



Escuela  
Arquitectura  
UC

# ASILOS DE LA INTIMIDAD

## Fantasías transitorias; clases medias y la definición del motel como espacio heterotópico

**Francisca Segovia**

Prof. Tutor - Gonzalo Carrasco y Emilio Marín

Tesis para optar al grado de Magíster en Arquitectura

Pontificia Universidad Católica de Chile, Escuela de Arquitectura







Escuela  
Arquitectura  
UC

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CHILE  
FACULTAD DE ARQUITECTURA, DISEÑO Y ESTUDIOS URBANOS

# **ASILOS DE LA INTIMIDAD: FANTASÍAS TRANSITORIAS; CLASES MEDIAS Y LA DEFINICIÓN DEL MOTEL COMO ESPACIO HETEROTÓPICO**

POR

M<sup>o</sup> Francisca Segovia González  
MAGÍSTER EN ARQUITECTURA

Profesores guía:  
Gonzalo Carrasco Purrull - Emilio Marín

## **Agradecimientos:**

Agradezco a mis papás, Angélica y Jorge por su apoyo y cariño infinito durante toda la carrera. A mis hermanos, tías y familia en general, los quiero profundamente. Diego gracias por todo tu apoyo y contención en este verano.

A mis amigos de arquitectura, gracias por su cariño incondicional e infinita ayuda. El trabajo en equipo y la ayuda desinteresada de compañeros es lo más valorable de mi paso por la carrera.

Mariana Ticona | Andrés Tapia | Diego Maige | Ignacio Torres | Pablo Espinoza | -  
Francisca Ríos | Jose Caamaño | Carlos González | Ignacio Vergara | Josefa Grijalba | -  
Begoña Suazo | Benjamín Howard | Andrés Salazar | Macarena Díaz | Daniela Rojas | -  
Catalina Piracés | Camila Portal

A Leonor Villacura, gracias infinitas por tu divergencia.

Finalmente, a mis profesores guía. Gonzalo, gracias por el apoyo y confianza durante este proceso.



# ÍNDICE

## **1. Introducción**

- 1.1. Antecedentes
- 1.2. Planteamiento del problema
- 1.3. Objetivos generales y específicos
- 1.4. Metodología

## **2. Doméstico / Post-doméstico**

- 2.1. Fantasías transitorias
- 2.2. Asilos de la intimidad
- 2.3. La intimidad y sus locaciones

## **3. Motel como espacio heterotópico**

- 3.1. Plan Poché
- 3.2. Planta heterópica
- 3.3. Proyecto

## **4. Conclusiones**

## **5. Bibliografía**

## **6. Anexos**

*Los moteles son como puzzles,  
laberintos también.*

*Aquí un narciso en una celada,  
observando entre libros,  
buscándose entre piezas,  
donde hay muchos cuartos  
que recorrer,  
para buscar finalmente una cama, la suya.*

Giovanni Astango, Cuartos de Motel.

## ABSTRACT

La tesis, inserta en el taller de investigación de la Ciudad del 47%, se enfoca en las expresiones y manifestaciones espaciales de la intimidad adoptadas por la clase media desde el retorno a la democracia. Estos se materializan en aparatos entendidos por la relación entre sujeto y fantasías a las cuales aspira. Ejemplo de esto es el motel, tipología, que si bien tuvo su origen en los EE. UU, presenta un espacio interior de heterotopía que rompe con la domesticidad de la vivienda y da cabida a la intimidad erótica. Para esto se utilizan como casos de estudio cinco moteles temáticos en el eje Av. Vicuña Mackenna que abarca las comunas de Ñuñoa, San Joaquín y La Florida.

Con el objetivo de avanzar en la comprensión de este dispositivo, caracterizar interiores e identificar las estrategias de ocultamiento a escala urbana, se desarrolla una metodología que, en primera instancia, indaga en estudios estadísticos y de mercado el *perfil del usuario* de los moteles. Se estudia luego la expresión de la intimidad en el interior temático del motel de clase media como vía al mercado post dictadura. Por último, se analiza el soporte conceptual y de estrategia arquitectónica, heterotopía y plan poché que dan cabida al dispositivo que se desarrolla.





# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. ANTECEDENTES

La presente investigación se enmarca en el taller de investigación y proyecto del Magíster en Arquitectura de la Universidad Católica, donde se plantea de manera general el estudio de las construcciones características de la clase media como estrategia de comprensión de su identidad e imaginarios.

Esta tesis en particular, aborda las manifestaciones de la intimidad en el mercado potencial que opera fuera de la domesticidad del hogar. Estas, se desarrollan bajo el contexto de la Ciudad b, que se entiende como el reverso de la ciudad tradicional que se habita cotidianamente.

En ella, se vive el libertinaje entendido por Michel Foucault como un modo de introducir el desorden del deseo en un mundo dominado por el orden y la clasificación<sup>1</sup>, por medio de programas que liberan las pulsiones reprimidas. Algunos casos son los cines para adultos, saunas homosexuales, antros y moteles. Todos ellos marginados por el convencionalismo social y la rutina que establece el sistema laboral.

Se entiende que tanto el mercado como los imaginarios cambian constantemente, por lo que el objetivo de la investigación es estudiar los moteles como dispositivos que ya están en funcionamiento, para hacer una especulación futura de sus posibles variantes.

En Santiago, los emplazamientos de los moteles se han desarrollado en dos etapas. En la primera, se establece el centro cívico como escenario ideal del público captivo compuesto por la población flotante que trabaja a diario ahí. En particular se habla del cruce entre los ejes de Av. Libertador Bernardo O'Higgins y Av. Vicuña Mackenna, límite de las comunas de Santiago y Providencia. En este sector se densifica la oferta de moteles, desde los más icónicos (como los ubicados en calle Marín) hasta los más tradicionales que se extienden hacia el sector de Sta. Lucía.

En segunda instancia, se puede observar en los últimos años el crecimiento de moteles en avenidas radiales, tales como Toesca, La Florida, Américo Vesputio y Vicuña Mackenna. Este fenómeno se relaciona con el desarrollo

---

<sup>1</sup> Foucault, Michel. *Dichos y escritos II*, 375.

de la *ciudad del sprawl*, que refiere a la expansión de clases medias que se asientan en la periferia urbana. En consecuencia, se redefinen los límites de la ciudad y se crean nuevos barrios a modo de suburbios (estos se estructuran por la prolongación de redes viales que los conectan al centro histórico).

De esta manera, los programas comerciales junto con los moteles se incorporan como “nuevos vecinos” en el suburbio de la clase media. Ejemplo de esto, es el eje de Vicuña Mackenna que se extiende desde el centro por las comunas de Santiago-Providencia hasta Ñuñoa, Macul, San Joaquín y La Florida (donde en estas tres últimas comunas hay un alto porcentaje de grupos socioeconómicos C1b, C2 y C3<sup>2</sup>).

Si actualmente se contabilizan alrededor de 300 moteles u hoteles que funcionan como tal<sup>3</sup>, en esta avenida -objeto de estudio- se emplazan 41 de ellos (es decir, el 13.6% del total<sup>4</sup>), aunque esta cifra está sujeta a un margen de especulación ya que el levantamiento de las fuentes se actualiza paulatinamente. Ellas consisten en anuncios, páginas web y aplicaciones móviles.

Por otro lado, la importancia del sistema vial en la aparición del motel se remonta a su contexto de origen; la carretera de EE.UU, ya que con su implementación se logran unir lugares con grandes distancias entre sí. En consecuencia, nacen diversos programas “al paso”, siendo el motel uno de ellos que permite pausar el trayecto para pernoctar y retomar al día siguiente.

En la adaptación local se ve un cambio importante en cuanto a escala y uso. El viaje en auto ocurre a través de vías urbanas que, si bien siguen estando equipadas con estos programas, el tiempo del desvío se acota y el motel, al no quedar absente de esto, ofrece un servicio que se ajusta a tramos cortos que no superan la noche.

Actualmente, el motel es un modelo que hace referencia directa tanto al sistema formal de la vivienda como a la lógica de servicio que presta el hotel.

En este contexto, el mercado desarrolla dos formatos de domesticidad. El primero está cubierto por el vasto desarrollo de viviendas y equipamientos. Y el segundo, por la incipiente demanda de un lugar externo y ocasional, del cual el motel sería uno de los aparatos que se haría cargo. Si bien la inercia del primer mercado es mayor a la del segundo, los cambios de este último serían más concretos y rápidos de detectar, razón por la cual la atención de este trabajo se enfoca en este y no en el otro.

<sup>2</sup> Estudio realizado por la Asociación de Investigadores de Mercado en base al ingreso per cápita equivalente a los hogares registrados en la encuesta CASEN 2013.

<sup>3</sup> Cid, C. (2013). *Evaluación de factibilidad estratégica técnica y economía de implementación de un motel* (Tesis de maestría en gestión y dirección de empresas). Universidad de Chile. Santiago.

<sup>4</sup> Levantamiento realizado desde la plataforma de google y la aplicación Motel Now.

## 1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La intimidad como acto, se mueve en dos esferas: una doméstica y otra posdoméstica. La primera actúa bajo el funcionamiento de la ciudad tradicional, del trabajo y las obligaciones. En ella aparece la vivienda como interior que, si bien resguarda al individuo de la visión e intervención de externos -el ojo moral del Estado<sup>5</sup>-, incorpora normas civilizadas que coartan dicha intimidad. Principalmente por factores que impone el mercado inmobiliario tanto en la superficie y disposición de entre piezas que constituyen la vivienda como la densidad de personas que pueden (sobre) habitar en ella. Y por la segunda vigilancia que se ejerce en su interior, “por la conciencia individual o por el ojo silenciosos de Dios”<sup>6</sup>. Es por esto que la intimidad en la domesticidad es disciplinaria.

En cambio, la esfera posdoméstica brinda la posibilidad de gozar en un interior la transgresión moral negada en la vivienda. En ese sentido, se hace cargo del remanente de su intimidad.

Además de someter a la arquitectura a desvelamiento del carácter teatral y político, que en palabras de Paul Preciado son “las condiciones culturales que separan lo visible de lo invisible que habían fundado el régimen de los privado y lo público desde el s. XIX hasta la guerra fría”<sup>7</sup>.

En este interior posdoméstico se acoge dicho remanente y se hace consciente la doble condición de quienes lo ejercen, como actores y espectadores dentro del escenario idílico que ofrece la habitación temática de motel.

Asimismo, permite de manera transitoria la reincorporación del individuo a la cotidianidad del hogar y el contexto donde se desenvuelve la mayor parte de su tiempo.

En el marco de la posdomesticidad como estrategia de mercado que permite experimentar imaginarios en la intimidad. Y a la vista de los problemas causados por interiores domésticos de la vivienda, esta tesis busca indagar en el momento en que el mercado inmobiliario se contraponen con el mercado potencial tanto en la implementación de dispositivos (motel) como de imaginarios a los que la clase media aspira.

---

<sup>5</sup> Preciado, Paul. *Striptease: La domesticidad al desnudo*. En *Pornotopía. Arquitectura y sexualidad...*, 77.

<sup>6</sup> *Ibidem*.

Profundizar en cómo estas fantasías se transforman en productos envasados de consumo y en cómo se puede generar un espacio que vuelva en un sentido más puro a la intimidad. Para esto se plantean las siguientes preguntas:

- ¿Cómo se hace cargo la clase media de su intimidad y cuáles son sus manifestaciones que las caracterizan en el contexto actual de la ciudad?
- ¿Cómo se insertan los moteles como dispositivos de ocultamiento en la escala del suburbio de clase media?
- ¿Cuáles podrían ser las estrategias proyectuales arquitectónicas y urbanas para concebir imaginarios en un interior que no tiene cabida en el espacio doméstico?

---

7 Preciado, Paul. Striptease: La domesticidad al desnudo. En *Pornotopía. Arquitectura y sexualidad...*, 84.

8 *Ibidem*.

### 1.3. OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

El objetivo general de este estudio es avanzar en la comprensión de un proceso de domesticidad exacerbado, la llamada posdomesticidad que se manifiesta en el caso del motel: establecer rangos, caracterizar imaginarios a los que aspira el usuario de clase media, evidenciar problemas en la implantación urbana y analizar el carácter teatral arraigado en su interior. Y así poder elaborar estrategias arquitectónicas que replanteen interior como soporte de la intimidad en la clase media.

Para ello se plantean los siguientes objetivos específicos:

1. Realizar una revisión y caracterización de casos representativos de interiores domésticos y de intimidad que anteceden la noción posdoméstica presente en la clase media.
2. Estudiar el desarrollo histórico del Plan Poché como tipo de planeamiento que propone la relación de dos órdenes de espacio en un mismo conjunto.
3. Analizar los casos de estudio en el eje de Vicuña Mackenna identificando y caracterizando los principales problemas generados por su emplazamiento a escala urbana y barrial.
4. Proponer un proyecto arquitectónico que dé cuenta de las estrategias prácticas y teóricas mencionadas.

## 1.4. METODOLOGÍA

La metodología de esta investigación considera enfoques complementarios, uno por cada uno de los objetivos específicos planteados anteriormente:

### *Primer Objetivo:*

- Revisión bibliográfica y estado del arte sobre el tema de la intimidad y sus espacios domésticos en las clases medias.

### *Segundo Objetivo:*

- Análisis de morfologías, distribución, recorridos de casos que utilicen el Plan Poché a través de edificios emblemáticos de la historia.

### *Tercer Objetivo:*

- Levantamiento de tipologías de los moteles emplazados en Av. Vicuña Mackenna. Relación con su contexto inmediato a escala barrial. Disposición interna de zonas de servicio con las habitaciones.
- Levantamiento de horarios y tarifas de los moteles.
- Estudio de mercado para establecer tipo de usuario y posicionamiento del motel.

### *Cuarto Objetivo:*

- Elaboración de un Proyecto de Arquitectura para el sector del suburbio de Santiago
- Proponer un catálogo de habitaciones temáticas basadas en los imaginarios recogidos por los levantamientos realizados.

## 2. DOMÉSTICO / POSDOMÉSTICO

### 2.1. Fantasía transitoria

El escenario actual de Chile es el de un país en vía de desarrollo que adopta una economía de libre mercado, lo que refleja el crecimiento de la clase media (sector socioeconómico cuyos hábitos de consumo se basan en aspiraciones que se renuevan constantemente por el mercado). La rutina se impone como soporte del estándar de vida que este segmento se esfuerza por alcanzar y mantener, traduciéndose en el automatismo que opera tanto en el espacio de trabajo como en el de la vivienda.

De esta sensación de letargo nace el concepto de *ennui* que se desarrolla especialmente en el interior burgués del hogar en el siglo XIX. Este aburrimiento crónico que “se mueve más allá de lo físico de los límites del cuerpo, para revelarse en el interior, las habitaciones interiores de la domesticidad, donde el espacio íntimo envuelve al cuerpo con las extrañas formas de familiaridad”<sup>1</sup>, incide en el aspecto más vulnerable de la persona; su intimidad.

En este marco, ¿cómo se desarrolla la intimidad en la clase media? ¿En qué se traduce el estado de *ennui* en la intimidad del interior doméstico? El mercado ofrece la posibilidad de establecer un escape temporal para que el individuo dé rienda suelta a sus anhelos, y desde esta lógica del consumo es que se vende un imaginario *low cost* que se aleja del interior doméstico de la vivienda y se sitúa en nuevos escenarios posdomésticos<sup>2</sup>. Estos se presentan en dos formatos: dispositivos arquitectónicos y plataformas virtuales. Los primeros tienen una amplia trayectoria en la ciudad de la clase media, en ellos se destacan los cines para adultos, saunas homosexuales, night clubs que funcionan a plena luz del día, etc. Mientras que el segundo, correspondería a espacios híbridos que se encuentran en aplicaciones virtuales donde las personas dan espacio a su intimidad.

Los dispositivos arquitectónicos como “producto” se renuevan constantemente, se anuncia su fecha de expiración en la letra chica de su tinglado decorado<sup>3</sup>. Por lo tanto, la pregunta se reformula a “¿cuáles son las nuevas manifestaciones de la intimidad que caracterizan a la clase media?”

---

1 Agamben, Giorgio. Stanzas. Word and Phantasm in western culture.



Para dilucidar la respuesta, conviene partir por definir sus características y las sub-necesidades de las que se encargan los siguientes dispositivos arquitectónicos;

a. Cines para adulto:

El caso de los cines para adultos la intimidad se ve compartida en dos escalas; ubicación y colectividad. La primera, alude a la forma y el lugar en que está dispuesto dentro de la ciudad (generalmente dentro de galerías), tales como los cines Nilo y Mayo, parte del Edificio Plaza de Armas (Fig. 1, 2, 3 y 4) edificio icónico del Estilo Internacional instaurado en Chile en los años 50<sup>f</sup>. En este se puede ver que el traspaso desde la calle al cine es mediado por los programas anexos dentro de la galería, ya que dentro de ella sus accesos (anunciados por letreros) son escaleras que dirigen al nivel subterráneo que da a las salas de proyección, resguardando así el anonimato del cliente desde la transición entre la apertura de la calle hasta la oscuridad de la sala.

Por otro lado, una vez que el usuario está dentro (en su mayoría masculino y de avanzada edad), vive el goce provocado por la cinta pornográfica de forma “colectiva”. Es decir, el espacio converge a distintos individuos que sin querer se acompañan en un estímulo erótico, justificada desde el punto de vista en que se impersonaliza al usuario; se deja ser una persona con nombre y apellido que disfruta de ese contenido en su casa o el trabajo y no hay otro que lo pueda identificar. Pasa a ser uno más de los que concurre con el mismo propósito a un lugar ubicado en el centro de Santiago, junto a otros transeúntes.

En síntesis, la intimidad se vive desde el anonimato que ofrecen las calles de Santiago.

b. Saunas homosexuales:

Los saunas homosexuales se posicionan en sectores comerciales como Bella vista o el centro de Santiago, como parte de la oferta que presta servicios de distención dentro del funcionamiento cotidiano fuera del trabajo (Fig. 7). El costo es accesible, equiparable a actividades establecidas como ir al cine

---

2 Concepto desarrollado por B. Preciado con referencia al apartamento de soltero del Playboy como una auténtica máquina performativa de género, capaz de transformar al hombre antiguo en playboy. *Pornotopía. Arquitectura y sexualidad en playboy durante la guerra fría*, Barcelona, 2010, p. 87

3 Venturi, R. Scott Brown, D. Izenour, S. *Learning from Las Vegas*, 87. El “tinglado decorado” refiere a los edificios “donde los sistemas de espacios y estructura están directamente al servicio del programa, y el ornamento se aplica independientemente de ellos. En este caso se aplica a la obsolescencia programada de la vida útil de los productos (motel) que establece el mercado. Este recambio se muestra en la publicidad (física y virtual del motel), donde se exponen las cualidades del nuevo producto.

ir al cine en cualquier mall de la ciudad. La diferencia radica en el ambiente homo-erótico que ofrece, ya que este actúa como oasis de encuentro entre personas (específicamente hombres) en la ciudad. Tal como lo publicita uno de ellos: “*MÁS ALLÁ DEL PLACER, te recibimos en un horario extendido pensando en tu comodidad, y siempre tenemos promociones que harán más conveniente tu asistencia a...*”<sup>5</sup>. La invitación se extiende a un momento recreativo para un público exclusivo que busca estos espacios adaptables a la rutina, pero que a la vez les asegure comodidad, colectividad y discreción. Por consiguiente, el lugar los protege de cualquier tipo de discriminación por parte de la sociedad o de terceros. En su interior, se disponen cabinas de saunas con distintas capacidades que se arriendan de forma grupal.

Además, es importante señalar que no hay requisito de edad (como en los cines para adultos) sino que, de sexo, por lo que se infiere que se posiciona como instancia transversal en cuanto a la vivencia de la intimidad homosexual, libre de las complicaciones recurrentes en el exterior o en entidades normativas como la familia, entre otras. Por lo tanto, en este caso la intimidad se manifiesta de forma consciente y colectiva.

c. *Night (Day) Clubs:*

Esta categoría es un híbrido entre *Night Club* y Café con piernas. Adopta el funcionamiento del primero en cuanto a su insinuación física en la ciudad. Su fachada hermética no da cuenta de las dimensiones internas del recinto, ni mucho menos de las actividades que pueden ocurrir ahí. En él se propone una noche eterna que contradice al día en el que transcurre la vida del transeúnte.

Al igual que los *night clubs* esparcidos en la ciudad, la entrada es liberada pero el consumo es obligatorio, teniendo un costo notablemente elevado al precio establecido por el mercado en *Pubs* y/o restaurantes. Esto se explica por la presencia de trabajadoras dispuestas a hacer bailes y *topless* a los clientes, quienes también pueden dar propinas o invitarlas a un trago. En consecuencia, se apunta a una relación voyerista por parte del cliente, a quien se le estimula a través del espectáculo erótico (distracción) en vivo mientras consume lo que le ofrece el establecimiento. En otras palabras, el deseo nunca se satisface si no hay consumo de por medio.

Por consiguiente, es muy parecido al sistema que ocupan los cafés con piernas, ya que el café es una excusa para poder mirar a la mujer-objeto quien lo atiende, aunque en este caso, implica adentrarse a un ambiente que se desconecta totalmente del exterior.

#### d. Matrimonio-Monogamia:

Por otro lado, la intimidad se desarrolla en escenarios que parten desde organismos arraigados a la domesticidad. Ellos responden a la etiqueta con la que se presenta la persona al mundo, como el matrimonio, se establece como uno de ellos. De él se desprenden simbolismos como familia y hogar. Ambos preceptos son la consecuencia de la relación monógama entre el par binomio de hombre y mujer. Esto establece un límite hacia el resto de la sociedad que, por un lado, queda excluida de este núcleo “cerrado”, y por otro, asume las restricciones consensuadas respecto a la exclusividad entre la pareja. Esto, desde un punto de vista platónico, ordena la sociedad.

Sin embargo, en la realidad los límites se transgreden. Por ejemplo, la infidelidad da cuenta, en un sentido amplio, que el individuo se permite deseos que son prohibidos bajo el marco de las entidades ya mencionadas anteriormente, donde en Chile las cifras son bastantes altas. Se estima que el 71,4% de los hombres tiene una relación paralela o la ha tenido en algún momento, y el 51,8% de las mujeres reconoce haber engañado a su pareja al menos una vez. Esto se exagera en el matrimonio, ya que la infidelidad es el 74% de las causas de divorcio en el país, y en la mayoría de estos casos se descubre a través de mensajería instantánea en el celular.

Si bien estas experiencias ilícitas son transversales a los estratos socioeconómicos, son estos formatos de plataformas virtuales y apps (aplicaciones para teléfonos inteligentes) los que permiten establecer la procedencia del usuario. En consecuencia, se pueden definir tendencias conductuales que identifica al usuario “tipo” que consume determinadas redes sociales.

A partir de estos comportamientos, el mercado crea una oferta que invita al usuario a construir una vida paralela de la que se desenvuelve en la realidad. El celular es decisivo en esta vida ficticia, ya que actúa como soporte portátil para la prolongación de la intimidad del individuo, que además se encarga de redefinir la imagen de sí mismo con la cual quiere que lo reconozcan dentro de este mundo ficticio. Tal como expone Beatriz Colomina en su texto *Privacy and Publicity* (1994) “la llegada de las redes sociales<sup>8</sup> nos convierte a todos en autores, artistas y diseñadores de nosotros mismos”, invirtiendo el

4 Este edificio fue un proyecto de Emilio Duhart y Sergio Larraín, quienes fueron pioneros en instaurar el movimiento moderno en Chile. El conjunto fue ideado bajo el modelo torre y placa del edificio Lever House ubicado en Nueva York. Ver *Centro para las imágenes en movimiento*, memoria de título F.A.U de Carolina Sepúlveda, 2004.

5 Publicidad en la página web de Sauna 282. [www.282.cl](http://www.282.cl)

6 Fuente: [www.separadosdechile.cl](http://www.separadosdechile.cl)

7 Standford, Priscilla. Torres, Benjamín. *Adulterio y responsabilidad civil*. p. 18

8 Colomina, Beatriz. *Privacy and Publicity in the age of social media*. p. 53

9 *Ibidem*. p. 17

10 Ashley Madison y Second Love

orden del poder de la sociedad al individuo. Por lo tanto, lo empodera a tener la libertad de ser quien quiere ser y de vivir lo que quiere vivir. Así mismo continúa, “(...) las redes sociales no se reducen a lo que ocurre en el espacio digital, construyendo un nuevo tipo de ciudad virtual que ha asumido muchas de las funciones de la ciudad tradicional” . O bien, muchas funciones que han sido marginadas de la ciudad tradicional.

<sup>10</sup> De los datos recaudados por los principales portales web de infidelidad , se desprende que efectivamente la mayoría de usuarios pertenecen a grupos socioeconómicos de clase media y clase media alta. Por ejemplo, en el caso de las mujeres el 81% son profesionales con carrera universitaria y un 65% de ellas son activas laboralmente. Su rango de edad fluctúa entre los 25 a 37 años con un promedio de 3 años de matrimonio y 2 a 3<sup>1</sup> hijos. Ellas representan el 45% del total de usuarios del sitio Ashley Madison . Al igual que dicho portal de búsqueda de relaciones extramatrimoniales, la oferta se amplía a *realizar las fantasías y dar rienda suelta a los fetichismos* que se traducen tanto en espacios virtuales tanto en chats eróticos como también en apps, que derivan a espacios reales como los moteles. Entonces, es a través de estas herramientas tecnológicas que el lugar se va renovando y amplía el espectro que conforma la demanda. Esto a su vez, evita la decadencia de algunos programas arquitectónicos ya mencionados como el cine para adultos. Que parecen estar detenidos en el tiempo, destinados a desaparecer principalmente porque se sustentan de un público fijo que por un lado se extingue o por otro, es seducido por otras ofertas.

El motel en cambio, se ha abierto a las posibilidades que otorga el uso de las redes sociales. Ejemplo de esto es la *app Motel Now* creada en 2011 por ingenieros comerciales de la U de Chile. Esta actúa bajo la lógica de otras aplicaciones para reservar y comparar precios de estadías, como *Trivago* o *Airbnb*. Solo que en este caso se arriendan habitaciones (exclusivamente de moteles) más cercanas de acuerdo a la ubicación del individuo. . En esto hay una doble lectura, primero se infiere que la semejanza que trata la estadía del hotel con la del motel pareciera existir una normalización en cuanto al deseo ilícito que tiene de trasfondo. Y segundo, que el uso de este formato está dirigido a un público joven familiarizado con estas tecnologías, que por tanto renueva o amplía la clientela. Con esto abre el mito encerrado entre las cuatro paredes de la habitación del motel. Ya que el nuevo cliente puede ver por anticipado cómo es este interior, qué tan fiable es según la limpieza, discreción, y cuáles son los equipamientos que este ofrece (jacuzzi, <sup>13</sup>temática, *sexshop*). En el fondo, esto está destinado para un público *millennial* , correspondiente al 87.9%

de los usuarios de esta aplicación (Fig. 13 y 14) que necesita cerciorarse de la calidad servicio previo a consumirlo.

En conclusión, la rentabilidad del dispositivo arquitectónico en donde se manifiesta la intimidad tiene directa relación con el recambio en cuanto las herramientas con las que se publicita y al repertorio de fantasías que dispone.

En el caso de la habitación temática, se ofrece la novedad del paquete completo que compone su interior. El usuario está dispuesto a creer, sabiendo la artificialidad de este producto envasado. Tiene total libertad de gozar no sólo del sexo, sino que todo el resto que está en su alrededor. Está autorizado a dejarse llevar por el deseo durante las horas pagadas previamente en caja, sabiendo además que luego va a venir otra persona a limpiar, borrar las huellas de lo sucedido, para los usuarios que vengan después. Ese es el servicio completo que ofrece el motel.

Se podría definir que la utilidad del motel temático se basa en la venta cíclica de anhelos, libertad y anonimato que se renueva constantemente por el flujo de usuarios.

---

11 Moraga, Javiera. Chile: el país más infiel de Latinoamérica. En *Revista Caras*, oct. 26. 2017

12 Fuente: [www.Ashleymadison.com](http://www.Ashleymadison.com)

13 *Millennials* o Generación Y son aquellos nacidos entre 1981 y 1997 familiarizados con la era digital actual.



Fig. 1. Vista exterior Cine Nilo y Mayo. Fuente: Elaboración propia.



Fig. 2. Vista desde la galería Cine Nilo y Mayo. Fuente: Elaboración propia.



Fig. 3 y 4. Vista entrada subterránea Cine Nilo y Mayo. Fuente: Elaboración propia.



Fig. 5. Vista exterior Cine Capri. Fuente: Elaboración propia.



Fig. 6. Vista espacio intermedio (hall de acceso) Cine Capri. Fuente: Elaboración propia.



Fig. 7. Vista desde el hall de acceso hacia la galería Cine Capri. Fuente: Elaboración propia.



Fig. 8. Vista desde la calle de Agustinas Club Salud. Mac-iver 271, Stgo. Fuente: *Elaboración propia.*



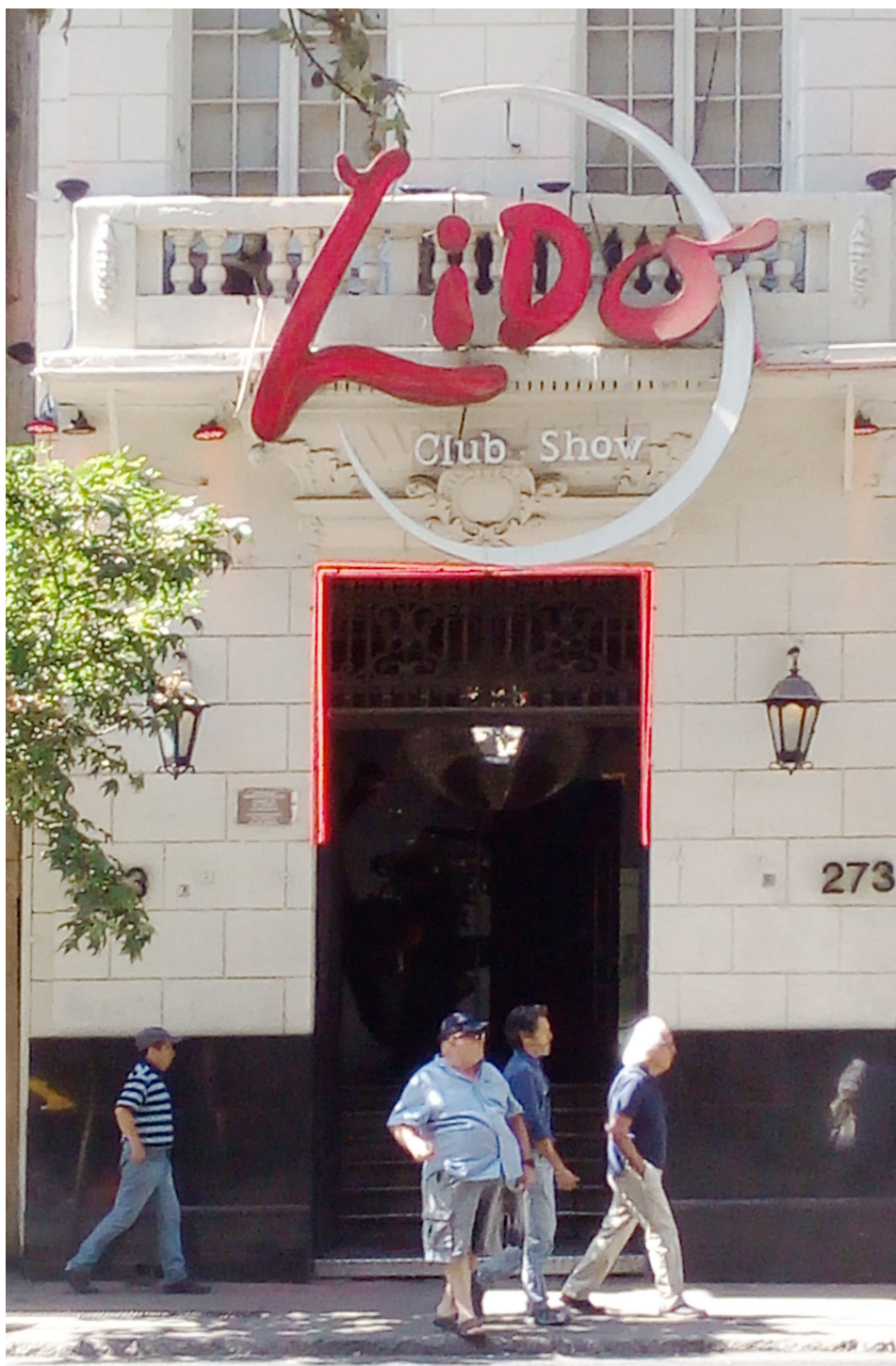


Fig. 9. Vista desde la calle de Lido Club Show. Mac-iver 273, Stgo. Fuente: *Elaboración propia.*



Your World. Your Imagination.

# Hazte creador

Exprésate y crea cualquier cosa que puedas imaginar

MÁS INFORMACIÓN

REGÍSTRATE SIN PAGAR

Fig. 10. Plataforma Secondlife *Exprésate y crea cualquier cosa que quieras ser.* Fuente: [www.secondlife.com](http://www.secondlife.com)

# Regístrate hoy gratis!

Soy un(a)  Hombre  Mujer  
 y estoy buscando  Hombre  Mujer

 Crear usuario

 Crear contraseña

 Correo electrónico

Le mandamos un mensaje de confirmación a este correo. Sin confirmación no puede usar este servicio.



**ANIVERSARIO DE 10 AÑOS**

¡Regístrate y recibirá una actualización gratuita!

Detalles FAQ

## Second Love

Un portal de citas para hombres y mujeres que están comprometidos pero que están buscando una relación paralela o extramatrimonial.



\*\*\* Perfiles serios

Todos los perfiles de Second Love son individualmente revisados por nosotros.



Encuentra tu segundo amor

Si eres miembro de Second Love podrás cargar y manejar tus fotos.



Coquetea directamente

Puedes tener una cita online enviándole un mensaje a otro miembro.



Siempre te daremos una solución

Si eres un miembro premium tendrás el servicio técnico a tu disposición en el portal durante

Fig. 11. Plataforma Secondlove. Fuente: [www.secondlove.com](http://www.secondlove.com)

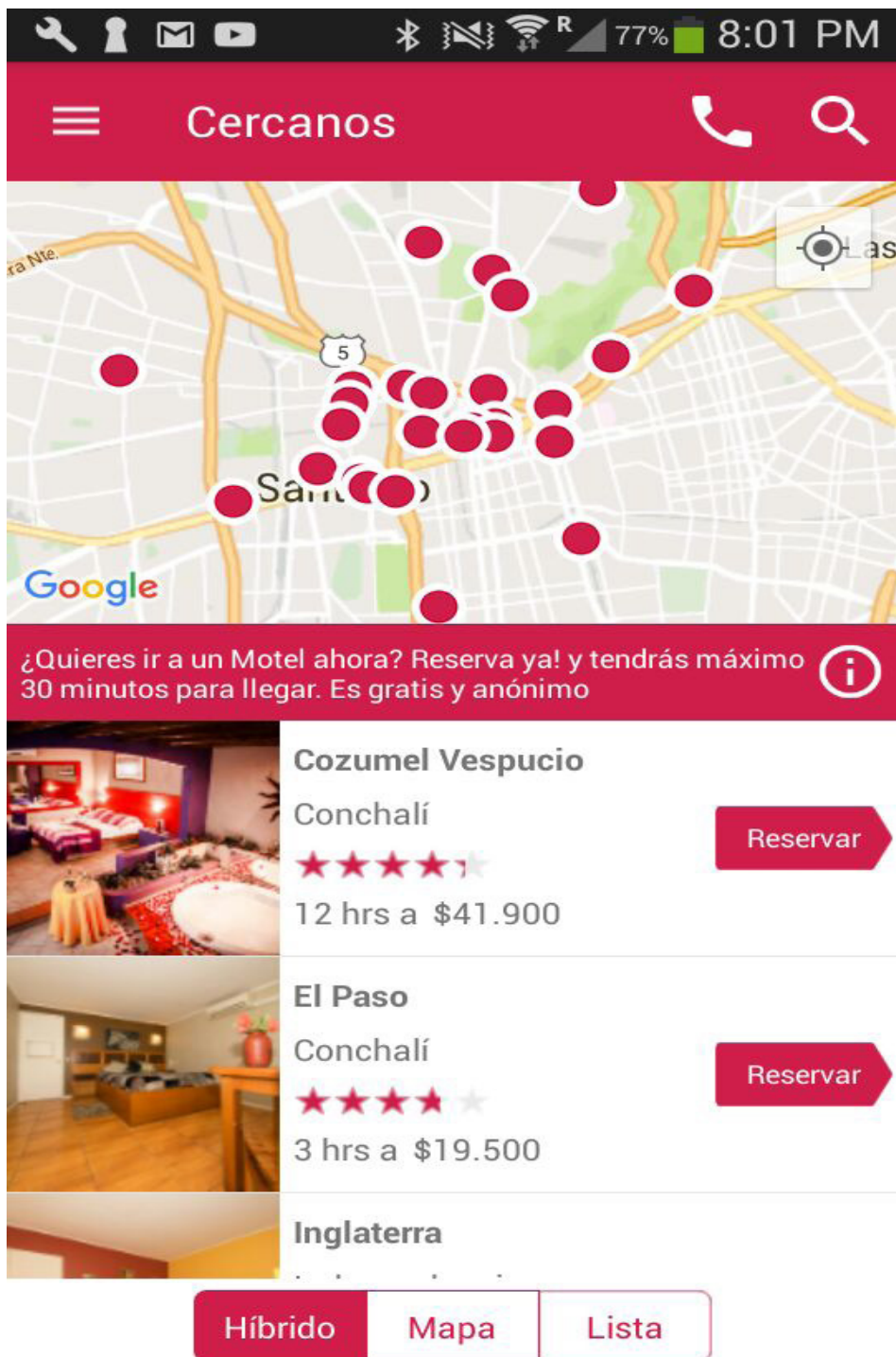


Fig. 12. App Motel Now. Fuente: Google play



# Reserva

Parque Inés de Suárez

29:54

Válido hasta las 20:41

**MAPPAO**

**Cozumel Vicuña Mackenna Departamento**

12 hrs \$41.900

**MAPPAO**

Google

CANCELAR

¡LLEGUÉ!

LLAMAR

Fig. 13. App Motel Now. Fuente: Google play



Chilenos  
66,39 % Sesiones

## ¿Cuánta gente usa MotelNow?

Chilenos

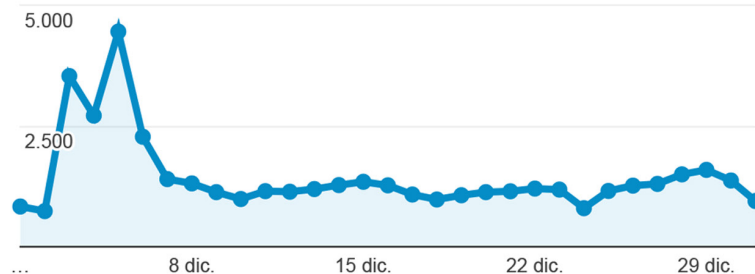
**25.709**

% del total: 66,03 % (38.935)



## Personas por día

● Usuarios



## Rangos de Edad

■ 25-34 ■ 18-24 ■ 35-44 ■ 45-54 ■ 55-64 ■ Otras

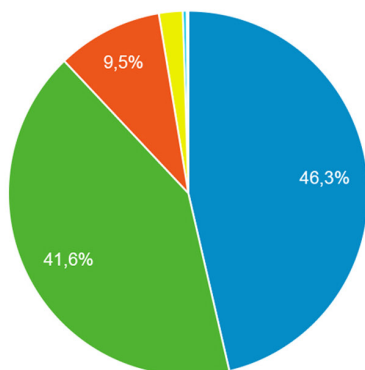


Fig. 14. Datos correspondientes al mes de dic. 2018. Fuente: Eugenio Saavedra, Dir. MotelNow

## ¿Cuántas veces se usa MotelNow?

Chilenos

**56.746**

% del total: 66,39 % (85.474)



## % de Usuarios Nuevos

Chilenos

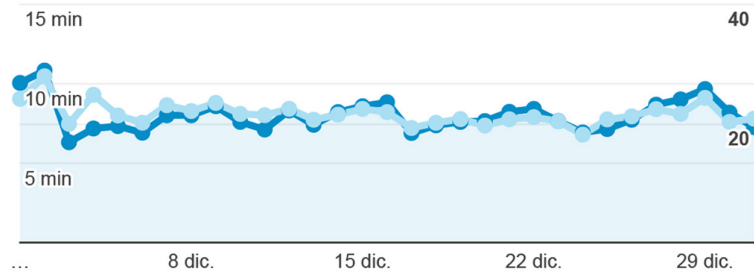
**34,11 %**

Media de la vista: 31,32 % (8,90 %)



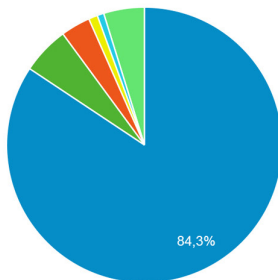
## Tiempo de Uso: 8 minutos aproximadamente

● Duración media de la sesión ● Pantallas/sesión



## De qué ciudad provienen

■ Santiago ■ (not set) ■ Linares ■ Concepcion  
■ Valparaiso ■ Otras



## Sexo: El 70% son Hombres

■ male ■ female

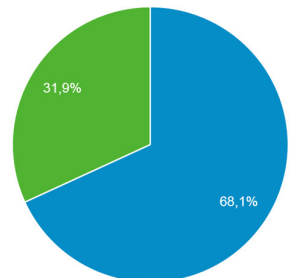


Fig. 15. Datos correspondientes al mes de dic. 2018. Fuente: Eugenio Saavedra, Dir. MotelNow

## 2.2. Asilos de la intimidad

*El antagonismo entre interior y exterior, su oposición formal bajo el signo social de la propiedad y bajo el signo psicológico de la inmanencia de la familia, hace de este espacio tradicional una trascendencia cerrada.*

-J. Baudrillard

Los espacios interiores concebidos en la época de la Ilustración se enmarcan en la necesidad de amparo del sujeto ante factores externos. Estos últimos, que son económicos y sociales, coartan la expresión individual hasta el punto de estandarizar comportamientos e imaginarios. El interior doméstico aparece como un oasis, un intersticio entre el sistema capital y el comportamiento social presentes en la propiedad privada y en el sistema jerárquico de la familia y la comunidad. A partir de esto, ¿Es este interior un escenario construido desde la imaginación o es producto de lo que propone el mercado?

Desde la separación entre espacio de trabajo y espacio de vivienda, concebida en la Ilustración, se desarrolla el interior burgués. En él habita el individuo privado, descrito por Walter Benjamin, quien ve en este espacio doméstico la oportunidad de construir y controlar la expresión de su intimidad.

Intimidad concebida desde una estructura familiar que manifiesta una fantasía consensuada. De igual manera en que el individuo refiere en abstracto a la personificación de dicho ente comunitario. Así en el interior privado se materializa la reminiscencia de lugares y tiempos pasados. De este modo, a través de la ambientación por medio de objetos se escenifican el microcosmo personal. En este anhelo por una realidad ilusoria, Benjamin plantea la representación del “último intento de salida de un arte sitiado en su torre de marfil por la tecnología”<sup>1</sup>. Lo que refiere, en un sentido utópico, al arte manifestado en el interior doméstico. Como un escudo no sólo del frenesí del mercado, sino que además de la distracción alienante que este ofrece.

Así, continua mediante la colección de objetos, y su composición espacial, se inscriben en una postura contra la producción industrial. En otras palabras, los objetos adquieren importancia al ser parte de una operación mayor que los connotan de un valor afectivo despojando así su valor de uso.



Y por consiguiente quedan fuera de circulación en el mercado. Esto es lo que Benjamin plantea como *transfiguración de las cosas*. Cuyo trasfondo es un intento por sobreponer la espiritualidad subjetiva del individuo privado. Se entiende de dicha espiritualidad sus ilusiones particulares materializadas por ornamentos que recrean ambientes exóticos e inusuales al exterior. No es la invención de un nuevo espacio *per sé* sino la decoración descontextualizada de un imaginario que se implanta en la domesticidad.

El coleccionista sueña a su manera no sólo en un mundo lejano o pasado, sino también en uno mejor, uno en el que, sin duda, los seres humanos no estén mejor provistos con lo que necesitan en el mundo cotidiano, pero en el que se liberan las cosas de la monotonía de ser útil<sup>2</sup>

En consecuencia, el coleccionista (individuo privado) crea este mundo que percibe como ideal libre de la lógica de consumo ya inherente a la cotidianidad. Por lo tanto, según Benjamin, *el interior es el asilo del arte*<sup>3</sup>, arte en el aspecto de creación subjetiva de una fantasía que libera, a la vez materializa en la ornamentación por los objetos que trascienden de su cualidad mercantil.

El asilo desde sus acepciones subjetivas y económicas da paso a la conformación espacial, la cual no depende únicamente del cubo virtual que provee la arquitectura, sino también de la superficie de los objetos que contiene. Ya que en estos el sujeto deja rastros<sup>4</sup> de su intimidad en cuanto se desenvuelven como soporte a su mundo de fantasía.

En este punto el discurso benjaminiano se fragmenta, al enfrentar la concepción de interior por un lado fantasmagórico y por otro de asilo. En el primero, se puede aludir el efecto producido por las exhibiciones mundiales. Ellas elevan a la persona al nivel de mercancía, al ser enajenada por múltiples estímulos de distracción que brindan la industria del entretenimiento. Por lo tanto, cuando se refiere a fantasmagorías del interior se produce un atisbo en el que dicha ilusión de universo alterno, ya está siendo manipulado por la industria cultural, concepto que desarrolla Theodor Adorno y Max Horkheimer, teóricos alemanes de la Escuela de Frankfurt. Ellos, en la década de los '40, estudian la injerencia del sistema de producción mercantil en la cultura, la

---

1 Walter Benjamin, "Louis Phillipe, or the interior",. En *Paris, the Capital of the Nineteenth Century*, 7.

2 Ibidem.

3 Ibidem.

4 Benjamin describe este interior como *étui* o estuche ornamental que contiene pequeños artículos. El individuo de este espacio doméstico deja "rastros" de su habitar a través del roce con los objetos que lo componen.

la que empieza a funcionar de la misma manera que cualquier empresa capitalista<sup>5</sup> al adoptar la estandarización, y el sistema de producción en serie.

Entonces, el objeto como obra de arte es tratado como objeto mercantil, profanando su esencia, su aura.

En este sentido, el aura es definida como un fenómeno precapitalista, “(...) una consecuencia del modo específico de producción que lo generó, de modo similar al resplandor de un cometa, que no emana de su cuerpo sino del polvo que lo rodea”<sup>6</sup>. Sin embargo, el objeto mercantilizado no deja de ser singular para la persona que lo suma al repertorio de objetos.

Desechando preceptos como la autenticidad y originalidad que “denota al arte de un valor cultural, místico que lo eleva más allá de su valor de mercado”<sup>7</sup>. En consecuencia, el sentido de asilo trabaja como protección de un arte *des-aurado*.

En ese momento se rompe la tradición críptica y se acerca el arte a las masas: los objetos adoptan una dimensión *kitsch* que banaliza, o bien, *des-aura* el contenido. El *kitsch* presenta lo “falso que pretende ser percibido como auténtico”<sup>8</sup> dentro del escenario doméstico. Sin cuestionar la estructura socioeconómica, sino que por el contrario la refuerza, y con ella deja entrar el mercado a la intimidad.

Luego de definir el interior desde la oposición entre individuo y capitalismo, se agrega una segunda instancia, que pone en discusión la relación entre el individuo y la sociedad que regula su comportamiento en pos del bien común. Es así como Anthony Vidler estudia los espacios de la Ilustración, puntualmente desde la lupa del erotismo, propuesto por el Marqués de Sade.

En el contexto social y teórico “del racionalismo, la implacable filosofía burguesa del confinamiento y la curación, la sociabilidad y felicidad.”<sup>9</sup> Se desarrollan instituciones de reclusión como la cárcel y el hospital. Ambas habitadas por Sade, desde la condición de prisionero. De ahí que adquiere la comprensión administrativa y ambiental tanto de la institución en su conjunto como de la celda como principal elemento que la compone. Además, se analiza la

---

5 Szpilberg, Daniela y Saferstein, Ezequiel. *El concepto de Industria Cultural como problema: una mirada desde Adorno, Horkheimer y Benjamin*, 2014.

6 Olalquiaga, Celeste. *El reino artificial: sobre la experiencia kitsch*, 18.

7 Szpilberg, Daniela y Saferstein, Ezequiel. *El concepto de Industria Cultural como problema: una mirada desde Adorno, Horkheimer y Benjamin*, 2014.

8 Hagel, Jaime. La cultura de lo “kitsch” en Chile. *La Época*, p. 33

9 Vidler, Anthony. Asilos del libertinaje, en *El espacio de la Ilustración*, 1987. 157

estructura de poder entre encarcelador-recluso, observador-observado que se invierten en la literatura Sadeana<sup>10</sup>

De esta correlación entre la disposición de piezas arquitectónicas y separación de la sociedad, adquiere importancia la celda y el individuo. Ya que ambos son el módulo irreductible de sistemas, mediante los cuales actúan como soporte el “esquema de liberación”<sup>11</sup> ideado por Sade. Dicho en otras palabras, la estancia de la celda (a falta de espacio) proporciona al recluso, llamado libertino, un espacio propicio para expresar sus pulsiones<sup>12</sup> más íntimas. Así, continúa “El poder absoluto en su aislamiento y su libertad, se complacía en la auto-reciprocidad y se nutría de su propia imagen”<sup>13</sup>. Lo que refiere al narcisismo del libertino que prescinde de elementos externos al cerramiento.

En el caso de la institución de placer Sadeana, la intimidad se expande por el interior de todo el edificio. La celda fue el detonante de la catarsis del eros que posteriormente congrega a un colectivo. Sin embargo, no es necesario profundizar en las relaciones de poder que establece Sade en dicho colectivo. Debido a que concierne en este caso entender la retórica entre erotismo y reclusión como factores detonantes en la invención de un espacio.

Esta transgresión se despliega en primera instancia desde el discurso puesto que Sade no genera un nuevo orden arquitectónico, sino que establece estrategias de simbolismos y ocultamientos. Ejemplo de esto, es que edificios como conventos o villas palladianas son adaptadas a fines contrarios de los que fueron pensados. Ejemplo de esto es el convento descrito en su obra *Justine*. En él se utiliza el espacio de la sacristía para disponer el acceso del recorrido que conduce al subterráneo, que constituye así el asilo del libertinaje.

El antiguo mundo contrastaba aquí con el nuevo para reforzar el poder de las oposiciones transgresoras, ya que la iglesia y el convento funcionaban como adecuadas máscaras de la *machine à plaisir* moderna construida a cubierto en las proximidades<sup>14</sup>

---

10 En el libro *Les Cent Vingt Journées de Sodome* escrito en 1785. Sade propone el asilo de libertinaje como un espacio que se rige bajo una estructura jerárquica de poder donde el libertino abusa de sus víctimas con ayuda de encarceladores.

11 Vidler, Anthony. Asilos del libertinaje, en *El espacio de la Ilustración*, 1987. 157

12 Término utilizado por Freud a finales del siglo XIX, en el psicoanálisis. En el describe el impulso psíquico del individuo que tiene como motor la excitación interna que se percibe en la tensión corporal. Y por consecuencia, necesita ser calmada o suprimida. Diferenciándola con el instinto, por ser hereditario y no provenir desde la experiencia personal.

13 Vidler, Anthony. Asilos del libertinaje, en *El espacio de la Ilustración*, 1987. 158

14 *Ibidem*

Al igual que cualquier edificio moderno, la lobotomía “operación bajo la cual se disocia la arquitectura exterior de la interior descubriendo así zonas de libertades sin precedentes, hay fantasías que sólo ocurren a puertas”<sup>15</sup>. Esta diferencia entre exterior e interior ejerce el contraste por oposición en el lenguaje simbólico/formal de la arquitectura. Esta operación permite la inmersión total al *asilo del libertinaje*. En ese sentido la lobotomía que adopta Sade es una lobotomía simbólica.

En cuanto a la distribución interna, el autor describe desde la experiencia secuencial el acontecimiento de actos colectivos y privados de una misma intimidad. En su conjunto, dicha secuencia se caracteriza como una forma teatral en que el rol del libertino puede mutar de espectador a actor. Siendo esto la representación dinámica del “teatro de la lubricidad” combinación de logia masónica, teatro y dormitorio. En este sentido, el interior doméstico se despliega como lugar que resguarda la teoría y la práctica de dicha tendencia a la lujuria.

Si bien el interior burgués propuesto por Benjamin se muestra *naif*, en comparación con el de Sade. Ambos coinciden en la representación del interior como la paradoja entre libertad y aislamiento. En él se expresa la libertad (espiritual y conductual) siendo los cerramientos –arte y arquitectura- el soporte técnico que la posibilita.

Al igual que Baudrillard cuando describe que el *antagonismo entre interior y exterior*, es la necesidad del ser humano por diferenciarse de los demás y trascender en la vida donde se manifiesta el consumo. Lo que se traduce en construir un espacio que da cuenta de la identidad del individuo. Pero ese escenario no viene de la imaginación de la persona, sino que es presentado por patrones que dispone el mercado. Por lo tanto, se nubla el discernimiento por el espejismo que crea la falsa exclusividad de la identidad mencionada.

En la actualidad, el motel se presenta el *libertino contemporáneo* que proviene de la clase media y busca un interior privado opuesto al de la casa. Sin darse cuenta que éste, ya está estandarizado por la industria en cuestión. Es decir, en la habitación temática se ofrece una experiencia fuera de lo común (de la vivienda) bajo distintos tópicos que a modo de catálogo operan de manera casi universal en todos los moteles. Se puede diferenciar dos tipos de imagina-

---

15 Vidler, Anthony. Asilos del libertinaje, en *El espacio de la Ilustración*, 1987. 160-161

rios según la época en la que se establece el motel. En el primero predomina la temática de lugares exóticos como el Lejano Oriente, Egipto o el tipo safari africano. Del mismo modo que aparece la pieza como cabaña primitiva que, a través dioramas se proyectan al falso exterior. Se infiere que todavía se relaciona la habitación con un interior para guarecerse, solo que se posiciona y adapta al arquetipo vernáculo de lugar al que alude. En la materialidad de este set interior se asocia a shows icónicos de la televisión de los '70-'80 como *La Pequeña Casa en la Pradera* o *La Laguna Azul*. Esto se asocia al medio de comunicación en masa más utilizado en la época, la televisión.

En cambio, en los moteles construidos recientemente, las ambientaciones representan situaciones difíciles de relacionar con un solo medio. El consumo de imágenes en la era del internet aumenta, aportando mayor variación a los imaginarios. La habitación temática personifica experiencias ajenas desde el cine, como *Las 50 sombras de Grey*. O bien, distorsiona o pervierte situaciones del cotidiano como el box del ginecólogo o incluso la instancia del casting. (ver catálogo de habitaciones).

En esta apropiación ilusoria aparece de nuevo el concepto de kitsch descrito en el interior burgués. Por un lado, como escape al letargo doméstico y por otro, como soporte técnico de imaginarios exóticos. Todo esto regulado por el periodo de tiempo asociado a la tarifa que se cancela. Esto es el indicio que muestra que el mercado reconoce la falencia en la intimidad doméstica en la vivienda convencional.

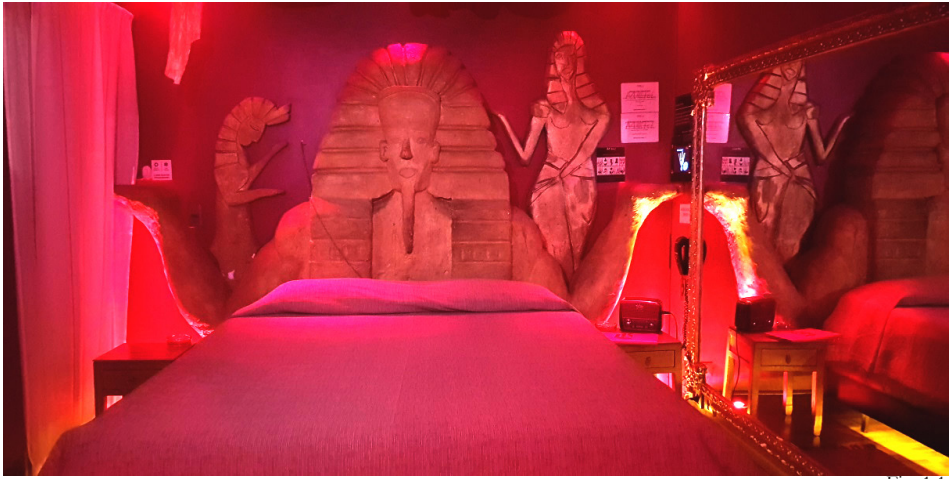


Fig. 1.1



Fig. 1.2



Fig. 1.3



Fig. 1.4



Fig. 1.5



Fig. 1.6



Fig. 1.7



Fig. 1.8

Fig. 1.1. Motel 777, Av. Departamental 777, San Miguel

Fig. 1.2. Motel Divertidísimo.

Fig. 1.3. Motel Osorno

Fig. 1.4. Motel Zeus, ingreso Caletera Autopista del Sol 0502, Peñaflor.

Fig. 1.5. Motel Zeus, ingreso Caletera Autopista del Sol 0502, Peñaflor.

Fig. 1.6. Motel Osorno.

Fig. 1.7. Motel Niagara Falls, Av. Vicuña Mackenna 8022, La Florida.

Fig. 1.8. Motel Zeus, ingreso Caletera Autopista del Sol 0502, Peñaflor.



Fig. 2.1



Fig. 2.2



Fig. 2.3





Fig. 2.4

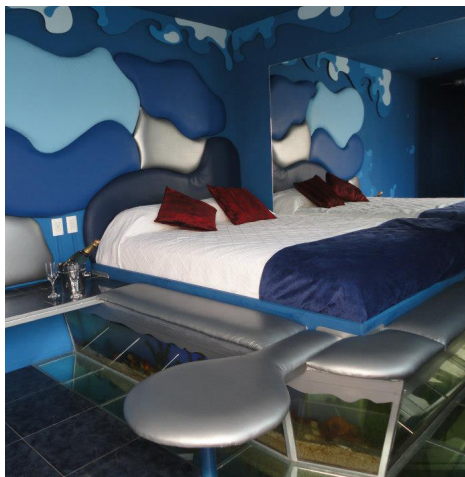


Fig. 2.5



Fig. 2.6

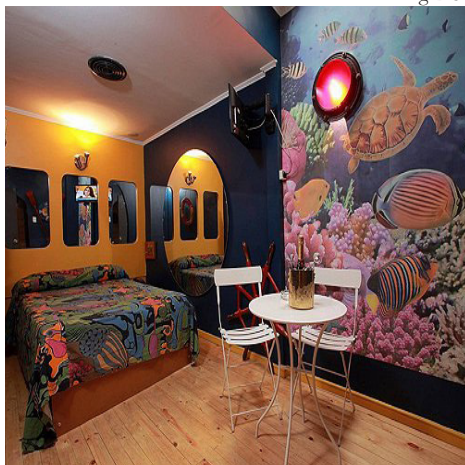


Fig. 2.7



Fig. 2.8

Fig. 2.1. Motel Zeus, ingreso Caletera Autopista del Sol 0502, Peñaflor.

Fig. 2.2. Motel 777. Av. Departamental 777, San Miguel

Fig. 2.3. Motel Tantra.

Fig. 2.4. Motel Tantra.

Fig. 2.5. Motel Zeus, ingreso Caletera Autopista del Sol 0502, Peñaflor.

Fig. 2.6. Motel Zeus, ingreso Caletera Autopista del Sol 0502, Peñaflor.

Fig. 2.7. Motel El Buda, Av. Perú 996, Recoleta.

Fig. 2.8. Motel El Buda, Av. Perú 996, Recoleta.

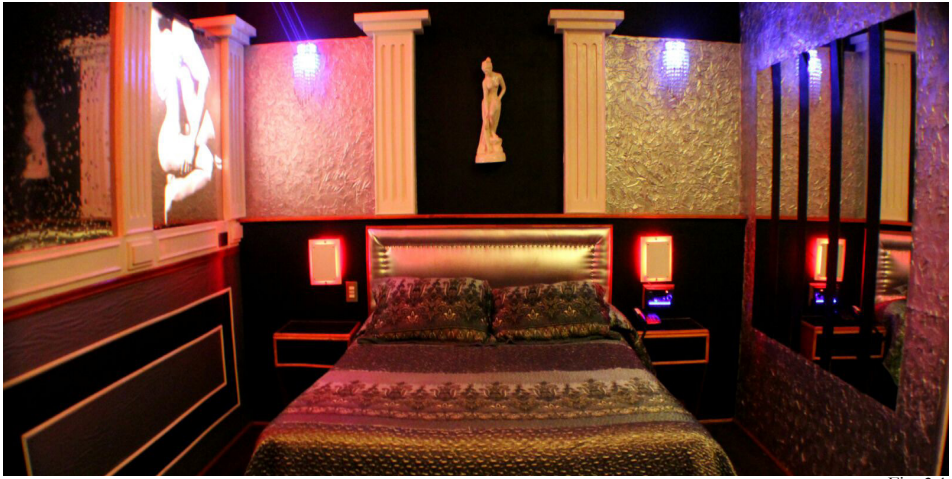


Fig. 3.1



Fig. 3.2



Fig. 3.3

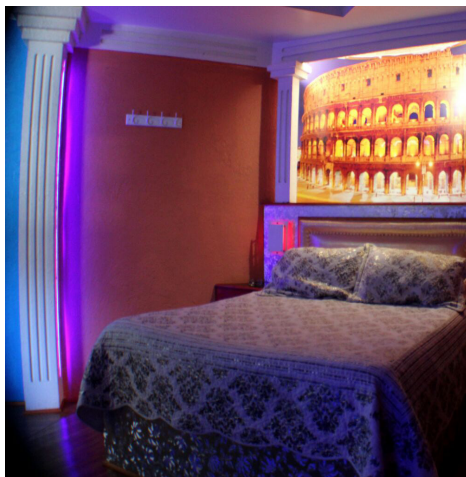


Fig. 3.4



Fig. 3.5

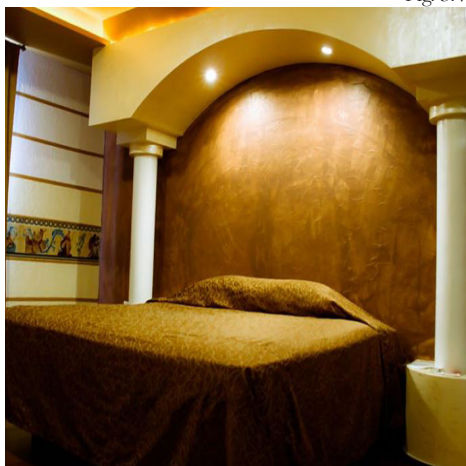


Fig. 3.6

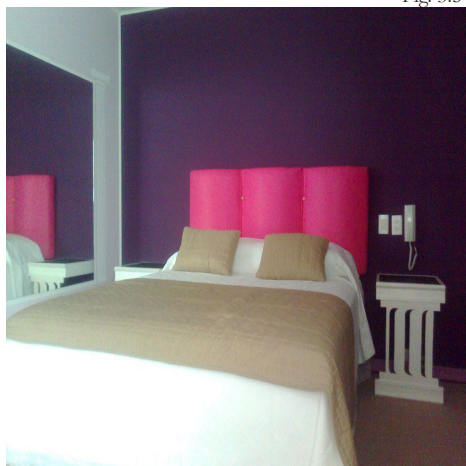


Fig. 3.7

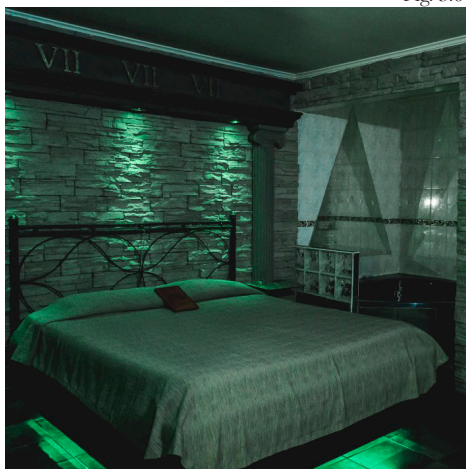


Fig. 3.8

Fig. 3.1. Motel Cielo Azul. Joaquín Díaz Garcés, Providencia.

Fig. 3.2. Motel Marín. Marín 014, Providencia.

Fig. 3.3. Motel Zeus, ingreso Caletera Autopista del Sol 0502, Peñaflores.

Fig. 3.4. Motel Cielo Azul. Joaquín Díaz Garcés, Providencia.

Fig. 3.5. Motel Gala. Joaquín Díaz Garcés 049, Providencia

Fig. 3.6. Motel Divertidísimo

Fig. 3.7. Motel El Duende. Amunátegui 19, Santiago.

Fig. 3.8. Motel 777. Av. Departamental 777, San Miguel.



Fig. 4.1



Fig. 4.2



Fig. 4.3



Fig. 4.4



Fig. 4.5

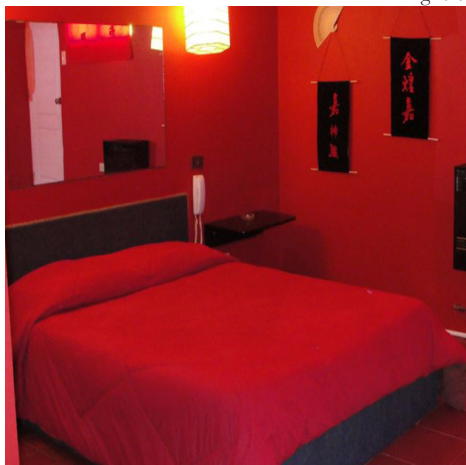


Fig. 4.6

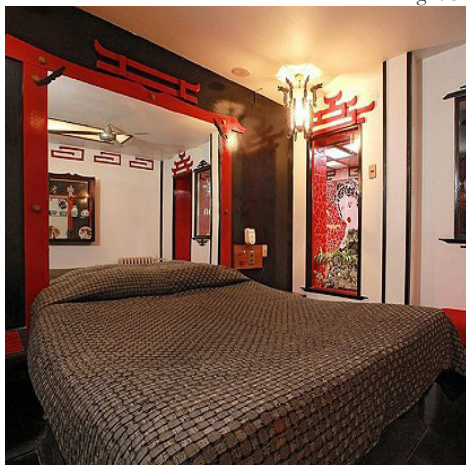


Fig. 4.7



Fig. 4.8

Fig. 4.1. Motel Cielo Azul. Joaquín Díaz Garcés, Providencia.

Fig. 4.2. Motel 777. Av. Departamental 777, San Miguel.

Fig. 4.3. Motel 777. Av. Departamental 777, San Miguel.

Fig. 4.4. Motel Marín. Marín 014, Providencia.

Fig. 4.5. Motel Zeus, ingreso Caletera Autopista del Sol 0502, Peñaflo.

Fig. 4.6. Motel Tantra

Fig. 4.7. Motel Zeus, ingreso Caletera Autopista del Sol 0502, Peñaflo.

Fig. 4.8. Motel Alhambra.



Fig. 5.1



Fig. 5.2



Fig. 5.3



Fig. 5.4

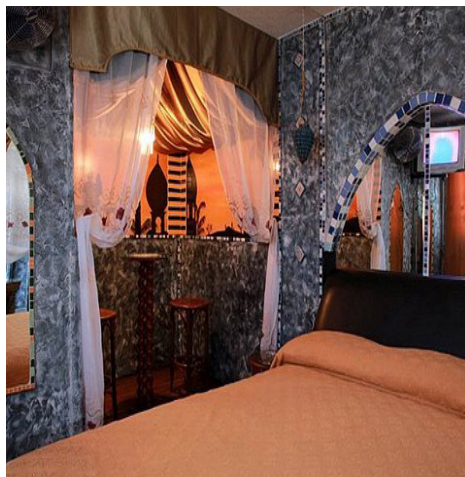


Fig. 5.5



Fig. 5.6

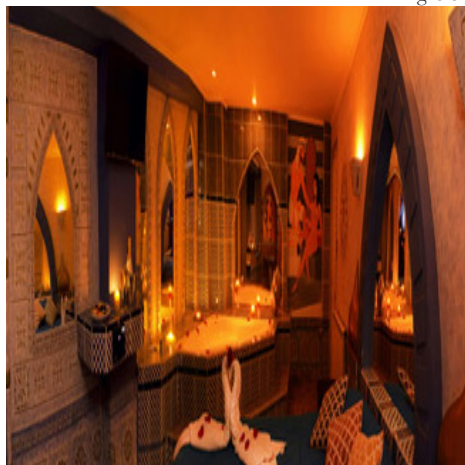


Fig. 5.7

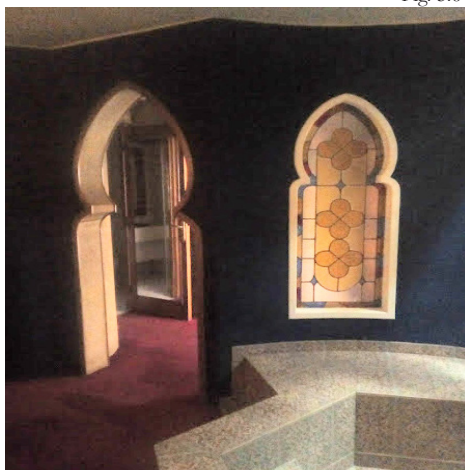


Fig. 5.8

- Fig. 5.1. Motel Marín. Marín 014, Providencia.
- Fig. 5.2. Motel Miraflores. Miraflores 476, Santiago.
- Fig. 5.3. Motel El Buda, Av. Perú 996, Recoleta.
- Fig. 5.4. Motel Tantra
- Fig. 5.5. Motel Alhambra
- Fig. 5.6. Motel Tantra
- Fig. 5.7. Motel Cielo Azul. Joaquín Díaz Garcés, Providencia.
- Fig. 5.8. Motel Niagara Falls, Av. Vicuña Mackenna 8022, La Florida.



Fig. 6.1



Fig. 6.2



Fig. 6.3





Fig. 6.4



Fig. 6.5



Fig. 6.6

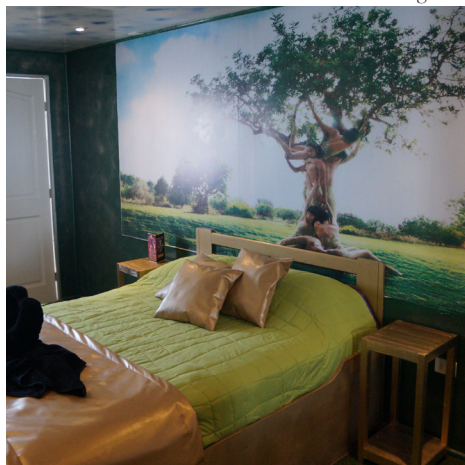


Fig. 6.7



Fig. 6.8

Fig. 6.1. Motel Gala. Joaquín Díaz Garcés 049, Providencia

Fig. 6.2. Motel Miraflores. Miraflores 476, Santiago.

Fig. 6.3. Motel Zeus, ingreso Caletera Autopista del Sol 0502, Peñaflor..

Fig. 6.4. Motel 777. Av. Departamental 777, San Miguel.

Fig. 6.5. Motel 10 de Julio. Cuevas 715, Santiago.

Fig. 6.6. Motel Zeus, ingreso Caletera Autopista del Sol 0502, Peñaflor

Fig. 6.7. Motel El Duende. Amunátegui 19, Santiago.

Fig. 6.8. Motel Marín. Marín 014, Providencia.



Fig. 7.1



Fig. 7.2



Fig. 7.3



Fig. 8.1



Fig. 8.2

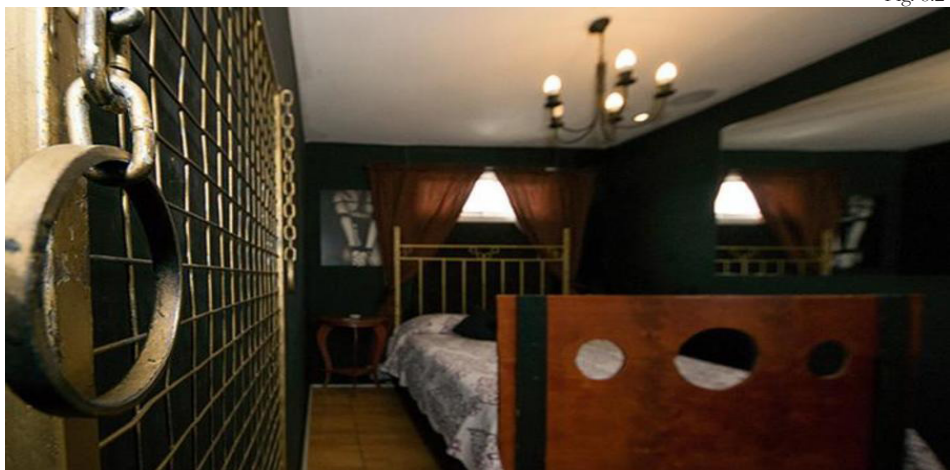


Fig. 8.3



Fig. 9.1



Fig. 9.2



Fig. 9.3



Fig. 10.1



Fig. 10.2



Fig. 10.3



Fig. 11.1



Fig. 11.2



Fig. 11.3



Fig. 12.1



Fig. 12.2



Fig. 12.3



Fig. 13.1



Fig. 13.2



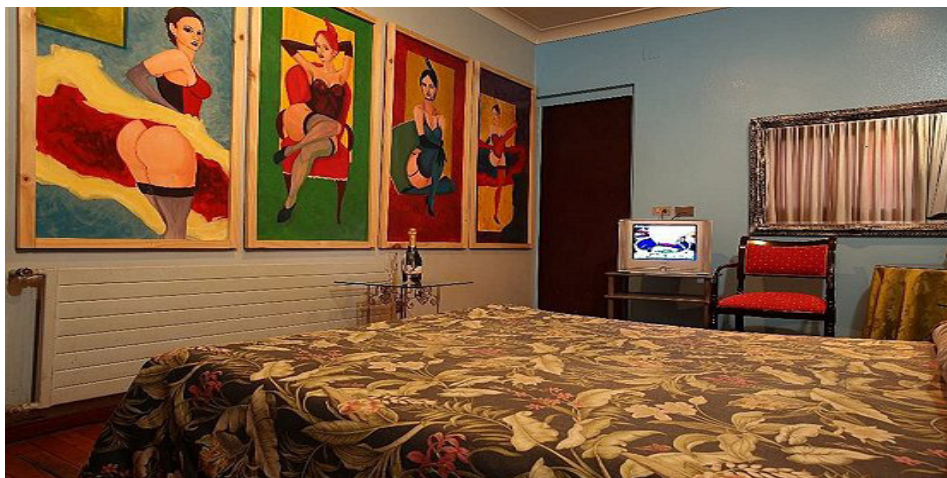


Fig. 14.2

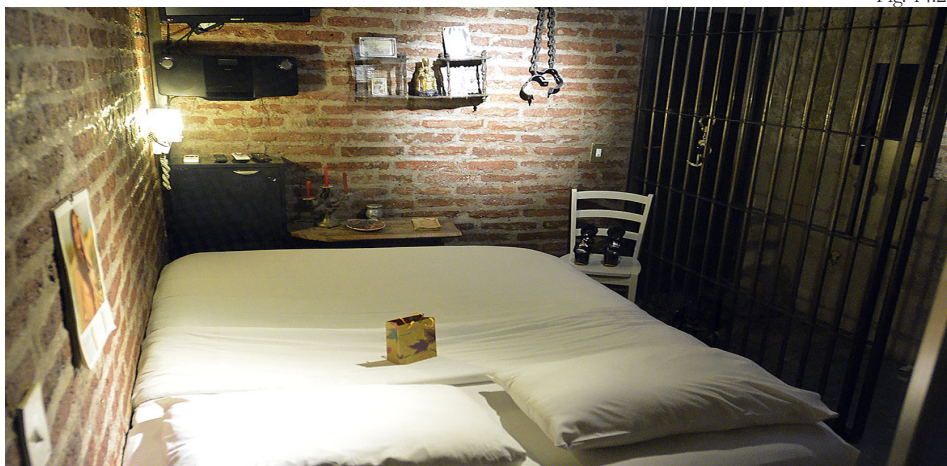


Fig. 14.3

### 2.3. La intimidad y sus locaciones

En la actualidad el crecimiento de la ciudad se evidencia con la expansión de avenidas radiales que articulan y conectan el centro urbano con suburbios. Ejemplo de estos ejes es la Av. Vicuña Mackenna, vía que se prolonga en sentido suroriente el centro de Santiago-Providencia cruzando las comunas de Macul, San Joaquín y La Florida hasta llegar a la comuna con mayor población, Puente Alto. En este alcance de comunas se puede ver el asentamiento de la clase media en sectores periféricos, que renuevan la oferta de equipamientos satisfaciendo así a una demanda más localizada.

Esto crea un borde en ambos lados de las vías que sirven como desvíos en los cuales el individuo consume productos o servicios para volver a encaminarse a su destino. A estos se los denomina “programas al paso”, cuya densidad se despliega a lo largo de las avenidas contrario a la condensación en el centro cívico. Esta morfología está pensada mayormente para un público motorizado, que está siempre bajo la dinámica del viaje. Por lo tanto, estos establecimientos cuentan con acceso, estacionamientos y salidas rápidas que no entorpecen el desvío y la reintegración a la ruta. Los ejemplos más comunes de estos programas son las bencineras, farmacias y restaurantes. Pero ¿Qué pasa con los equipamientos de la Ciudad B? ¿Es la intimidad de la clase media un programa al paso? ¿Cómo se integra el motel a este borde? A partir de estos cuestionamientos se analizarán las etapas de implantación, sus diferentes aspectos históricos y su referencia al modelo original de EE.UU.

La implantación de los moteles en Santiago se diferencian dos etapas. En la primera se establece una relación con la migración habitacional desde el centro a nuevos sectores aledaños o periféricos. Es decir, con la consolidación del centro urbano como espacio comercial y de servicio, la plusvalía del terreno aumenta generando la venta de viviendas de barrios tradicionales a mercados inmobiliarios responsables de guetos verticales (hiperdensificación). O bien, en la adaptación interna de programas ajenos, como oficinas o comercio, manteniendo la estructura de la antigua construcción. Un caso de lo último son los moteles de calle Marín. Ubicados en el límite del tradicional Barrio Parque Bustamante, estos moteles se posicionan uno tras otro a lo largo la vereda norte de esta calle. Alrededor de los años '60 en Marín, el único establecimiento ajeno a la vivienda era el Hotel Oriente, que funcionaba con 18 habitaciones y estacionamiento para 3 autos. Según relatos y de lo que se

puede ver hoy correspondía a una arquitectura de fachada hermética con interiores oscuros al igual que las casas de ese período. En el año '88 fue adquirido por una familia de tradición hotelera (actuales dueños de la cadena Moteles Unidos) que vio en él una oportunidad de mercado, la demanda por estancias de intimidad transitorias superaba la oferta que existía en ese momento. Es así como el actual Motel Marín 014 va comprando a sus vecinos y aumentando el número de habitaciones hasta llegar a las 73. Que, por exigencias municipales en cuanto a la relación de piezas con estacionamientos, se amplía la capacidad para 50 autos aproximadamente. Todas estas remodelaciones se realizan manteniendo el aspecto exterior de las construcciones, estrategia que abarata costos en vez de construir un edificio desde cero.

Lo que se podría asociar a la lobotomía simbólica propuesta por Sade en sus instituciones de placer . Pero no desde una intención perversa, sino la de una actitud nostálgica respecto al pasado. Estos moteles representan la idea de un fósil cultural, la petrificación de un objeto para evitar su extinción. Es decir, representa el (...) residuo de la ansiedad por atrapar su espíritu vital” , la reminiscencia de la historia y vida en el barrio antes de ser desplazada por programas de consumo.

Según Walter Benjamin, dicha reminiscencia es una forma consciente de percibir los acontecimientos en la época moderna desde la continuidad en el tiempo. Por lo tanto, el *fósil cultural* se detiene en un hecho específico, idealizándolo a la vez que niega su carácter intrínseco de transitoriedad. En el caso de los moteles de calle Marín como otros establecidos en barrios históricos, la conservación de su carga histórica niega el destino orgánico de toda ciudad que se desenvuelve bajo el progreso capitalista.

Contrario a lo que sucede con los moteles más contemporáneos que se establecen en el suburbio de clase media. En esta segunda instancia, hay mayor libertad puesto que no hay un historicismo al cual aferrarse. El contexto urbano en el que se desenvuelve el suburbio se establece por un presente fragmentario. Donde el presente y pasado se ejemplifica literalmente en la diferencia entre un edificio nuevo al lado de uno viejo, no en la mutación de programas que los ocupan. En este caso, el desarrollo de la intimidad se da en un escenario posdoméstico sin precedentes.

1. Contemporáneo al mítico Hotel Valdivia, inaugurado en 1959 en calle García Valenzuela, Providencia
2. Asociación de moteles a los que pertenece Motel Marín 014, Motel Miraflores, Motel Gala y Motel 10 de Julio.
3. Olalquiaga. Celeste. El souvenir, En *El reino artificial: Sobre la experiencia Kitsch*, p.56
4. Ibídem.

Por otro lado, ambos tipos de moteles se distancian del modelo original impuesto en EE.UU. Este se desarrolla como consecuencia del auge de la industria automotriz que se impone en el período de la II Guerra Mundial. La producción en masa junto con la economía de escala hizo del automóvil un bien de consumo asequible a individuos de clase media -segmento económico predominante-. Con ello se implantan infraestructuras viales que posibilita el uso del automóvil como alternativa al ferrocarril como medio de transporte de grandes distancias.

La carretera se establece como instancia de viaje en donde el *motorist* o individuo motorizado, se adentra a paisajes indómitos. La escala del contexto y de la carretera es mayor en comparación a la chilena. Sin embargo, se establece la correspondencia entre carretera/avenida, y la necesidad de conectividad entre distintos lugares.

A partir de dichos programas al paso que nacen con la carretera de los EE.UU, se establece una estética particular llamada arquitectura *googie*. Estilo que encarna la cultura del auto con la lógica futurista para dar forma a construcciones que son permeables al desvío de la ruta y a su vez, operan desde ella.

Las grandes distancias por las que se despliega la carretera genera la necesidad de pausas en las cuales el motorist busca estancias de descanso, para luego retomar el viaje. En un comienzo dichas estancias eran *autocamps*, terrenos dispuesto para estacionar y acampar durante la noche. Luego esto cambia al sistema de cabinas. En ellas se individualiza el terreno. Es decir, se dispone de cubículos que materializan la estancia de la carpa y se establece zonas en común equipadas para cocinar e ir al baño. Debido a este cambio, el *motorist* ya no necesita traer consigo toda la parafernalia *outdoor*, dispone de una opción más cómoda. Por lo tanto, cambia también su actitud frente al viaje, se ‘viaja ligero’ en cuanto sabe que está la opción de un alojamiento en el camino.

Finalmente, se establece el actual modelo de motel americano cuando se la cabina pasa a tener servicio completo de kitchenette y baño privado. O bien, como lo define en *Dictionary of Architecture and Construction* (2006):

*Motel: un edificio en la carretera o grupo de edificios que contiene alojamiento en boteles y estacionamientos, principalmente para conductores transitorios, a menudo con entradas exteriores individuales a cada habitación.*

---

5. *Dictionary of Architecture and Construction*, p. 604

En la época de 1980, el motel Manor House situado en el área metropolitana de Denver es comprado por un individuo de clase media llamado Gerald Foos. El propósito de su adquisición remite a la inquietud personal de estudiar “cómo la gente se comporta sexualmente en la intimidad de su dormitorio” . Esto da pistas de la transformación que vive el motel en cuanto a su uso. De alojamiento austero pasa a ser la prolongación de la habitación doméstica sin dueño. Al igual que en la adaptación chilena, existe la necesidad por un espacio impersonal, donde se pueda manifestar la intimidad “sin tener en cuenta lo que el mundo llama decoro” . Pero, se infiere que la intención ornamental del caso chileno está sujeta por el deseo anexo de escapar del contexto urbano y sus normativas morales.

Es decir, el motel considera estos dos factores; su relación con grandes vías y la escala de barrio en el que está inserto. En ese sentido, el motel adopta estrategias de ocultamiento que por un lado garantiza el anonimato del usuario y por otro, le permite resguardar su interior de estímulos del exterior. Por esto el recorrido de transición entre exterior e interior es fundamental. La mayor parte de estos aparatos cuentan con dos accesos, uno principal directo con la avenida y otro secundario que conecta con calles de menor escala. Como si la experiencia del individuo estuviera dividida en tres momentos; de ciudadano que se desvía de la ruta, temeroso de entrar al centro del placer. El pecador que se adentra a la cueva de sus fantasías y, por último, el renacido que expió todas sus culpas y se reincorpora como vecino ajeno de un barrio al cual no pertenece. Todo este recorrido se sustenta por el auto que adquiere la facultad de resguardar la identidad del usuario y además media el roce con el servicio.

---

6. Talese, Gay. *El Motel del voyeur*, p. 10

7. *Ibidem*, p. 65



Fig. 1. Secuencia de la aparición del motel *Death valley Inn* en la carretera EE.UU. Fuente: *Street View Google*.

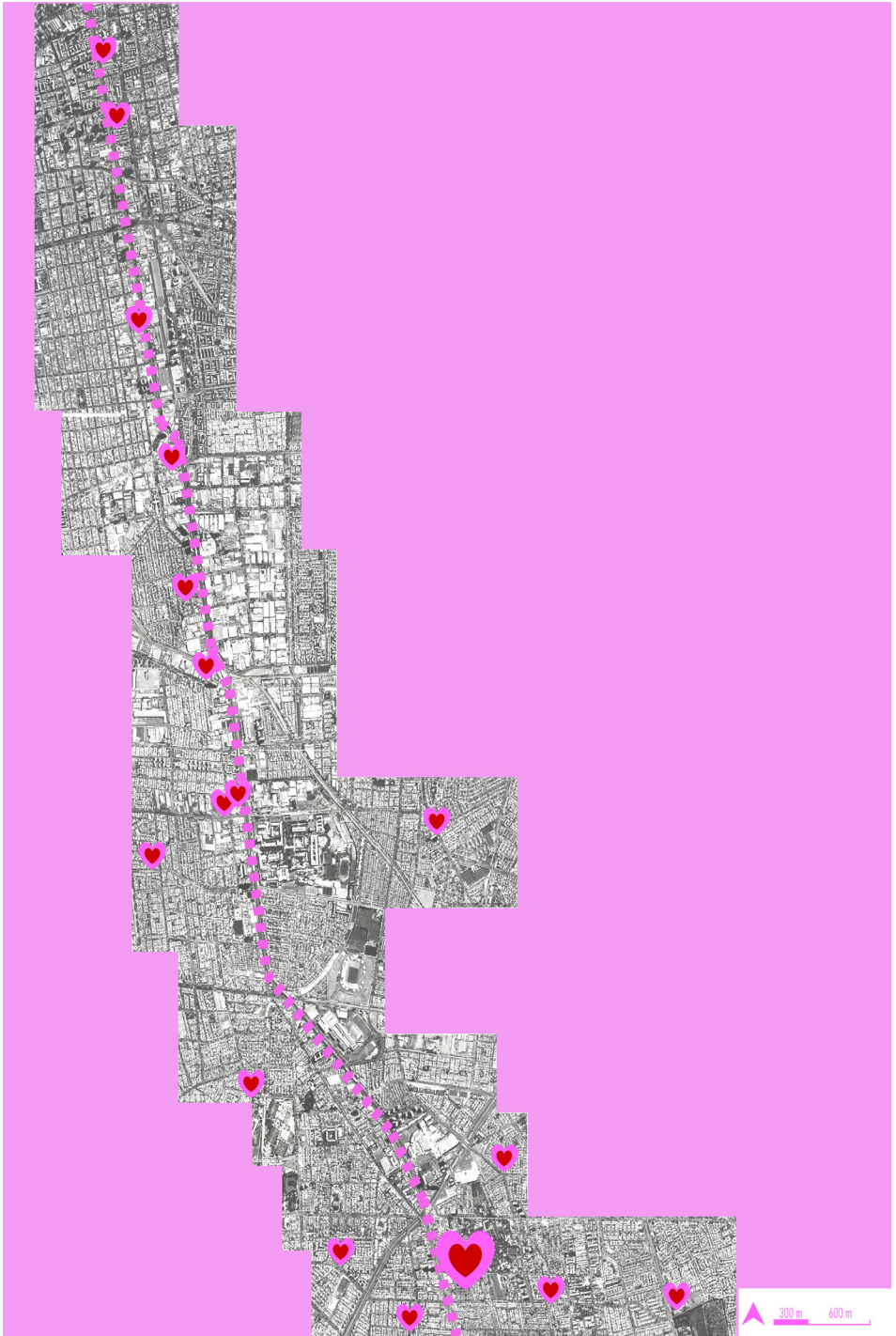
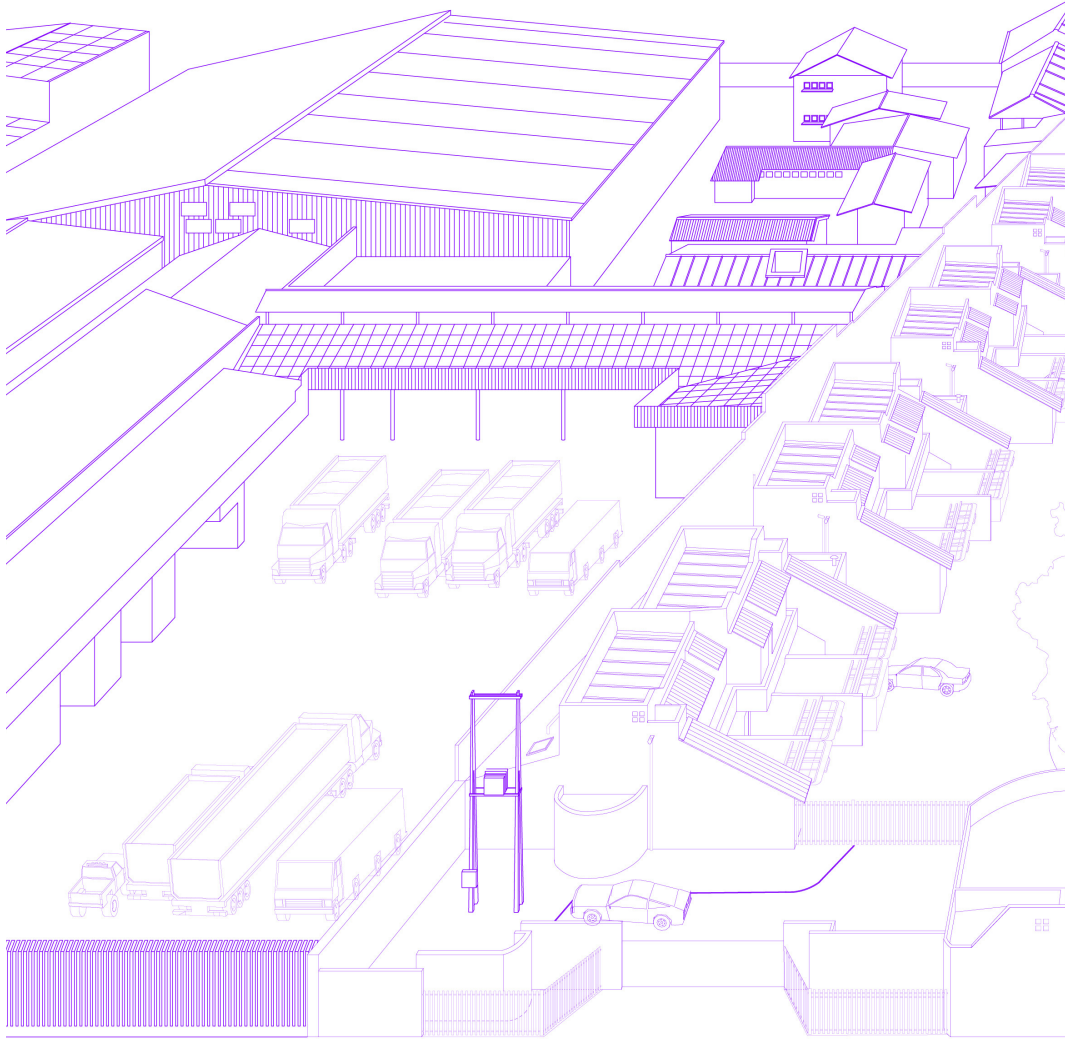


Fig. 2. Levantamiento moteles en Av. Vicuña Mackenna. Fuente: *Elaboración propia.*





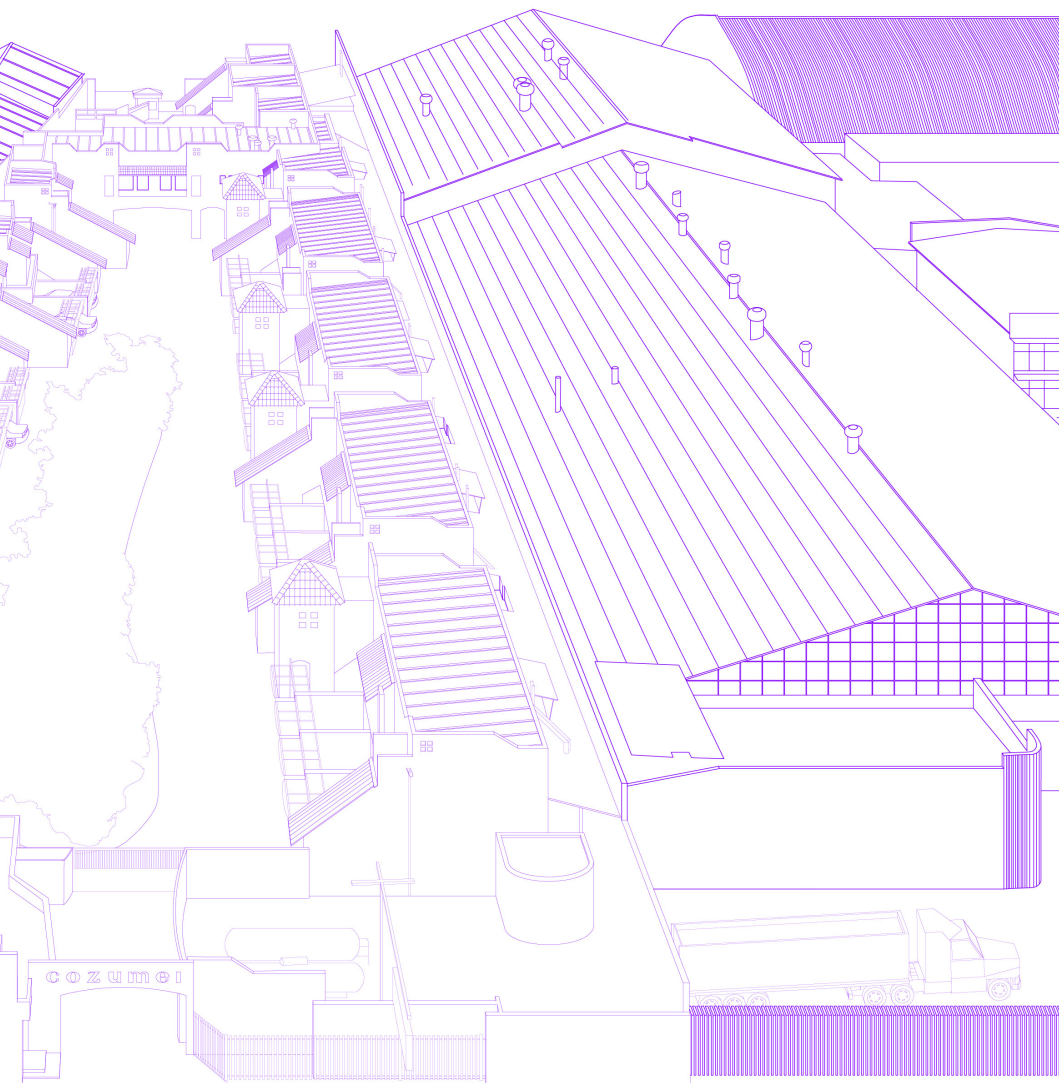


Fig. 3. Relación escala barrial del motel Cozumel ubicado en Av. Vicuña Mackenna. Fuente: *Elaboración propia.*

### 3. MOTEL COMO ESPACIO HETEROTÓPICO

#### 3.1. Plan Poché

#### 3.2. Planta Heterotópica

*Todas las ciudades, planetas, continentes, universos que son imposibles de rastrear dentro de cualquier mapa o en cualquier cielo, simplemente porque ellos no pertenecen a cualquier lugar. Sin dudas, estos espacios nacen en la cabeza de los hombres o más precisamente en el intersticio de sus palabras, en la trama de las historias que ellos cuentan o en el lugar sin lugar de sus sueños, en el pozo vacío de sus corazones, en breve, donde quiera que se busque el bálsamo de la utopía.*

-M. Foucault

El espacio que se habita ha sido concebido desde la clasificación binaria de interior/exterior. En ella, el hombre ejerce un dominio que no solo implica el control físico sobre el territorio, sino la capacidad de implantar construcciones de subjetividad absorbidas como realidad. A través de esta hegemonía de conocimiento y por lo tanto de poder, se genera los contra-espacios. Este concepto es definido por el filósofo francés Michel Foucault, como una tercera categoría espacial capaz de localizar las utopías a través del lenguaje operante desde sus intersticios. En otras palabras, desde “el lugar real fuera de todos los espacios”. Ejemplo de esto, continúa, es para los niños la cama de sus padres. Esta sirve de escenario para imaginar que se está descubriendo el océano, o en medio de un bosque. Construcciones ficticias que no dejan de ser reales en cuanto son sostenidas por un lugar concreto. A esto Foucault lo llama heterotopía.

La heterotopía como lenguaje, fragmenta el discurso estructuralista de los teóricos del siglo XX. En él, los significantes dejan necesariamente de adquirir significado a partir de su oposición para establecer una ‘otredad de tercer orden’ que se aparta del funcionalismo contemporáneo. A la vez de englobar tanto al espacio físico como al usuario que habita en él.

---

1. Foucault, Michel, Heterotopías

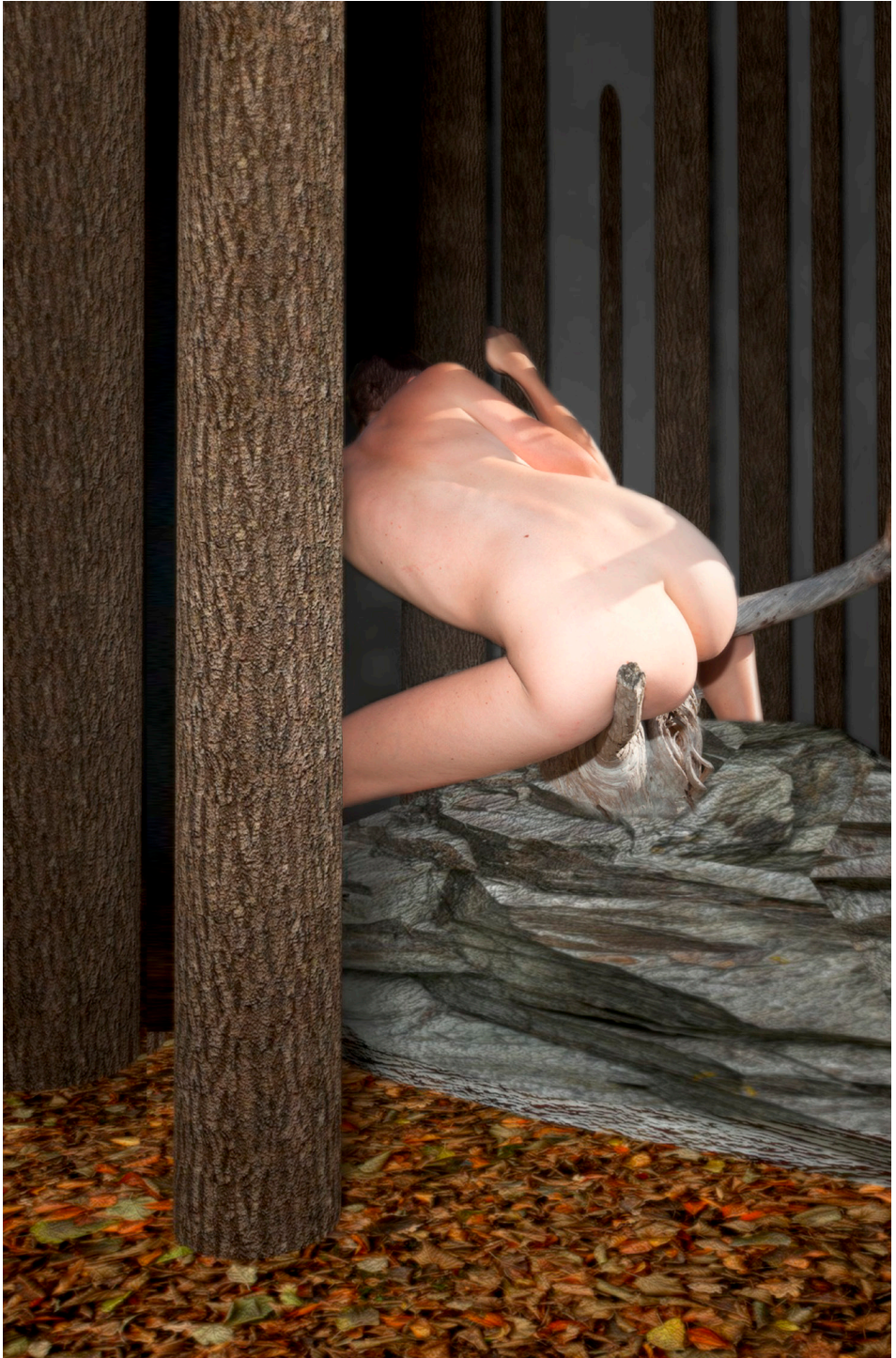
Esto se materializa en las categorías que establece Foucault respecto a tipos de heterotopías, como lo es la *heterotopía de desviación*. En ella, el autor define al usuario “cuyo comportamiento es desviado en relación con el promedio de la norma requerida”, a la reclusión del espacio convencional sobre todo de sus lógicas productivas. La negación del ocio.

Sin embargo, en la actualidad el ocio representa uno de los negocios más rentables para el mercado. Entonces, ¿De qué manera se asocia la heteropía en el sistema existente?

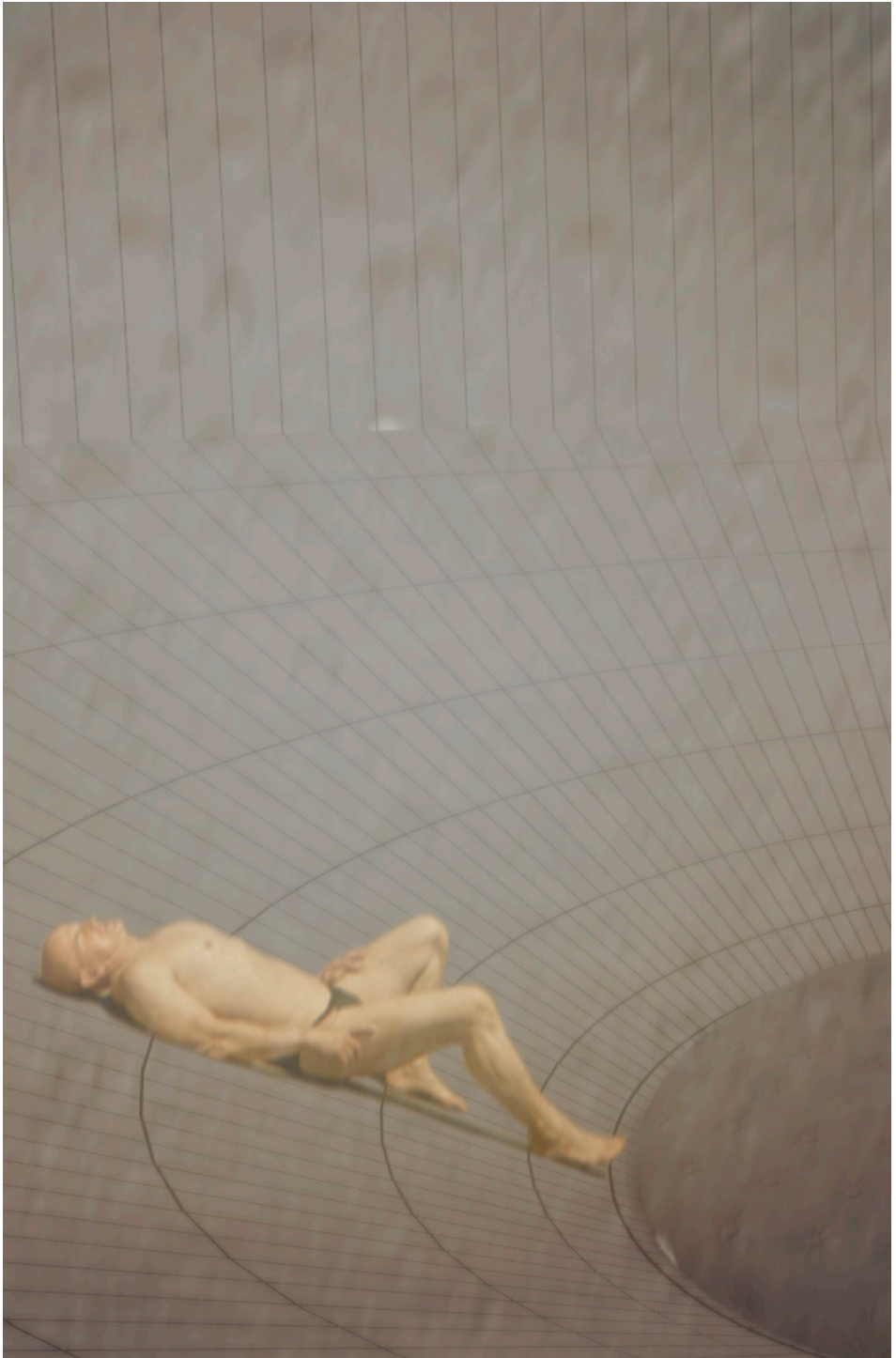
---

2. En ese sentido, se establece el concepto de verdad planteado por Nietzsche en su texto “Más allá del bien o el mal” (1886). En él, discute por qué la sociedad se ha empeñado en la búsqueda de una verdad absoluta, negando la posibilidad de que algo se origine en su contrario. De igual forma, plantea que las instancias donde se propone el hallazgo de la supuesta verdad corresponde a la imposición del ego de quien la escribe, individuo que alcanzaría el poder máximo al delimitar su verdad como la verdad.

En este marco, la construcción del individuo sigue las lógicas de la clasificación espacial binaria mencionada en un principio. Esto, debido a que, si bien su establecimiento depende de las fuerzas que modelan la sociedad, así de los ‘aparatos’ en términos de Foucault, el contraste con el otro también es constitutivo al sujeto. Así, la identidad es reafirmada a partir de la oposición con lo ‘Otro’, que es aquello que no encaja en la sociedad u ocupa un lugar subordinado a ella.



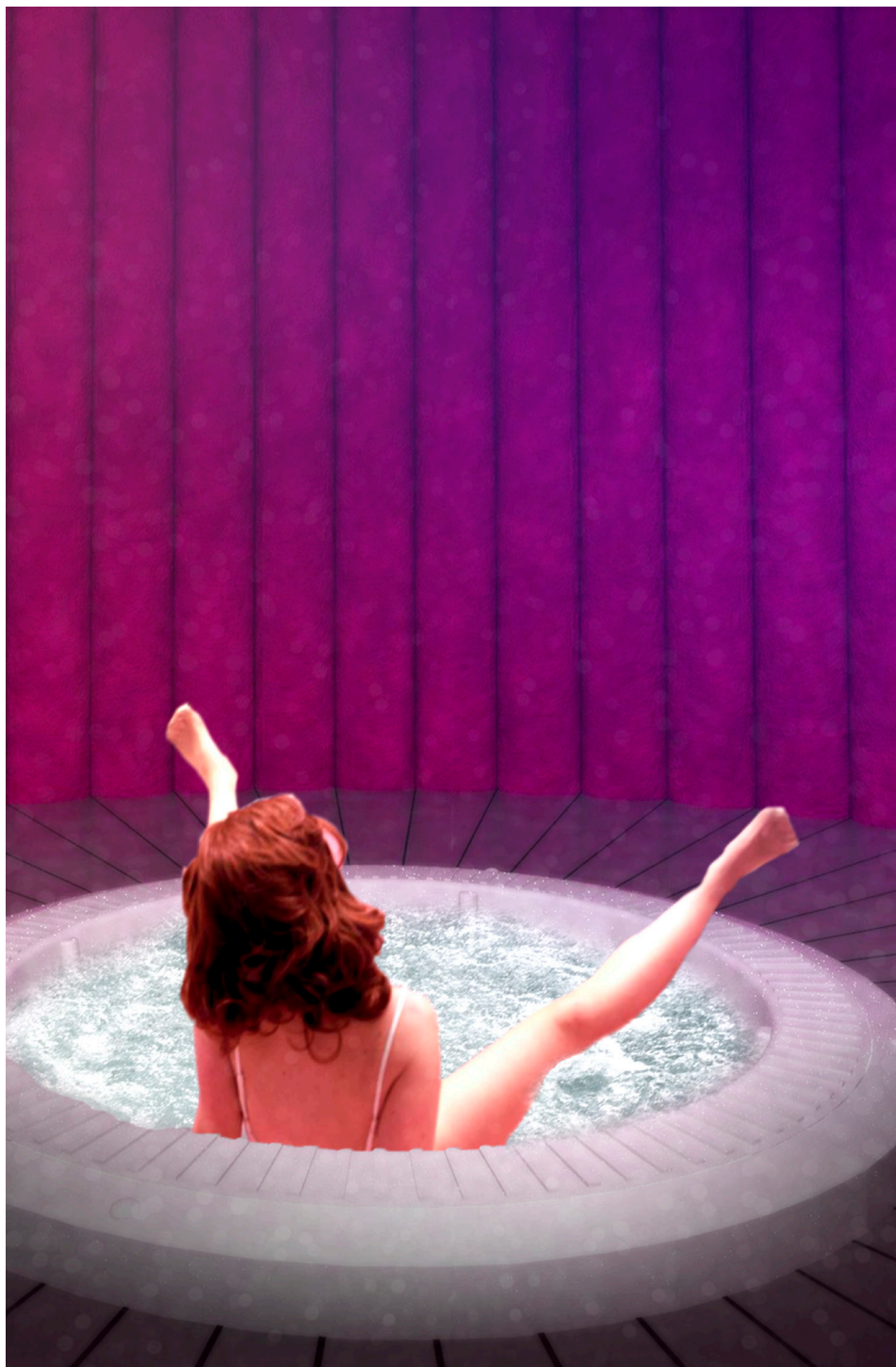
















## BIBLIOGRAFÍA

- ADISSON, Joseph. *Los Placeres de la Imaginación y otros ensayos*. The Spectator, 1712.
- AGUILERA, Marcelo. BUSTAMANTE, Catalina. CÁRDENAS, Jorge. ROJAS, Aracelly. ZURITA, Diego. (2004) *Expresiones de lo popular en el Chile actual: Cine Chileno y humor televisivo*. Universidad de Chile, Santiago.
- ASTENGO, Giovanni. *Cuartos de motel*. Santiago, MAGO Editores, 2008.
- BAUDRILLARD, Jean. *El sistema de los objetos*. París, Editions Gallimard, 1968.
- BELASCO, Warren James. *Americans on the Road: From Autocamp to Motel, 1910-1945*. Cambridge: The MIT Press, 1979.
- BRICEÑO, Rodrigo (2013). *Evaluación de factibilidad estratégica, técnica y económica de implementación de un motel con una propuesta de valor diferente, ubicado en la comuna de Providencia*. Universidad de Chile, Santiago.
- CASTELLANOS G, Raúl. *Plan Poché*. Barcelona, Fundación Caja de Arquitectos, 2012
- COLOMINA, Beatriz, *Sexuality & Space*. New York, Princeton papers on architecture, 1992.
- , *Privacidad y publicidad en la era de las redes sociales*. En Beatriz Colomina. Santiago, ARQ Ediciones, 2018.
- DORFLES, Gillo. *El Kitsch: Antología del mal gusto*. Editorial Lumen, 1973.
- EVANS, Robin. *Figuras, puertas y corredores*. En Traducciones. Valencia, Pre-Textos, 2005.
- FOUCAULT, Michel. *Estética, ética y hermenéutica*. Barcelona, Paidós, 1999.

- GIESZ, Ludwing. *Fenomenología del kitsch*. Tusquets Editor, 1973.
- GUDIÑO, Pablo. *La comunidad de lo (im)político: ser con la otredad*. En vol.8, 2011.
- HAGEL, Jaime. *La cultura del “kitsch” en Chile*. En La Época. – sept. 25, 1990, p. 33
- PRECIADO, Paul B. *Pornotopía. Arquitectura y sexualidad en Playboy durante la guerra fría*. Barcelona, Anagrama, 2010.
- . *Mies-Conception: La casa Farnsworth y el misterio del armario transparente*. En Revista de Arteleku, n.º 44, 2000, pp.26-32.
- SEPÚLVEDA, Carolina. *Centro para las imágenes en movimiento*. Universidad de Chile, 2004.
- STANDFORD, Ann P. TORRES, Benjamín. *Adulterio y responsabilidad civil*. Universidad de Chile, Santiago, 2016.
- SZPILBERG, Daniela. SAFERSTEIN, Ezequiel. *El concepto de Industria Cultural como problema: Una mirada desde Adorno, Horkheimer y Benjamin*. En Calle 14, n.º. 14, septiembre-, 2014.
- VIDLER, Anthony, *El espacio de la Ilustración*. Madrid, Alianza, 1997.
- LIERNUR, Jorge Francisco. *La ‘Otredad’*. En De Re Aedificatoria. Santiago, ARQ ediciones, 2016.
- TALESE, Guy. *El motel del voyeur*. Alfaguara, 2017.
- TEYSSOT, George. SEAVITT, Catherine. *Boredome and Bedroom: The supresion of the habitual*. En Assemblage n.º. 30, 1996.
- TSCHUMI, Bernard, *Arquitectura y Transgresión*. En Oppositions n.º 7, Nueva York, 1975.
- OLALQUIAGA, Celeste, *El reino artificial: Sobre la experiencia del Kitsch*. Barcelona, Gili, 2007.
- TREADWELL, Susan, *The Motel: An image of elsewhere*. En Space and Culture vol. 8, 2005.

## ANEXOS

Entrevista a Héctor Silva, gerente de Moteles Unidos

Lugar: Motel Miraflores 476, Santiago.

Sesión 24.02.2019

Tiempo de duración: 57 min

**HS** / Héctor Silva

**FS** / Francisca Segovia

**FS:** Primero te quería preguntar por cómo llegaste a estas construcciones en calle Marín, porque en un principio eran casas antiguas, en el fondo las adaptaron...

**HS:** Mira, refiriéndonos puntualmente al tema de Marín que es como el más conocido, se habla de el en la tele, entre talla y talla. El Motel Marín mi padre lo compró cuando se llamaba Hotel Oriente el año '88. Era un hotel oscuro, a mi juicio, no muy bonito y tenía 18 o 19 habitaciones, estacionamiento en tándem para tres o cuatro vehículos. Entonces, mi papá como usuario de moteles cuando joven se dio cuenta que como la demanda superaba la oferta, había una oportunidad de mercado y como el viene de una familia de tradición hotelera, en vez de seguir con el hotel de turismo de mi abuelo.

**FS:** ah porque no funcionaba como motel...

**HS:** No, es que mi abuelo tenía hotel de turismo en la playa, en San Sebastián el famoso Hotel Riviera

**FS:** ah ya

**HS:** Que fue de ellos desde los años '60 hasta el 2004. Entonces, no es que a alguien se le haya ocurrido poner un Hotel, sino que mi padre venía de abuelo y abuela que trabajaron siempre en la industria hotelera. De hecho, el año '64 o '62 me parece, les tocó atender a la reina Isabel, trabajaron para el club de Polo, atendieron a la selección chilena del '82 en la papelera de Puente Alto, un banquete para 2000 personas, a Pinochet les tocó también atender. Entonces vienes del rubro del hotelería, de la banquetera, el alojamiento. Entonces mi papá, como usuario de moteles se dio cuenta de que había una oportunidad.

Y bueno, el Motel Marín comenzó apenas con 18 piezas y estacionamiento para 3 autos, de ahí quería crecer y agrandarse y demostrar con hechos, con construcción y se fue comprando a los vecinos. Y yo siempre lo comparo mucho con el ejemplo del Jumbo de Latadía con Bilbao, que a mí me tocó ver desde niño acompañar a mi mamá al supermercado hasta que (Horst) Paulmann se compró la cuadra entera, la manzana entera de Bilbao y ¿cómo se llama? La a continuación de Pocuro, Isabel la Católica. Y nada, son como... Mi papá se fue comprando a los vecinos y de 18 habitaciones pasó a 28, después pasamos a tener 39, después de 39 pasamos a tener 49 y ahora tenemos 73 habitaciones en el Motel Marín. Y esto habla más o menos relacionado con lo que tú me preguntas, siempre comprando a los vecinos, ampliando los estacionamientos para cumplir con las exigencias municipales que cada tanta habitación te exigen tantos estacionamientos o tantas habitaciones por cada estacionamiento. Y también la idea más que registrarse solo por las exigencias es tener buenos estándares para que la gente valore la calidad y vuelva...

**FS:** Eso te quería preguntar, por qué esa calle está llena de moteles, uno al lado del otro.

**HS:** Eh... así como existe la calle de las motos en Lira o la calle de los mecánicos en 10 de Julio, tocó la suerte que casi todos los moteles eh... el más antiguo ahí yo creo que es el Motel Apolo que queda en Vicuña Mackenna eh.. después el de Chateu que es de los mismos dueños, yo creo que Marín que antes se llamaba Hotel Oriente, cuando lo compró mi papá, bueno nosotros como Motel Marín bajo nuestra propiedad, administración en Diciembre del 2018 cumplimos 30 años, de constante cambio, de remodelaciones constantes, de pasar de linóleo a cerámica, de cerámico a travertinos, a piedra pizarra eh... pasamos por papel mural, por pintura, etc... Tratando cada vez de tener habitaciones más atractivas difíciles de que eso lo tengas en tu casa, que el motel sea un complemento a tu diario vivir y que ayude a romper con la rutina de la pareja más que fomentar o difundir el... la...

**FS:** La infidelidad...

**HS:** La infidelidad. Nos hemos tomado súper en serio, mi hermana mayor es arquitecto, mi señora también, y ellas conocen a pintores, artistas, a escultores, diseñadores. Entonces con distintas manos hemos querido dar distintos ambientes a las habitaciones, cosa que las parejas en vez de que vayan saltando

de motel en motel, sino que hagan un recorrido por las distintas alternativas de habitaciones que nosotros les ofrecemos. Es cosa de que tu veas en los sitios web las distintas ambientaciones, no solamente como las que ofrecía el Hotel Valdivia como de los cinco continentes, como antes era caro viajar, era difícil salir fuera, entonces ellos lo que hacían es en el Hotel Valdivia, un hotel súper caro, tu decías quiero la pieza polinesica, quiero la pieza asiática, quiero la pieza egipcia, quiero la pieza china, etc...Entonces, nosotros en un comienzo intentamos tener ese tipo de habitaciones pero a un precio mucho más acorde a la clase media como tú dices. Y eso es lo que quizás a la gente le gustó de nuestra propuesta, la oferta de tratar de equilibrar precio y calidad, tratar de que nuestra oferta no fuera muy cara cosa de que se hiciera como un bien necesario o como le gusta a mi papá, nunca le gustó cobrar caro y tratar de tener el concepto de las picadas, de las tres “b” algo bueno, bonito y barato...

**FS:** Y así puedes ir varias veces y no es como el lujo que te das una vez al año o al mes, no sé. Pero a ver, no entendí algo, tu papá compró el Hotel Oriente cuando era hotel...

**HS:** Mi papá compró el hotel cuando se llamaba Hotel Oriente, yo no sé si funcionaba como motel o como hotel de turismo, no tengo idea. Lo bueno del motel es que me ha tocado, sobre todo en verano, que de repente tu vez autos con patentes de Brasil en el estacionamiento o de Argentina, y lo ocupan harto para dormir y para el otro día seguir ruta. O sea, tiene múltiples usos, no solamente para la intimidad de la pareja. De repente por precio en vez de pagar 40 o 50 *lucas* en un hotel de turismo, pagas 24 y con desayuno y trago de bienvenida. Entonces, muchas veces los mismos taxistas nos recomiendan o de repente uno pregunta ¿y usted cómo llegó? No, me lo recomendaron. Entonces, para alguien que quiere cuidar las *lucas* y de repente solo quiere dormir y al otro día seguir hacia el norte o hacia el sur es una buena alternativa.

**FS:** pero eso que tu mencionabas sobre las temáticas partió contigo o con tu papá

**HS:** No... con mi papá, pero obviamente, claro, como yo tenía a mi hermana arquitecta antes de mi señora eh... ahí tratamos de que las piezas cada vez fueran más atractivas. . Ponerle buenos cerámicos a los baños, porque al final



si tú te das cuentas gastarte 100 o 200 *lucas* más en un baño yo creo que al final mientras mejor te quede el cliente lo valora más. Aparte que son inversiones mínimo a 10 años, entonces pucha, querer ahorrarse 100 lucas en un baño yo creo que es un error, o sea, siempre y cuando tengas los recursos si lo puedes hacer, hazlo. Al final el cliente valora la dedicación, el esfuerzo, haber hecho la diferencia, ¿te fijas?

**FS:** Aparte de la calidad de los materiales del baño y todo eso, las temáticas en qué se basan ahora...

**HS:** tenemos, ehh... mira... Se supone que los atributos valorados entre los pasajeros son dos; yo soy ingeniero comercial, entonces viendo un poco el interés del cliente, lo que más valoran los clientes que van a motel, para tratar de que tú como arquitecta lo consideres, es la privacidad que depende mucho del layout o distribución de plantas del motel y del otro que ya depende de mí personal más que la arquitectura es la limpieza. El buen aseo que hagan las camareras, aunque si los materiales ayudan, o sea si los cerámicos o el piso flotante, el piso cerámico en vez de alfombra. O sea, la materialidad ayuda a que la limpieza sea mejor el aseo finalmente depende de las personas y la privacidad depende también un poco de cómo esté distribuido... Porque acá es inevitable que se tope una pareja en el pasillo con otra pareja, porque aquí la gente entra y sale. Pero de repente los moteles que pueden tener más ventajas que nosotros en cuanto a privacidad podrían ser esos en que el auto llega directo a la cabaña y ahí no te topas con nadie, ni siquiera con el personal del motel. Nosotros tenemos como la misma distribución de plantas como un hotel tradicional. ¿te fijas? Ni siquiera tenemos cajuelas en la puerta de la habitación donde te dejan la bandeja. Tenemos atención personalizada, ya que no podemos ser máster en privacidad, tratamos de que las niñas ojalá den una buena atención cuando hay contacto con el pasajero. Pero a lo que voy yo con respecto a tu pregunta que no te la respondí, es que a ver, tenemos la pieza 1 que es la única pieza con jacuzzi en este motel, pero por ejemplo si seguimos hablando del motel Marín tengo piezas... es que en cada motel yo me di el lujo de... a mi me gustan mucho los autos, entonces en cada motel me di el lujo de tener una pieza tuerca, porque yo mismo, como amante de los autos antiguos, me he dado cuenta de que hay muchos clubes con distintas marcas de autos, de distintas épocas o décadas y... al darme cuenta de que hay muchos sub-nichos o grupos de mercado, así como tú hablas de la clase media que es un grupo o segmento de mercado grande, yo me he dado cuenta de

que hay muchos nichos y que yo al tener estas ciertas piezas como vitrinas y museos que le permitan a la pareja desconectarse del día a día y ayudarlos a no sé po, a que se ayuden a que se olviden de sus problemas por un rato mientras están en la habitación. Incluso hasta tengo piezas que tienen *flipper*... Entonces como para tener algo distinto, algo que no sea solamente los cinco continentes...

**FS:** Claro, igual los que he estado viendo han sido, no sé, tienen más que lugares lejanos experiencias como, no sé, la cárcel, el establo...

**HS:** Sí, no, mira nosotros... yo inventé esta marca "Moteles unidos" 13:18 que es la sumatoria de Marín 014, Gala, Miraflores y 10 de Julio. Si te muestro, por ejemplo, Marín 014, ehh... yo igual le doy tema libre a las distintas personas que han intervenido porque como ellos dominan el tema que yo no domino, que es la parte visual, de diseño, la parte de como... lo que le nazca al autor en el momento. Yo les digo oye hazme cualquier habitación pero que sea distinta a las demás y que ojalá sea mejor que las que ya existen simplemente tratando con un espíritu de superación constante. Y eso la gente lo valora igual, por ejemplo, tengo esa pieza que es una máscara de (fragmento no audible), acá tengo un mural que parte desde media altura hacia arriba con un espejo en el techo y entre el espejo y el techo hay una luz led que va cambiando de color. La cubierta del cubre cama es una imagen, mando a textil a que me hagan el cubrecama, papel mural. El piso es igual que las banderas de llegada a la meta (cuadros blancos y negros). Los veladores son tres neumáticos banda blanda, vidrio y una tapa de rueda y tu pon tu trago ahí o tu reloj, tu celular, tus llaves, tus aros. Y aquí había un flipper pero al final lo pusimos en un área común y aquí pusimos un sillón de Cadillac rosado como tributo a Elvis. Ahh algo súper importante, en este motel como tenía una pieza tributo a la Marilyn Monroe, la 21, en la pieza 23 estaba la de James Dean y en la 22 no había nada. Y al final, ahí le pedí ayuda al presidente del fan club de Elvis Presley, le dije oye cuáles son los colores favoritos, si tienes fotos de todos los viajes que hacen una vez al año en el mes de agosto a Memphis, si me podía dar fotos o si nos podíamos juntar a tomar un café. Y al final me mandó fotos por *whatsapp* y me di cuenta que los colores que más se repetían eran azul y amarillo como colores primarios y mandé a hacer un respaldo de cama en papel mural que es una estampilla de Elvis... Siempre tratando de no sé, acá hay una pieza tributo a Isla de Pascua porque es uno de los destinos que más busca la gente del extranjero y de Chile también.

**FS:** ¿Y esos estudios de mercado en cuanto a gustos cómo los haces?

**HS:** Es súper difícil, porque la gente busca que no los molesten. Yo tampoco hago encuestas por escrito, uno les tiene que ofrecer, es como ensayo y error, es como estímulo genera respuesta o como causa y efecto. Por ejemplo, cuando estuvo de moda el tema de legaliza, que pillaron al hermano de Sergio Lagos en Santa María con plantas de marihuana y todo el tema... Yo caché que se venía el tema de la marihuana, que era bien polémico y le dije al compadre que me hace decoraciones *Oye quiero la bandera de Jamaica en el respaldo de la cama pintada con el rostro de Bob Marley en el centro y lo demás agrégaselo tú*, y ahora tú vas a la pieza y es súper bonita, en frente de la cama compré una colección de cajitas de papelillos, la enmarqué. Tengo un amigo que vive en La Serena que pinta con pastel y tiza sobre pizarra y se hizo un Bob Marley de lujo. Entonces, son pequeños detalles para que la gente se sienta bien, ¿cachai? Con pequeños detalles hacer la diferencia como dice el dicho. Mira por ejemplo acá me compré los mismos veladores que en el motel Marín, un flipper que todavía está, un cubrecama con la foto de neumáticos, señalética real, un pedazo de semáforo peatonal, tapas de ruedas de verdad, este es un papel mural no son patentes, aquí tengo frontales de autos, levanté el cielo americano y recuperé doble altura para que hubiera una sensación de espacialidad mayor y más cómoda cuando descansas después, te relajas y ves que el techo no está tan cerca de tuyo. Entonces, por ejemplo, acá cachai que antes ese ducto de aire no se veía porque el nivel estaba (fragmento no audible) le puse respaldo. Pero te quería mostrar... y tengo una pieza súper entretenida, mira para no tener que hacer click a todas las imágenes, bueno ahí está el *flipper*, la puerta para entrar al baño, fui a buscar los cerámicos de autos los fui a buscar al puerto de San Antonio yo mismo. O sea, es una entrega y una dedicación que igual es grande, el mismo compadre que me ayudó... Por ejemplo, aquí hay un frontal de un Chevrolet ¿te fijas? Entonces tu estás acostado y acá hay otra vitrina con un tablero de un auto, entonces no sé, que encuentre cosas de un motel que son difíciles de encontrar, cosa de que hagan que el lugar sea único y que sea un complemento a tu casa porque quizás en tu casa no tengas un caño, un espejo en el techo ¿te fijas? No sé si se entiende la idea...

**FS:** Sí...

**HS:** Por ejemplo, el compadre que me vendió el frontal alguna de estas señaléticas y tapas de ruedas o que me vendió el frontal ese que te mostré eh... vio

que tenía esta silla erótica que la iba a dar de baja porque esto antes tenía una camilla y la cuerina de esa camilla estaba quebrada, tenía que re tapizarla, entonces él me dijo *¿qué vas a hacer con eso?* Y le dije *no sé po, como ahí había un flipper no voy a tener espacio para poner la cama y me dijo ¿me dejai cranear algo, me la llevo y te presento un proyecto?* Y él me dijo *saquémosle la camilla y hagamos una silla erótica, pero con una moto integrada.* Entonces...

**FS:** ¿Pero eso se mueve?

**HS:** No, es estático. Pero entonces inventamos en otra pieza que tenía cielo americano, inventamos la pieza para los tuercas, para los que les gustan los autos o los motoqueros. Agrandé el baño, lo hice de lujo. Entonces no sé *po*, he tratado de que los espacios sean más gratos cada vez ¿te fijas? O sea, para alguien que venía antes y ahora viene y ve estas cosas, como que de repente pagar dos o tres *lucas* más de las que pagaba antes, yo creo que las pagan felices.

**FS:** ¿Y hay temas que no sean tan masculinos?

**HS:** sí, bueno no sé qué opinarás de esta temática... eh... es una pieza con mosaico, cerámico, con piso con relieve para que no se vayan a refalar, este es un caballito de mar con fibra de vidrio maravilloso... eh...

**FS:** Es que uno dice “tuercas” y al tiro se imagina como la pieza de gusto masculino...

**HS:** no pero no es tan así, yo tengo una empresa que arrienda autos a matrimonios y yo en un comienzo pensé que iban a ser puros hombres los que iban a llamar y son puras novias las que me llaman. O delegan el tema de la organización del matrimonio en la novia o quizás uno tiene prejuicio porque la mayoría de los llamados son de mujeres. Entonces parece que la que busca la información es la mujer y eso. Bueno, se supone que los autos son para hombre y para mujer, y las motos también...

**FS:** Pero igual es más hetero normado decir tuercas = hombre, ¿o no?

**HS:** ¿Hetero normado? Pero igual los colores son pasteles *¿cachai?* Cubrecamas con motonetas. Es que sabes que para nosotros es súper importante que

no se cargue para el lado del hombre solamente el tema porque la mujer es el 50% de la pareja, independiente de que vengan dos mujeres juntas o dos hombres juntos

**FS:** ¿aceptan el ingreso de parejas del mismo sexo?

**HS:** O sea, por la ley Zamudio uno no puede discriminar...

**FS:** No no, pero entrevistando a usuarios igual me he dado cuenta de que hay moteles que no dejan entrar a dos hombres...

**HS:** Es que no, la única restricción legal que enfrenta este rubro es que ambos deben ser mayores de 18 años. O sea, si alguien viene a 1 día o a 2 días de cumplir 18 no puede entrar. Si entran 2 niñas o 2 niños yo los tengo que dejar entrar siempre y cuando tengan 18 años. Yo no soy Dios como para decir ustedes no pueden entrar porque es un motel de heteros. De repente yo... De hecho, a nosotros como motel Marín hace años atrás nos pasaron la primera multa por la Ley Zamudio porque el guardia le negó el libro de reclamo a dos lesbianas y a su vez yo tenía un papel puesto en la recepción que decía que, como se llama, que por un tema de segmentación, que para mí segmentar no es discriminar, segmentar es, no sé po, o haces cabañas o haces edificios de oficina pero no por eso tú vas a discriminar. Si tú tienes claro tu meta, tu foco, tu nicho de mercado, de repente va haber un compadre que le va a interesar atender a parejas gay y si la pareja hetero no encuentra motel en ningún lado (fragmento no audible) No sé, por eso yo decía como Marín es sabido que es hetero, quizás no tiene decoraciones tan sofisticadas como para lesbianas o homosexuales eh... se sabe que Marín es un motel hetero, pero claro esta pareja de niñas que según el guardia venían del motel de al frente, entonces andaban buscando problemas. Pero más que detenernos en eso, es tratar de ofrecer un lugar con un servicio continuo, no paramas ningún día del año excepto cuando se fumiga, ahí aprovechamos los días legales que hay que asegurarles a los trabajadores tener dos domingos libres al mes. Cuando hay que fumigar aprovechamos de darle un domingo completo y se cierra el domingo en la noche y se fumiga por cuatro días al año por la recomendación del SESMA y el SEREMI.

**FS:** Una pregunta más amplia... Cuando partió la investigación nosotros conversándolo como taller decíamos igual podríamos hacer un motel o quizás ya

existe un motel no para parejas sino como para una experiencia comunitaria (orgía/*swinger*) pero surgió la duda sobre la injerencia de la Municipalidad en cuanto a restringir ciertos actos dentro del motel. Porque si bien la patente es hotel de turismo, ¿lo que ocurre dentro lo pueden regular?

**HS:** O sea, se supone que en una habitación con una cama de dos plazas debiera ser máximo más personas...

**FS:** Pero, por ejemplo, si tu quisieras hacer una habitación más grande...

**HS:** O sea, yo creo que, en *Playboy*, que es un canal de adultos que le tenemos a los clientes, yo veo que se le pasa a buscar a una pareja, a varias parejas de matrimonios que de repente están medios sumergidos en la rutina y quieren ver o sobre estimularse, como salir de la rutina, los invitan a un *reality* de ir a, como se llama, a tener experiencias de *swinger* con otras parejas. Entonces yo sé que hay *swingers* acá, pero mira nunca hemos querido y quizás ahí nos falta más marketing, pero nosotros siempre hemos sido de una sola línea, la del motel tradicional desde el hotelería que viene desde mi abuelo y mi padre. Por lo tanto, nunca hemos querido hacer convenios con niñas del ambiente de prostitución, pero no. Porque los moteles están mal posicionados, están mal ubicados en la mente de los consumidores, del mercado, de la sociedad que piensa que somos oscuros y desde el mismo arte integrado hemos querido darle color para que la gente no se sienta culpable cuando viene a pasarlo bien o para saciar una necesidad básica un *must* si tu buscas en *google*, se supone que las relaciones sexuales son una necesidad básica o fisiológica. Entonces, eh... me desvié de lo que estábamos hablando, pero eh...

**FS:** sobre la línea tradicional motelera...

**HS:** ah... no hemos querido hacer alianzas estratégicas ni con *topless* ni con prostitutas. Una vez se acercó a nosotros un compadre que venía llegando con su señora de Nueva York, del SIO no sé si todavía existirá ese *club swinger*, Sandra y Orlando parece que se llamaban y ellos nos decían si podíamos dejar una carta de precios con los valores de las habitaciones acá por si las parejas de aquí después se quieren ir para allá. Entonces, claro, es que en este *reality* tienen a estos matrimonios que bajan a la piscina, interactúan con la gente, se intercambian qué se yo, y hay un cuarto rojo gigante con una cama de 10 plazas y ahí según la química y onda que haya... pero nosotros no. Solamente te-

nemos habitaciones pensadas para la pareja, quizás somos muy poco revolucionarios, quizás nos estamos quedando en el pasado, porque también muestran los *springbreaks* gringos de las universidades en donde los cabros de 16 o 18 años están todos teniendo sexo en los camarotes... yo cuando tenía 18 años no tenía idea de nada, entonces, no sé, quizás nos estamos quedando en el pasado, pero yo creo que al final la gente lo valora. Al final si eres muy rupturista como que hay un tema de moda, en donde esas tendencias muy rupturistas duran poco, no son socialmente aceptadas con facilidad.

**FS:** Lo más parecido que yo he encontrado han sido sauna gay, que son colectivos, pero claro, son más tráfugos.

**HS:** El mismo niño de las decoraciones es gay y él me lo ha comentado lo mismo. Es como un lugar, o donde la misma disco que queda en Santa María...

**FS:** ¿Fausto?

**HS:** Fausto, se que está el callejón oscuro entonces te metes en un callejón oscuro y no sé qué diablos pasará, pero bueno... cada lugar tiene algo que ofrecer y nosotros ofrecemos un servicio más un lugar físico donde la pareja a puertas cerradas hace lo que quieren en un tiempo limitado.

**FS:** Para cerrar el tema de las temáticas, al final tú me decías que las temáticas son una exploración tuya que tu ofrecías al mercado...

**HS:** Claro, o sea, yo le he dado tema libre a las distintas manos cosa que no... de hecho, mira, en el motel Marín tengo una pieza que hizo José Yutronic, no sé si te suena, en el Motel Marín tengo una pieza que pintó este grafitero que ha sido invitado por la embajada de Alemania de Chile, lo invitó a exponer en Berlín, él hizo un mural en las afueras de la ciudad azul de la Chile, pintó hace poco la estación Cerrillos del metro y ahora tiene una galería que la inauguró el miércoles pasado, que yo fui a ver, en la Universidad de Talca, en la calle Quebec con Condell en el primer piso. Es un tremendo pintor. De hecho, nos hicieron un reportaje para una revista italiana, de ahí métete a la página Motel Marín. Entonces se hizo un experimento, bueno ese piso es del motel Gala, que tiene doble lavatorio, doble cerámico, con dos caídas de agua, aquí tiene cerámico de (fragmento no audible) le puedes echar monedas al buda de la

suerte, las típicas cosas de vitrinas. Esta es una pieza con jacuzzi en el motel Gala, esta es una pieza medieval en que no se aprecia algunas cosas como las espadas, esa es la pieza tuerca del motel Marín que ahora no tiene el *flipper* pero tiene una punta real de Cadillac que se hace sillón, la pieza cabaret que tiene un caño acá y la ducha que se ve desde la cama. Esa pieza está buena para despedida de soltero porque puede haber una niña bailándote acá y otra bañándose o al revés, despedida de soltera también, para no pensar solamente en lo que quiere el hombre. Ahí le di tema libre al niño que decora. Aquí se había hecho, lo hizo una niña que se había titulado del INCACEA de Colón, queríamos hacer basándonos en las *50 sombras de Grey*, en este muro había esposas, te podías atar a la muralla, pero se robaron las esposas... Bueno, tenía caño y un baño moderno, bonito con lavatorio sobrepuesto, una pieza china con lámparas típicas de restaurant chino, una pieza cabaña, una pieza medio sadomasoquista con una silla erótica blanco con negro. Aquí una pieza que la titularon *Las 1000 y una noche* que tiene tres ambientes, el ambiente principal al medio para tomarse el trago, y al comienzo un sofá en donde te puedes sentar, esa es una pieza safari bien bonita, es una mansarda entera la habitación...

**FS:** ¿Y cuánto cuesta en promedio en relación con los metros cuadrados?

**HS:** Las piezas chicas entre 12 y 14 *lucas* y las grandes no sé... En el motel Gala que es de los mismos dueños que el motel Marín el precio sube cuando hay sauna (en una sola pieza)

**FS:** Esa es la súper vip

**HS:** Sí, es que lo que pasa es que lo que más busca la gente es jacuzzi o piezas con tema. Esta es la pieza "la caperucita roja" la hizo un primo que es arquitecto, de hecho, el respaldo tiene un pequeño espejo que dice *para comerte mejor* y el espejo del baño dice *para verte mejor* y es rojo como la caperucita. La pieza casino, siempre tratando de tener estímulos distintos. La pieza elegante con quiebra vista cosa de que cuando la camarera abra la puerta de la habitación, siempre me decían las camareras que muchas veces cuando... Quizás esto te interesa, nosotros cobramos igual que los McDonald al comienzo...

**FS:** ¿En qué sentido?

**HS:** Yo te muestro la habitación y te pregunto si te gustó, la quieres por tres



horas o por noche, por ejemplo, si es en la noche y me dices no, la quiero tres horas y yo te digo ya, son 15 *lucas*. Y de ahí tú me pagas las 15 *lucas* y yo te ofrezco un pisco sour, vaina, cerveza y no sé *po*, tú vas a tomar un jugo y tu pareja un vaso con agua. Entonces, la niña va a buscar las cosas para tomar, te lo llevan en la bandeja junto a la boleta y el vuelto. Y muchas veces cuando llegan me dicen la pareja ya estaba en plena cuando llegamos con las atenciones. Entonces, pusimos en algunas habitaciones quiebra vista donde dejar la bandeja lista y no llegar a *rompe y raja* a intervenir en un ambiente que ya está intervenido...

**FS:** Claro, porque en otros moteles se ocupan las cajuelas que son esta especie de orificios en el muro en donde se deja el trago...

**HS:** Sí, por ejemplo... ¿lo encuentras muy machista?

**FS:** ¿Qué cosa?

**HS:** Es que igual me interesa saber, es que en realidad las piezas tuercas son gusto mío no más. Porque sé que hay mucha gente que le gusta los autos. Mira, hay un amplio surtido, esto es rico en un motel que ojalá las duchas sean grandes y que haya una caída para la niña y una caída de agua para el niño, porque cuando los dos se quieren duchar juntos y hay una sola salida de agua, entra uno y se baña y el otro se muere de frío aunque sea verano.

**FS:** Están cuáticas...

**HS:** Sería bueno para que te formaras una visión más amplia antes de que cierres tu ciclo de investigación que le eches una mirada a donde se deja la ropa sucia, la ropa limpia, cómo son las bodegas, dónde se organizan los espacios...

**FS:** Eso te iba a preguntar ahora... O sea, antes de eso las tarifas serían en términos de horas, 3, 6, 12 horas.

**HS:** Primero, generalmente los valores son dependiendo el tipo de habitación, mientras es más pequeña es más barata, mientras más grande es más cara. O sea, a medida que aumenta el tamaño de la habitación sube el precio y si es más equipada o con más decoración es más cara. Y las piezas más caras

son con jacuzzi...

**FS:** Y la gente está dispuesta a pagar por eso...

**HS:** Mi gran aprendizaje de todos estos años, que de hecho ahora en febrero estoy cumpliendo 20 años trabajando en esto, es que la gente está dispuesta a pagar más por algo mejor.

**FS:** ¿En cuanto a la competencia entre los moteles de la calle Marín? Porque justo en Vicuña Mackenna, Marín, están en su mayoría concentrados. Al menos en el mapeo que se ve en *MotelNow*

**HS:** Sí, yo creo que mucho tiene que ver la ubicación de la Plaza Italia, no sé si alguna vez tú has escuchado decir que se habla de la Plaza Italia para abajo y la Plaza Italia para arriba. Entonces estamos justo en el límite de eso, de repente uno dice chuta Marín es súper heterogéneo porque traer un taxi como también un *Porsche* 0 kilómetros en el estacionamiento. Entonces, no sé si el lugar geográfico ayuda mucho a una de las cuantas razones por las cuales esto ha podido funcionar bien en cuanto ha durado 30 años. Y sí, hay harta oferta en el sector, pero estamos tranquilos. O sea, no hay que cruzarse nunca de brazos, siempre tratando de mejorar los productos para ofrecerle a la gente

**FS:** Pero en la ubicación, por ejemplo, igual uno podría cuestionarse por qué no hay moteles en Las Condes y sí hay en el centro o en Providencia

**HS:** Porque... Mira, nosotros antes de comprar el motel Gala, mi papá con un amigo, querían comprar el Hotel Los Arbolitos que queda en La Reina, en Larraín antes de llegar a Casanova por Las Perdices. Entonces, mi papá me dijo anda a hablar con Dirección de Obras, con la arquitecta de turno para ver qué información te pueden dar al respecto. Entonces, fui a hablar con una señora y le digo disculpe vengo de unos socios inversionistas que me pidieron venir a buscar información para la toma de decisión sobre el hotel Los arbolitos, si hay una posibilidad de que lo vendan. Y lo primero que me dijo la señora fue mire si usted lo quiere comprar y lo compra, yo mañana se lo clausuro, y le dije pero por qué, me respondió porque ese motel tiene unas remodelaciones que nunca fueron regularizadas, aparte que esos moteles se instalaron acá cuando esto eran puros potreros y ahora que Peñalolén y La Reina están prácticamente unidos –y es verdad, yo cuando era chico iba con

mis viejos por ahí y eso no estaba tan construido como ahora, es como para demostrar el problema que hubo la otra vez con el puma que estaba en un árbol porque invadieron su territorio- entonces los moteles no eran bien aceptados ahí y que quieren que desaparezcan por muerte natural. Y le dije *¿a qué se refiere por 'muerte natural'?* y dijo *No, que cuando muera el dueño actual van a asumir los hijos y después van a asumir los nietos hasta que ya mueran.* Pero claro, eso es lo que dice una persona, pero mientras tu tengas tus patentes, tus permisos y pagues tus impuestos y el negocio de para que siga funcionando, se pueda renovar la patente de alcohol sin ningún problema, no va a haber ningún problema en seguir funcionando

**FS:** Pero ya, si tuvieras que abrir un motel, cuáles serían tus requisitos en cuanto a conectividad...

**HS:** Lo primero es saber por informes previos si tengo la posibilidad de explotar el rubro en lugar. Creo que, aplicando inteligencia, tratando de ser súper estratégico aprovecharía hacer una encuesta origen-destino de la misma gente que viene a los moteles acá, porque capaz que el resultado del estudio arroje que chuta el 70% de los clientes vienen de Estación Central, por decir algo. Entonces, me conviene ponerme allá, es más cerca del mercado, por decir algo. O ponerse donde hay poca oferta, pero que sea un lugar seguro y que no nos asalten a cada rato. Este igual está bien ubicado, estamos a una cuadra de la estación Bellas Artes, a cuatro o cinco cuadras de la estación Santa Lucía, cerca de oficinas, cerca de Plaza de Armas, del Cerro Santa Lucía, del Parque Forestal

**FS:** Y en cuanto al público, ¿Cuál es el público objetivo de los moteles o de tu motel en específico?

**HS:** Mira, entre 18 y 60 años, pero la mayoría son como de 35 a 60. Gracias a la aplicación MotelNow está llegando gente más joven, como nacidos el '93

**FS:** ¿Y respecto al horario más concurrido?

**HS:** El horario después de la salida de la oficina, 18:30, 19:30, 20:00, después de la pega.

**FS:** Sobre la aplicación, en el fondo ¿cómo proyectas este rubro motelero?

Ahora se están haciendo alianzas con aplicaciones que son otras formas de publicitarlo...

**HS:** Lo que pasa es que claro, antiguamente poníamos publicidad en La Tercera, había una página llena de moteles, de saunas, arriendos de habitaciones. Y ahí nosotros comprábamos un aviso anual que salía todos los días de año excepto 1ero de Enero y 1ero de Mayo que no circula el diario. Pero hoy en día ningún cabro joven compra el diario para ir a un motel, se meten a google y cachan que hay una aplicación para ir a moteles y se quieren asegurar que cuando lleguen van a tener habitación para no tener que andar dando bote sobre todo cuando salen del carrete un sábado o un domingo en la madrugada. Ese fue el objetivo de la aplicación, que, si salimos de una fiesta a las 5 am, para no asegurarnos no dar bote a esa hora en que todos los moteles están ocupados, que la aplicación te diga cuál es el motel más cercano de tu ubicación actual y si tiene alguna pieza disponible y si tiene, la reserve al tiro. En el fondo es irse a la segura. Y me he dado cuenta, porque yo tengo un cuaderno de *Motel Now*, donde pongo fecha, el código que me dan ellos de la reserva, valor de la habitación y en una columna yo pedí que me pusieran el año de nacimiento del dueño del carnet que se registraba. Me necesitan en La Dehesa...

**FS:** Sí, dale, si quieres lo dejamos para otro día...

**HS:** ¿Porque te falta mucho? Lo que podemos hacer es que te invito otro día a que... Este motel está súper bien hecho porque tiene la entrada peatonal, la entrada de autos, tiene estacionamiento que igual es valioso para estar acá en el centro, tengo bodega de ropa sucia, de envases de bebida. Como que el *layout* para un arquitecto es interesante de ver...

**FS:** Ahí me dices otro día...

