

La nueva autoridad del centro cultural se encuentra buscando a quien dirija la recién creada gerencia. Ese tema y la seguridad son dos de sus grandes desafíos.

MARÍA SOLEDAD RAMÍREZ.

Ya casi al final de una distendida conversación, cuando se han tocado varios temas con respecto al funcionamiento y programación del Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM), Alejandra Martí (44 años), su nueva directora ejecutiva, comenta que es "cauta, estudiada y super planificada". No hay cómo rebatirla: sus respuestas son mesuradas y con muchos datos. Lleva dos meses en el cargo y ha dedicado ese tiempo a observar y estudiar la institución a la que llega luego de estar casi ocho años a la cabecera de la Asociación de Teatros, Ópera Latinoamérica (OLA).

El desafío le pareció interesante. GAM cumple 15 años este 2025 y llega a la adolescencia como un centro cultural que acoge mayoritariamente a públicos jóvenes; con una programación inclinada hacia el teatro y la danza, y con un déficit presupuestario, a 2025, de \$656 millones. Su ubicación, en el eje Alameda, a pocas cuadras de la plaza Baquedano, lo puso al centro del estallido social, y las consecuencias fueron sus murallas rayadas y grafiteadas, y una sensación de inseguridad que no se va.

Una de las primeras medidas de esta nueva era en el GAM ha sido la de establecer reuniones mensuales con el directorio, que hoy preside en forma subrogante Pablo Aranda, director de la FOJI, y una semanal con un comité más pequeño de adminis-



HAROLD CASTILLO

Alejandra Martí, directora ejecutiva del GAM: "Llevo dos meses diseñando la estrategia del área comercial"

tración. Martí cuenta que se reformuló la antigua dirección de Administración y Finanzas como gerencia, y se contrató a Mauricio Contreras para dirigirla. "Vamos a empezar a instalar herramientas digitales para hacer más eficiente nuestra operación y la comunicación entre los cinco grandes departamentos que tiene el GAM", detalla sobre aspectos en que la institución está atrasada, además de enfrentar el déficit presupuestario con ahorro y eficiencia.

"Lo segundo, acabamos de abrir un proceso de headhunting de un nuevo gerente o gerenta comercial. Creo que GAM nunca se había mirado con una visión comercial de salir a buscar

alianzas de privados, diseñar productos, diseñar servicios, tener una oferta turística... Llevo dos meses diseñando la estrategia del área comercial, está en proceso", agrega Martí.

La nueva directora cuenta que el GAM tiene un auspiciador, Sura, que aporta \$80 millones al año, pero su plan es tener unas 10 empresas, una por rubro. "Aquí lo importante es darle a la empresa privada la tranquilidad de que hay un proyecto, que compartimos propósito y que ese propósito tiene un mediano y largo plazo", explica.

Eso pasa, agrega, por potenciar la información de datos que levanta GAM, pero que, según Martí, no se utilizaban "para to-

mar decisiones estratégicas. Entonces, parte de la transformación que estamos haciendo acá y la modernización tiene que ver con analizar esos datos para tomar decisiones".

Esa información, por ejemplo, les permitirá desarrollar estrategias programáticas para atraer a nuevas audiencias, como familias, tercera edad y escolares. El público más fiel del espacio es el segmento entre 18 y 45 años.

Alejandra Martí tiene claro que un punto en contra para atraer más público es la sensación de inseguridad que aún perdura entre las personas. Pero varias veces repite que tiene esperanzas de que eso está cambiando. "Estoy viendo señales

que hace rato no veía. Hay una coordinación con los agentes del sector. Eje Alameda importántisima; ya estamos en mesas de trabajo con el gobierno de Santiago, con el municipio y con el barrio Lastarria, en concreto con Agrebla, que es la asociación de empresarios", detalla.

A esto se suma la articulación con otros centros culturales que se ubican en el sector céntrico, como el Cultural La Moneda, el Céína y el Teatro Municipal, entre otros.

La directora ejecutiva afirma que el GAM limpia permanentemente los grafitis de su fachada. "Esto es una resistencia cultural para volver a poner en valor una zona que se lo merece".

—Es un cambio radical respecto de lo que sucedió en los últimos años. ¿Quiere cambiar esa imagen del GAM?

—Creo que el GAM fue muy inteligente en eso de dar espacio a una expresión artística, eso fue un punto interesante de la administración...".

—Fue muy discutido si eran o no una expresión artística.

—Fue muy discutido, pero el edificio no se quemó, sobrevivió. Nosotros ahora lo que estamos haciendo es que, con una empresa privada que nos va a entregar pintura, vamos a hacer un llamado para pintar los murales de nuevo y ponerlos en valor. Quiero recuperar todo ese espacio del Zócalo, porque creo que parte de volver a atraer a los públicos es mostrar espacios bonitos que están cuidados".

Para reforzar su opinión de que las cosas están cambiando, agrega: "Fui consejera cuatro años en el Ministerio de las Culturas y me tocó escuchar justamente frases como esa, 'hay que dejar esto porque los grafitis son parte de la voluntad popular', pero ya no escucho eso de las autoridades; las autoridades quieren limpiar. Entonces, siento que de verdad ha habido una toma de conciencia a nivel de los medios, los intelectuales, el público... Aquí en el GAM yo no escucho que nadie quiera tener las paredes grafiteadas. Queremos tener murales, sí, creo que también es parte de la identidad del GAM".

La programación del centro cultural y la construcción de la segunda sala también ocupan el tiempo de Martí. Sobre lo primero, señala que está planificando la temporada 2026-2027; que buscará que sea una oferta más equilibrada entre las artes escénicas, la literatura y las artes visuales; que potenciará las coproducciones y se convocará a un ensamble musical en residencia, en 2026.

De lo segundo, ya está pensando en cómo adecuar el trabajo de la institución hacia ese nuevo GAM.

