: la obra cubista debía ser elaborada y valorada mediante sus puros elementos plásticos y desde la estructuración constructiva del cuadro, pero, al mismo tiempo, no debía renunciar al anclaje figurativo en lo desarrollado sobre el lienzo o en el volumen escultórico. La idea de la «forma pura» de Stéphane Mallarmé latía tras esta propuesta, y la obra de Juan Gris y la de Lipchitz llegaron a condensar el paradigma de las nuevas aspiraciones cubistas.

Del cubismo constructivo a las «rimas plásticas», 1918-1923

Desde principios de 1919 – aunque algo antes en algunos autores – el poder de atracción del «retorno al orden», del nuevo clasicismo y de ciertas posiciones figurativas actualizadas, fomentó un cambio de posición en varios creadores cubistas. Esta fue la temprana fuga de Diego Rivera y acabaría siendo la circunstancia de Jean Metzinger o María Blanchard.

Pero, a pesar de estas disidencias, el cubismo continuó. La facetación en planos concurrentes propia del segundo cubismo se convirtió en un elemento común de la escultura cubista y la evolución de la obra de Lipchitz y Laurens fue prueba de ello. Desde

Vicente Huidobro, *Kaleidoscope* [Caléidoscopio], 1921George Valmier, *Paysage* [Landscape], 1920

otro registro, autores como Gleizes y Valmier propiciaron aún más el encuentro entre cubismo y abstracción, promoviendo la sensación de dinamismo y la estructura compleja de las superficies, e intentando deducir las «leyes» que rigen de manera natural la articulación de elementos formales y cromáticos.

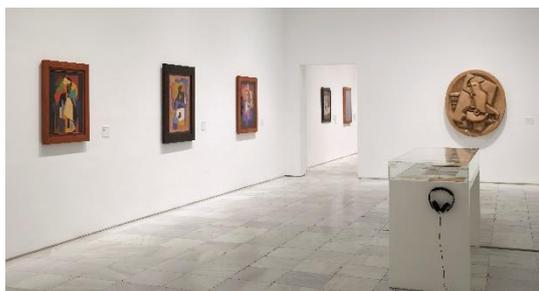
Fue precisamente en este momento cuando la noción de estructura se hizo aún más poderosa en la obra de Gris, entendiendo el pintor la elaboración del cuadro como «arquitectura sensible» de formas acompañadas. En 1920, en la obra de Gris, estas formas interrelacionadas en su fisonomía solucionaban un difícil problema cubista: respetar la superficie plana del cuadro y mantener, al mismo tiempo, sin deformarlos, la identidad visual de los objetos aludidos.

El gran cambio – cambio «revolucionario» en el cubismo – se produjo cuando Gris sustituyó el dibujo ortogonal por el curvilíneo. Creó entonces ideogramas en los que el contorno enlazaba objetos sobre el lienzo en una sucesión de arabescos sugerentes y musicales. La crítica del momento llamó a este recurso «rimas plásticas». Y Gris las utilizó en bodegones ante ventanas que evocaban la relación entre arte y naturaleza, y que aludían sugerentemente a la sinestesia de los cinco sentidos. En algunas de estas composiciones Gris sobrepasó la lógica de la representación y, significativamente, anticipó soluciones surrealistas que pueden encontrarse en René Magritte y en Salvador Dalí. Mientras que, por otro lado, es significativo que, coincidiendo con el desarrollo de las «rimas plásticas» de Gris, Vicente Huidobro elabora y presenta sus «poemas pintados»

como manifestación original, brillante y de la correspondencia de las artes en los escenarios creativos cubistas.

Diseminaciones y derivas de la experiencia cubista, 1919-1931

Juan Gris presentó sus «rimas plásticas» en la galería Simon en 1923. En esta fecha dadaísmo daba sus últimas manifestaciones y se preparaba la aparición del surrealismo. El arte abstracto pleno o anicónico ya había establecido su primer recorrido en para al segundo cubismo, y la propia experiencia cubista parecía destinada a consumir propia capacidad de supervivencia. Aun el cubismo tuvo dos modos de continua. Uno de ellos fue la capacidad de convertirse en koiné de lo moderno para una nueva



3.4 INAUGURACIÓN RUTA VICENTE HUIDOBRO EN PARIS, 5 de diciembre de 2017

*Chers amis de l'Ambassade du Chili en France, nous avons le plaisir de vous inviter le **mardi 5 décembre** au **lancement de la Ruta Vicente Huidobro**.*

Ce projet a été conçu conjointement entre [l'Ambassade du Chili en France](#) et [l'Institut Cervantes de Paris](#).

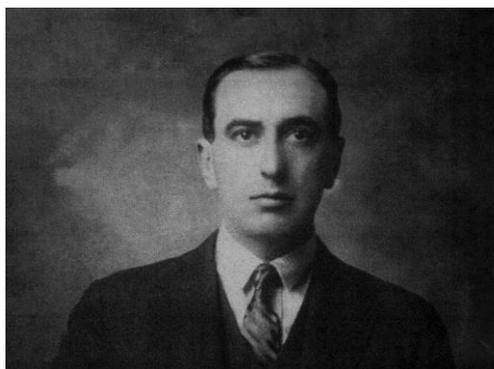


A l'occasion du centenaire de la publication d'Horizon carré et de la cérémonie d'apposition d'une plaque commémorative dans la résidence parisienne de [Vicente Huidobro](#), [l'Ambassade du Chili en France](#) et [l'Institut Cervantes](#) ont le plaisir de vous inviter au

lancement de la [Ruta Cervantes](#) dédiée au Paris de Vicente Huidobro et à la rencontre autour d'Horizon carré avec la participation de Juan Manuel Bonet, directeur de l'Institut Cervantes de Paris, de Monsieur Serge Fauchaereau et de Felipe Tupper.

A 19 heures, à l'auditorium de l'Institut, au 7 rue Quentin Bauchart 75008, Paris.

3.5. REVISTA CÍRCULO DE POESÍA (MÉXICO), diciembre 11: Vicente Huidobro: cien años de Horizon Carré



Presentamos, en selección de Mario Meléndez, una muestra del poeta Vicente Huidobro (Chile, 1893 – 1948), correspondiente a *Horizon Carré*. Huidobro es padre del Creacionismo y uno de los autores más relevantes de la poesía latinoamericana del siglo XX. Muy temprano viajó a París donde entró en contacto con las vanguardias. Entabló amistad con artistas de la talla de Pablo Picasso, Juan Gris, Pierre Reverdy, entre otros. De sus libros destacan: *Adán* (1916), *El espejo de agua* (1916), *Horizonte cuadrado* (1917), *Poemas árticos* (1918), *Mío Cid Campeador* (1929), *Temblor de cielo* (1931), *Altazor* (1931), *Ver y palpar* (1941), *El ciudadano del olvido* (1941) y *Últimos poemas* (1948). Su poesía ha ejercido una especial atracción entre públicos jóvenes de toda Hispanoamérica y ha sido permanentemente objeto de estudio.

3.6. REVISTA LA RAÍZ INVERTIDA (COLOMBIA), Selección de Poemas árticos. 20 de diciembre de 2017.



Mario Meléndez nos trae una pequeña selección de poemas de Vicente Huidobro (Santiago, 1893 - Cartagena, Chile, 1948). Pertenecen a *Poemas árticos* (1918), libro fundamental e iniciático para la vanguardia de la poesía hispanoamericana.

3.7. REVISTA EXCÉNTRICA (ARGENTINA) Selección de Temblor de cielo. 26 de diciembre de 2017.



Compartimos algunos fragmentos de *Temblo de cielo*, ese gran libro que Vicente Huidobro escribió en 1931, con palabras preliminares del poeta Oscar Hahn.

Acerca de *Temblo de cielo*

Por Oscar Hahn

En *Temblo de cielo* hay dos personajes: el amante, que es el sujeto lírico del texto, y la amada, que lleva el nombre de Isolda, como la protagonista de la ópera de Wagner. Sin embargo, no veo una presencia significativa de *Tristán e Isolda* en el texto de Huidobro. Hay dos o tres referencias como al desgaire, pero eso es todo. Además, la Isolda del poeta no tiene nada que ver con el personaje femenino de la ópera. Lo que me parece comprensible, porque no creo que el propósito de Huidobro fuera replicar la Isolda wagneriana. Es indudable que su motivación fue un hecho muy concreto: la conducta infiel de Tristán y de Isolda. Se sabía además que el compositor alemán se había inspirado en el adulterio que él mismo vivió con Matilde Wesendonck. Cuando Huidobro asistió a la representación de la ópera en París en 1928, estaba acompañado por su joven esposa Ximena Amunátegui, que había sido su amante cuando Huidobro aún estaba casado con Manuela Portales Bello. El poeta tiene que haberse sentido identificado con el conflicto y con los personajes. No obstante, nunca va al fondo del pathos wagneriano. Dice Wagner en su libro *Mi vida*: “El estado de ánimo en el que me había sumido la lectura de Schopenhauer fue la causa de que ambicionara una expresión estética para manifestar mis sentimientos. Así concebí mi poema *Tristán e Isolda*”. En el de Huidobro no hay huella alguna ni de Schopenhauer ni de esa expresión estética. Ciertamente, la “anécdota” de la ópera fue un punto de partida, pero es claro que después tomó un camino propio.

CONSIDERACIONES FINALES

Como se puede apreciar en la Memoria 2017, éste fue un año de numerosas actividades para la Fundación Vicente Huidobro, tanto en el país como en el extranjero, y también para el Museo Vicente Huidobro. Por tercer año consecutivo, la Fundación Vicente Huidobro fue seleccionada en la convocatoria 2017 del Programa Otras Instituciones Colaboradoras del Consejo Nacional de la Cultura, hoy Ministerio de la Cultura, las Artes y el Patrimonio; un valioso Programa que tiene como objetivo general fortalecer y dar continuidad a aquellas instituciones y organizaciones culturales chilenas, de derecho privado y sin fines de lucro que, con un mínimo de cinco (5) años de trayectoria, que hayan demostrado ser un aporte para el sector cultural en el cual operan, así como para la región y la comunidad en la que se insertan. En nuestro caso, habría que agregar para el país, y el mundo.

Para el 2018, tenemos un activo programa editorial en el país y en el extranjero. También, una activa participación en Ferias del libro, y en festivales de poesía.