

“Chile Hoy” y las otras convenciones paisajísticas: una explicación para la muestra de Guillermo Muñoz Vera en la estación La Moneda del Metro de Santiago

*por Rodrigo Booth**

1.

En septiembre de 2005 fue inaugurada en la estación La Moneda¹ del Metro de Santiago la exposición de arte permanente titulada “Chile Hoy”. La muestra está compuesta por catorce obras de gran formato realizadas por el pintor realista Guillermo Muñoz Vera, quien tuvo el propósito de presentar a los usuarios del Metro un compendio gráfico del paisaje chileno.

La muestra “Chile Hoy” fue organizada “geográficamente”. Las pinturas fueron ordenadas en una secuencia norte-sur atendiendo el sentido oriente-poniente de los andenes de la estación. Se inició con panoramas del norte desértico, localizados en sitios fácilmente reconocibles como Pisagua (específicamente su cementerio), el Valle de la Luna, la Portada de Antofagasta y un observatorio astronómico circundado de geoglifos. Más adelante, el paisaje chileno está pivotado en dos pinturas que representan la tradicional dicotomía rural-urbano. La primera realidad está contenida en el valle del Elqui en el “norte chico” y la segunda se representa en el bullente y exitoso Santiago del último cambio de siglo, el que quedó sintetizado en el barrio financiero de El Golf. Los dos murales principales de la muestra se ubican en medio de la estación y en ambos andenes: una escena de la cordillera de los Andes y otra del océano Pacífico se enfrentan para presentar simbólicamente los límites este y oeste del país. Hacia el sur los panoramas de la estación se enverdecen. El camino a las termas de Chillán contiene, al menos levemente, un retazo de la geografía humana chilena: una mediagua con una bandera al tope de un palo. El compendio continúa con araucarias, lagos y volcanes y más allá, los

ineludibles *palafitos* chilotes². El extremo sur está contenido en los hielos azulosos del glaciar Grey y en la pampa patagónica junto al estrecho de Magallanes. En resumen, y en oposición a lo que cándidamente sostiene la información oficial proporcionada por el Metro, las pinturas de Guillermo Muñoz Vera reconocen el paisaje de Chile en aquellas imágenes “típicas” que seducen tanto al turista como al escolar que estudia geografía.

La exposición de Muñoz Vera fue instalada estratégicamente en la estación del metro La Moneda. Ha sido emplazada en el centro simbólico del poder político chileno, muy cerca además del nuevo Centro Cultural Palacio de La Moneda, que promete posicionarse como núcleo del arte nacional. Muñoz Vera ha reconocido que por esta estación “pasa todo Chile”³, lo que según las estadísticas de Metro se traduce en una afluencia de casi treinta mil viajes diarios (Metro de Santiago, 2005), que no consideran los cientos de miles de pasajeros que pasan por allí dentro de un vagón del ferrocarril subterráneo. Esto garantiza el alto impacto público de la obra. Posiblemente sea esta situación lo que ha causado las más enconadas críticas al trabajo del pintor.

Las exposiciones que Guillermo Muñoz Vera ha instalado en Chile durante los últimos años han causado polémicas recordadas. En 2003, cuando a treinta años del golpe de Estado se homenajeó al Presidente Salvador Allende con la instalación de cuadros de este pintor en La Moneda —uno donde aparecía el fallecido mandatario saludando con un pañuelo desde un balcón del palacio presidencial, y otro donde se observaba el mismo balcón destruido luego del bombardeo del 11 de Septiembre—, algunos críticos cuestionaron el valor de sus obras. En primer lugar se discutía el hecho de que sus pinturas hiperrealistas hubieran sido realizadas en base a las fotografías que Luis Poirot tomó a comienzos de los setenta, modificando su soporte, tamaño, color y función original. Por

* Historiador y Candidato a Doctor en Arquitectura y Estudios Urbanos, P. Universidad Católica de Chile. Profesor Instructor Escuela de Arquitectura UC. Becario del Programa MECE Educación Superior. E-mail: rbooth@uc.cl

¹ “La Moneda” es la casa de Gobierno chilena (N. del E.).

² Se les llama “palafitos” a las viviendas construidas en pilares o estacas que se entierran en el fondo marino.

³ “Y no hay belleza como esta belleza...”, *El Sur*, lunes 14 de noviembre de 2005.

otro lado, y en una clave que también se dedicaba a las relaciones entre el arte y el poder político, algunos críticos consignaron el valor que las autoridades de gobierno otorgaron al realismo ingenuo del pintor (Mellado, 2003a). Se trataba, según el crítico Mellado, de una "pintura de modelo decimonónico, relamido", un pastiche "menor" de un Valenzuela Puelma de comienzos del siglo XXI (Mellado, 2003b). "Chile Hoy" ha despertado comentarios similares, que no sólo se refieren a la estética "cuestionable" del realismo paisajístico, sino que además indagan en el modo de adjudicación empleado por el Metro. A la apreciación sobre la ingenuidad de los paisajes de Muñoz Vera entonces, se ha sumado el cuestionamiento a una aparente preferencia por la obra del pintor en las altas esferas del gobierno, que habría originado que a alguien "que nunca ha hecho paisajes" se le premie con el hecho inédito de liberar completamente de publicidad una estación del Metro santiaguino para instalar sus murales, construyéndose una verdadera "catedral" a su obra⁴.

Los debates referidos a la estética y a los vínculos entre el arte y el poder que pueden emanar de un rápido vistazo a una muestra de arte público como "Chile Hoy" son plenamente atendibles. Con todo, la crítica de arte no ha considerado cuestiones que relacionan el convencionalismo ilustrativo de los murales de Muñoz Vera en el Metro con una larga tradición de representaciones, comúnmente realistas, del paisaje nacional, que el Estado chileno se ha esforzado por uniformar durante el último siglo. Si se indaga en dicho marco histórico, se comprenderá que en este caso el valor que el objeto de comunicación visual manifiesta está mucho más cerca de una acción de publicidad turística o educación geográfica, que de una exposición de arte. Los murales de "Chile Hoy" constituyen sólo la formalización y la depuración de una secuencia de representaciones "menores" del paisaje nacional en que se ha presentado una imagen canonizada del país, que adhiere al

interés tácito del Estado de persuadir a los habitantes de la ciudad para que valoren las virtudes de su entorno paisajístico.

2.

Metro arte, institución encargada de la muestra, ha afirmado ingenuamente que el trabajo de Muñoz Vera en "Chile Hoy" está compuesto por "imágenes originales lejos de los tópicos turísticos" (<http://www.metroantiago.cl/metroarte.html>). Este cándido análisis puede ser discutido fácilmente considerando el método de trabajo escogido por el pintor y el propósito de la exposición. Para confeccionar la selección de "Chile Hoy", el pintor realizó siete viajes por el país fotografiando lo más "representativo" del territorio nacional. Esas imágenes servirían como base para sus pinturas⁵. Por otro lado, el encargo efectuado por las empresas que financiaron el proyecto consideraba la instalación de una exposición capaz de compendiar una idea comúnmente aceptada de lo que significaba el paisaje chileno. Para ello se requería entonces de imágenes realistas y de la existencia de un repertorio de vistas del paisaje socialmente aceptado.

En este punto es útil preguntarse cuál es la diferencia de fondo entre la fotografía publicitaria del paisaje proveniente de la promoción turística y la pretendida pureza de la pintura de paisajes, sobre todo si se pondera el hecho de que la disponibilidad de la gigantografía fotográfica habría conseguido resultados similares a los cuadros de gran formato de "Chile Hoy". Pareciera que en la actualidad todavía la representación pictórica fuera la única técnica capaz de contener lo sublime del paisaje, o al menos eso es lo que piensan quienes montaron la exposición. Una rápida mirada a la historia del paisaje y de las representaciones que el turismo chileno ha hecho del territorio puede poner en duda esta aseveración.

No sabemos cuánto pudo demorar, ni cuán difícil pudo ser la selección que Muñoz

⁴ "Arte contemporáneo en el espacio público". Entrevista realizada a Hernán Garfías, *Faad Magazine Online*, 78 (16 de diciembre de 2005). Disponible en www.faad.cl/magazine.php#CONTE

⁵ Los óleos y estudios para los murales de la estación La Moneda fueron presentados en la exposición "Cuaderno de Viaje", montada a fines de 2005 en la sala de arte de Fundación Telefónica.

Vera realizó para escoger lo más representativo del paisaje chileno. Lo importante en este caso es la observación de que el repertorio escogido efectivamente incluyó un listado de imágenes aceptadas como propias por el común de los chilenos. Y ello es justamente lo que hace del paisaje un concepto que relaciona un género pictórico con una tácita convención en el ámbito de la cultura visual. Según palabras de Silvestri (2004), el paisaje significa tanto un fragmento del territorio como la forma en que ese territorio es representado. Por ello, el paisaje "no puede desligarse de la apreciación perceptiva, eminentemente visual; la [imagen o representación, por su parte] no existe en ausencia de un referente real, y de un trabajo simbólico realizado socialmente" (Silvestri, 2004: 40).

El historiador del arte Ernst Gombrich (1984) traza el nacimiento del género paisajístico en la teoría del arte renacentista. A partir del siglo XVI, la demanda que los coleccionistas venecianos hicieron sobre los especialistas en paisajes provenientes de Amberes, desembocó en la institucionalización del género paisajístico. En su visión de la génesis del paisajismo, Gombrich destaca la importancia que la teoría del arte alcanzó en su creación, ya que fue en este ámbito donde se desarrolló, incluso antes que en el de la práctica pictórica. En los siglos siguientes el paisajismo se ha mantenido en esta situación fronteriza.

Durante los siglos XIX y XX el género pictórico del paisajismo se ha trasmutado para servir a diferentes objetivos. Quizá los más reconocidos han sido el consumo turístico y la educación geográfica, incluyendo cuestiones aparentemente tan alejadas como la publicidad de productos. La factibilidad técnica de la reproducción mecánica ha permitido, durante el último siglo, extender el impacto de las escenas paisajísticas hacia gran parte de la población, garantizándose una provisión normalizada de imágenes del territorio de una nación. Ello ha permitido la construcción social de una idea visual del territorio, que podría denominarse como el paisaje típico o canónico de un país. Dicho de otro modo, el paisaje típico está compuesto por un repertorio de escenas que condensan las virtudes escénicas de un

territorio. En esta labor participan diferentes actores, pero es quizá el Estado el principal interesado en conseguir los beneficios que conlleva la constitución del paisaje típico, puesto que con su establecimiento se da un paso importante en la unificación simbólica de la diversidad sostenida en la realidad.

El poder de las imágenes canónicas del paisaje se manifiesta claramente en el ámbito geopolítico. Hacia comienzos del siglo XX, cuando los límites de los Estados todavía no eran completamente claros en Sudamérica, las mediciones geodésicas eran inexactas e incluso todavía no se exploraban amplias zonas de los nuevos territorios nacionales, los mecanismos simbólicos de conocimiento permitieron que los ciudadanos tuvieran una visión bastante clara acerca de lo que significaban sus países (para el caso argentino ver Silvestri, 1999). En esa labor participaba la educación escolar, la literatura épico-patriótica, la historiografía y –por supuesto– la circulación de imágenes en los más diversos soportes, como pinturas de paisajes, fotografías, cartones postales, ilustraciones de revistas, etc.

En Chile, durante el siglo XX el consumo masivo de la imagen del país generó una resignificación del paisaje canónico nacional, cuyas representaciones decimonónicas se habían concentrado en la zona del valle central y en aquellos lugares cubiertos por el servicio ferroviario (Sagredo, 1998). Desde la década de 1920 la imagen típica de Chile ha ido extendiéndose a lo largo del territorio nacional, hasta abarcar el extremo norte desértico y el sur austral, además de sitios nunca antes observados, como el territorio insular (archipiélago de Juan Fernández y la Isla de Pascua) o los glaciares de la Patagonia.

Especialmente importante para la construcción social de una idea visual del territorio ha sido el desarrollo de la fotografía y de las ilustraciones provenientes del diseño gráfico. Estos han sido los principales instrumentos utilizados para difundir una imagen estereotipada del espacio. Del mismo modo como sucedía con las representaciones pictóricas holandesas del siglo XVI, las imágenes canónicas de Chile también han sido diseñadas para ser consumidas por alguien que las demande. En este caso es evidente que el principal consumidor de

imágenes del paisaje es el turista, una persona que mayoritariamente proviene de la ciudad y que viaja temporal y voluntariamente solamente para satisfacer sus ansias de placer y ocio.

No es necesario explicar detalladamente la historia del turismo para entender que esta actividad ha incidido en el conocimiento que los chilenos tienen del territorio. Considerando que el turismo también tuvo un fuerte impacto en la cultura visual chilena, es útil destacar que la propaganda o publicidad turística ha afectado profundamente la construcción social de la imagen típica del país.

La práctica del turismo implica necesariamente la realización de un viaje de placer. Con todo, esta práctica también está permeada por el consumo de las imágenes del territorio. Es mediante el conocimiento visual que el viajero toma su decisión de partir. Para incidir en la decisión del potencial turista, el remedo nacional del eslogan norteamericano "See America First", que desde los años treinta fue reconocido con el lema "Conozca Chile", fue promocionado en todas las ciudades del país por medio de afiches, ilustraciones y avisos pagados en las radios.

Los medios de transportes, representados por la Empresa de los Ferrocarriles del Estado, organizaron la propaganda turística estatal mediante la publicación de la *Guía del Veraneante* y la revista mensual *En viaje*. Además de exponer todas las posibilidades para los turistas nacionales que viajaron entre las décadas del treinta y el setenta, estas publicaciones presentaron el compendio visual del país mediante una acabada descripción gráfica de los principales puntos de atractivo para los santiaguinos. El interés por difundir las áreas cercanas al servicio de trenes, llevó a que la propaganda ferrocarrilera se dedicara a orientar la mirada de los turistas hacia la zona central y especialmente hacia el sur lacustre, donde la empresa de ferrocarriles también concentraba sus inversiones hoteleras. En el lado opuesto, es evidente la omisión de información referida a la zona desértica del norte, que debido a una menor provisión de vías férreas y de trenes para pasajeros que circularan en esa dirección, debió afrontar durante décadas la marginación de sus escenas del repertorio

de imágenes canónicas del paisaje chileno. Esta situación ha sido sólo recientemente subsanada gracias al desarrollo de las carreteras y al impacto del viaje en automóvil, elementos que permitieron una diversificación y extensión de las imágenes canónicas de Chile. A partir del desarrollo de las obras viales, que facilitaron el acceso del turista hacia zonas que el ferrocarril no cubría, como el extremo norte desde la década del cuarenta y la Patagonia a partir de los años setenta, la mirada sobre el territorio del país se amplió considerablemente. Nuevamente en este caso no es sólo la presencia física del turista en el sitio de atractivo lo que le permite tener una visión completa y definida del país: es el consumo de imágenes lo que ha consolidado la presencia de ciertas escenas en el repertorio de lo típico.

Como puede suponerse de la secuencia paisajístico-turística presentada, no es extraño que en el metro de Santiago se haya instalado un compendio gráfico que interpreta de un modo tan tradicional el paisaje nacional. En este caso, y por paradójico que parezca, es el usuario del Metro el que se comporta como consumidor del paisaje, un observador de la extensión del territorio y de la diversidad de los escenarios que el Estado chileno ha patrocinado con pocas modificaciones durante los últimos ochenta años. Por ello no debe llamar la atención si "Chile Hoy" no se diferencia en nada de las representaciones del Chile de ayer, ni tampoco de otras representaciones del paisaje construidas para el turista, las que pueden observarse en las similitudes que se manifiestan entre los murales de Muñoz Vera y las gigantografías de paisajes chilenos colgadas en el aeropuerto internacional de Santiago.

3.

"De Chile yo no conocía más que Santiago;
ahora siento que conozco mucho más"

Visitante anónimo de Mundomágico (Nov. 1983)

La presencia del paisaje típico de Chile en la cultura urbana santiaguina es poderosa. Un rápido vistazo por el Metro de la ciudad basta para darse cuenta que durante los meses de diciembre y enero son muchas las postales que se presentan en sus carros y andenes. En su interés por conseguir visitantes estivales,

algunas municipalidades de provincia han presentado sus sitios de atractivo en afiches promocionales al interior de los vagones del ferrocarril subterráneo. Constitución, por ejemplo, una pequeña ciudad balneario conocida principalmente por las particulares condiciones escénicas de sus playas, apareció en la publicidad del Metro de un modo muy similar al que se presentaba en las guías de turismo o en las fotografías particulares de fines de la década del cuarenta. Allí, la "roca de la catedral" y otras formaciones pétreas cercanas al mar se constituyen como las escenas principales que el turismo de la región del Maule quiere exponer en la capital.

Una empresa mayor ha montado en el Metro el Servicio Nacional de Turismo SERNATUR. Durante el verano 2005-2006 en los andenes de las estaciones era posible observar publicidad gráfica de gran tamaño, en la que se mostraba a turistas extranjeros disfrutando de algunos reconocidos escenarios locales. Los usuarios del Metro, considerados durante los meses previos al verano como potenciales turistas, eran el grupo objetivo de la campaña lanzada por la autoridad estatal. En este caso, se trataba de persuadir a los santiaguinos de los beneficios que significaba pasar las vacaciones dentro del país. Este ejemplo no se diferencia mucho de las campañas que ya en la década del veinte la sección de turismo del Ministerio de Fomento lanzó para promocionar la visita de los chilenos al sur. En esa ocasión, la expresión "Visite el sur de Chile" y las imponentes imágenes de los lagos y volcanes con que se ilustraba la publicidad, fueron el tema de los afiches montados dentro de los vagones de los tranvías que hacían su recorrido por Santiago. Como puede apreciarse, desde muy temprano la publicidad turística estatal utilizó el transporte público para promocionar el paisaje típico de Chile.

La campaña que SERNATUR realizó en el verano 2005-2006 (titulada "Estas vacaciones viva Chile"), utilizó un recurso publicitario emparentado con las representaciones fotográficas tradicionales. La entidad pública seleccionó el cartón postal para exhibir las virtudes que los extranjeros consideraban que Chile tenía para pasar las vacaciones. Los salares del norte, la isla de Pascua, Viña del Mar, las Siete Tazas y el río

Futaleufú son algunos ejemplos que se presentaban como el destino de turistas preferentemente procedentes del hemisferio norte, quienes habrían sacrificado largas horas de vuelo para pasar aquí sus vacaciones. El eslogan de "Viva Chile" se fortalecía con un argumento nacionalista también presente en la exposición de Muñoz Vera. Según se exponía en la publicidad de SERNATUR, en Chile "tenemos todo: playas, mar, cordillera, ríos, cielos, bosques, glaciares, campos, desiertos, nieve, termas, lluvia y sol". A primera vista es fácil observar que se trata de una síntesis similar a los elementos que componen la muestra "Chile Hoy".

La promoción turística es quizá la más obvia manera de exponer las relaciones entre el paisaje típico y la vida urbana; sin embargo, no es la única. Existe otro ejemplo santiaguino, esta vez indirectamente vinculado al Metro, en el que las representaciones del paisaje adquieren valor. Se trata del desaparecido parque de entretenimientos Mundomágico, inaugurado en septiembre de 1983 por los mismos propietarios de Fantasilandia, el más reconocido parque de diversiones santiaguino. Pero Mundomágico no era un parque de diversiones cualquiera: como pueden recordar miles de niños que vivieron su infancia en Santiago durante los años ochenta y noventa, el principal atractivo de Mundomágico era su "Chile en miniatura". Se trataba de un recorrido que atravesaba por un remedo de Chile a escala, compuesto por maquetas de los paisajes, ciudades y edificios más importantes del país. Según destacaba una revista oficial en 1983, este parque podía contribuir de manera "entretenida" a que los estudiantes comprendieran los diferentes elementos que componían la naturaleza chilena, al punto que tal como reconocía un visitante, pareciera que no fuera necesario salir de Santiago para tener una idea clara de las diferentes imágenes que contenían "lo más representativo y característico" de Chile⁶.

Una visita a Mundomágico no requería de esfuerzos de abstracción de parte de los niños. La mayor parte de los visitantes

⁶ "Chile en miniatura: una pequeña gran experiencia", en *Amiga*, 93: 15-18 (1983). Agradezco esta información a Claudia Giacomani.

consideraba que allí se exponía una copia fiel de la realidad. En efecto, en Mundomágico se presentó una versión realista de un Chile a escala donde se podía contemplar zonas geográficas definidas en los libros escolares. Entre éstas se destacaba el norte desértico y su producción minera con la réplica de Chuquicamata, los lagos y volcanes del sur, los centros de esquí de la zona central, la Antártica e incluso los espacios públicos y edificios más representativos de Santiago, como la plaza de Armas, la Moneda o la modernísima Torre Entel. En resumen, se trataba de otro ejemplo en que las representaciones canónicas del paisaje nacional se explicaban en clave realista, para que miles de niños contemplaran pequeños fragmentos del país sin la necesidad de salir de la ciudad⁷.

4.

El paisaje chileno ha sido generalmente representado en clave realista. La exposición de murales de Muñoz Vera debe leerse bajo una perspectiva que considere su valor como objeto visual simple, que no requiere de una interpretación sofisticada para los usuarios del Metro. En efecto, son extraños los ejemplos en que la estética del territorio se ha representado del modo abstracto —y a la vez masivo en su consumo— en que Nemesio Antúnez lo hizo al ilustrar el *best seller* de Benjamín Subercaseaux *Chile o una loca geografía*, en 1940. La mayor parte de los ilustradores del paisaje ha escogido el realismo justamente porque éste sirve de mejor modo a la publicidad, actividad con la que el género del paisaje ha estrechado sus lazos en las últimas décadas.

Es posible que "Chile Hoy" sea observado por la crítica de arte como ejemplo de un trasnochado realismo paisajístico. Como tal, es comprensible que la exposición permanente de Muñoz Vera haya sido cuestionada desde un punto de vista estético. Sin embargo, es necesario volver la mirada sobre ella para explicar qué factores han incidido en la constitución de los

estereotipos del paisaje chileno. Muñoz Vera ha sabido formalizar, en este compendio pictórico, un listado recurrente de miradas sobre el paisaje nacional en cuya formación el Estado chileno se ha comprometido abiertamente. Allí se delatan con elocuencia las decisiones que han modificado o resignificado el paisaje nacional, aquello que identifica a los miembros de una comunidad con el espacio en que viven. "Chile Hoy" cristaliza en el espacio público algo que se ha perseguido durante los últimos ochenta años y que se ha plasmado en los más diversos soportes: la homologación de imágenes representativas del país. Diariamente, varios miles de chilenos podrán observar en una estación del Metro la cristalización del repertorio de imágenes típicas de Chile.

Referencias bibliográficas

Gombrich, E. (1984). "La teoría del arte renacentista y el nacimiento del paisajismo". *Norma y Forma*. Madrid: Alianza.

Metro de Santiago (2005). *Memoria Anual 2004. Anexo estadístico*. www.metroantiago.cl

Mellado, J.P. (2003a). "La disputa intragubernamental por los signos de la historia". www.justopastormellado.cl/escritos_cont/semanal/2003/10_octubre/20031007.html

_____ (2003b). "La Pintura Ministerial de Muñoz Vera". www.justopastormellado.cl/escritos_cont/semanal/2003/11_noviembre/20031117.html

Sagredo, R. (1998). "La 'idea' geográfica de Chile en el siglo XIX". *Mapocho*, 44: 123-164.

Silvestri, G. (1999). "Postales argentinas". Carlos Altamirano (ed.), *La Argentina en el siglo XX*. Buenos Aires: Ariel, 111-135.

_____ (2004). *El color del río. Historia cultural del paisaje del riachuelo*. Buenos Aires: UNQ.

⁷ Algo que en la misma época la literatura infantil también exponía con claridad. Ver por ejemplo el itinerario por Chile que efectuaba desde Magallanes hacia el norte el niño ovejero Perico en Marcela Paz y Alicia Morel (1978), *Perico trepa por Chile*. Santiago: Universitaria.