

## CasaGrande, el placer del vértigo

Por: Ahmed Hassán

(publicado en Revista CUADERNOS, Santiago-Chile, 2003)

*Llenaron de versos los vagones del Metro de Santiago; bombardearon el palacio de La Moneda; hicieron transitar a miles de personas por el interior de una revista; provocaron una lluvia de poesía sobre Croacia; están a punto de enviar una revista al espacio y ocuparon el Museo de Bellas Artes para mostrarla. Sepan los lectores que quien escribe este artículo está tan confundido como ellos. Para aclararnos, iremos recorriendo esta historia junto con sus protagonistas.*

### **Los inicios**

En 1996 un puñado de ex compañeros de colegio decidió subirle el ánimo a un amigo que pasaba por un mal momento, armando una banda musical en la que él sería el cantante. Así, como por casualidad, surgió la “Sonora Casagrande del Sol tropical”; agrupación sui géneris formada por músicos que más que tocar, tropezaban con sus instrumentos. Pude verlos actuar en más de una ocasión y me maravillaba lo mal que sonaban; pero suplían esa falta de pericia con un desenfado que ponía a bailar hasta a los muebles.

Según Cristóbal Bianchi, “tocábamos la música que no escuchábamos: cumbias, reggae, sound, daba lo mismo. Éramos una excusa para que Clavel (el vocalista), que de cantante tenía muy poco, se subiera al escenario”.

Aprovechando el entusiasmo decidieron sacar una revista. Nacía la publicación que “no se vende ni se compra” a imagen y semejanza de la sonora: páginas de papel couché de alta calidad y excelente diseño, como soporte para artículos plagados de faltas de ortografía. La mezcla de inexperiencia y patudez seguiría haciendo funcionar lo que estaba pronto a convertirse en una máquina.

La revista sobrevivió a la sonora, que dejó de existir con la partida de varios de sus integrantes al extranjero. Hasta ese momento lo único que la distinguía del resto de las publicaciones era su gratuidad; los 500 ejemplares de cada edición pasaban de mano en mano entre amigos y colaboradores. La calidad de sus contenidos mejoró gradualmente, creció en cantidad de páginas y así, poco a poco fue adquiriendo el carácter que le conocemos: la total falta de carácter. Los números aparecían en cualquier fecha, con portadas y logos diferentes, eran anónimos y se lanzaban informalmente en las mismas fiestas organizadas para financiarlos.

En resumen, las siete primeras ediciones de la revista se costearon a través de fiestas organizadas más o menos periódicamente. Casagrande se sostenía gracias a un grupo cohesionado de ex compañeros de colegio; un diseñador de lujo y una amplia gama de jóvenes escritores. Todos trabajaban en forma voluntaria. De hecho todavía lo hacen, aunque el staff ha variado.

Preguntamos a Julio Carrasco sobre esa primera parte:

“Sobre esa parte pregúntale mejor a Cristóbal y Joaquín. Para entonces yo era un colaborador habitual de la revista; escribía, no integraba el comité editorial. Cristóbal (Bianchi) y yo nos habíamos conocido en el taller de poesía de la Fundación Neruda de 1996, un poco antes que empezara todo esto, y a través suyo conocí a Joaquín (Prieto). Empezamos a trabajar juntos de manera sistemática a partir de Poesía en el Metro”.

## **Poesía en el Metro**

El primer paso de Casagrande en el espacio público fue la instalación de 250 paneles con poemas de 35 autores de los noventa, en el interior de los vagones del Metro de Santiago. El proyecto POESÍA EN EL METRO había descansado varios meses en las oficinas de Metro SA, y un buen día la gerencia pidió su realización ahora mismo. Esa misma tarde los ejecutivos de la empresa recibían el material digitalizado y listo para ir a la imprenta.

Los más sorprendidos fueron los usuarios del tren suburbano, porque para ese momento la iniciativa era bastante novedosa. Había antecedentes de algo así en Europa, pero la utilización del metro para posicionar a toda una generación de poetas no tenía precedentes hasta la fecha. José Joaquín Prieto cuenta que “mucha gente recorría trenes enteros para leer los poemas; nunca más he vuelto a ver una cosa así”.

Los paneles permanecieron 6 meses en los vagones a contar de noviembre de 2000. La dirección de Casagrande en internet recibía mensajes a diario, que contenían desde felicitaciones hasta sugerencias sobre qué otros autores incluir. El nombre de Casagrande comenzaba a asociarse con algo más que una revista.

## **Bombardeo de Poemas sobre La Moneda**

La dictadura militar convirtió al edificio de La Moneda, ya reconstruido, en una mezcla advertencia y recordatorio, que le hacía jugar frente al país un rol mucho más complejo que el de una casa de gobierno. No obstante, los acontecimientos previos a marzo de 2001, fecha de la primera versión del encuentro internacional Chile Poesía, aceleraban un proceso de cambio en la mentalidad ciudadana.

La detención de Pinochet en Londres había puesto nuevamente en las pantallas de la televisión las imágenes de La Moneda en llamas, y a poco de asumir el gobierno de Ricardo Lagos, el Patio de los Naranjos abrió sus puertas al tránsito de las personas, que lo cruzaban extrañadas por la falta de costumbre. Todo esto contribuyó a favorecer en el ánimo de la ciudadanía, una actitud especialmente receptiva ante lo que sería el segundo bombardeo de La Moneda. Y también creó en la mente de algunos la ilusión de que algo así era posible.

Pero los lectores y yo coincidiremos en que bombardear La Moneda con poemas era de todas maneras una idea trasnochada, por no decir estúpida, debido a sus pocas probabilidades de éxito. Cristóbal Bianchi lo corrobora:

“Era una idea descabellada; si hubiéramos sido sensatos no lo habríamos intentado. Pero sabíamos que pronto vendrían poetas de todo el mundo a reunirse en nuestro país en el marco del festival Chile Poesía, y estábamos convencidos de que no habría mejor

oportunidad de hacerlo; así que lo hicimos”. Contarlo es fácil.

Una vez fijada la idea de lanzar poemas, surgió la discusión sobre qué formato físico utilizar para ello. Lo único claro era que debían ser objetos de uso práctico, para que la iniciativa resultara en un regalo tangible a la ciudadanía. Las primeras propuestas apuntaban a imprimir los poemas en posavasos y objetos parecidos, pero fueron rápidamente desechadas. Imagino que La Moneda no estaba preparada para una lluvia de posavasos. Tal vez en el futuro; esta vez primó la cordura y se optó por utilizar marcalibros.

Faltaba el permiso para realizar el proyecto. Cristóbal continúa: “Al principio pensábamos que era llegar y tirar los marcalibros, después supimos que el espacio aéreo de La Moneda es el más prohibido de Chile. Pedimos una reunión con Agustín Squella y conversamos con él como cualquier hijo de vecino. Él había visto los poemas en el metro, y le impresionó favorablemente que no le pidiéramos dinero, sino autorización para realizar el proyecto”. Pero obtener la autorización de la Dirección de Aeronáutica Civil fue más complicado: “La autorización de La Moneda no bastaba. Fuimos a la Dirección de Aeronáutica con una carta del gobierno que no les convenció porque no especificaba qué tipo de papel se iba a lanzar; entonces nos vimos en el problema de tener que reunirnos otra vez con gente de La Moneda, cuando quedaba muy poco tiempo para la fecha. Por suerte estábamos sintonizados con el organizador de Chile Poesía, José María Memet, quien nos ayudó a conseguir la segunda carta”.

No era para menos si consideramos que se debieron sortear cuatro disposiciones legales:

prohibición de volar sobre multitudes.

prohibición de volar de noche.

prohibición de lanzar objetos desde el aire.

estricta prohibición de utilizar el espacio aéreo de La Moneda. Valga señalar que sólo había sido sobrevolado una vez con antelación: el 11 de septiembre de 1973.

Sumado a lo anterior, la Municipalidad de Santiago puso dificultades a la realización del proyecto argumentando que los poemas ensuciarían el sector. Pero como La Moneda y la Plaza de la Constitución no dependen de dicha institución, no pudieron impedirlo.

Según Julio Carrasco los contactos con Chile Poesía se habían establecido una semana antes: “Estábamos conscientes de que el escenario ideal para lanzar los marcalibros era la lectura poética del 23 de marzo, por la cantidad de personas que congregaría y la calidad de los poetas invitados. Para nosotros trabajar sincronizadamente con Chile Poesía era de suma importancia”.

Paralelamente se llevaban a cabo las gestiones para arrendar un helicóptero desde el cual lanzar los marcalibros. No cualquier aparato podía hacerlo, la Dirección de Aeronáutica Civil exigía un bimotor por razones de seguridad. Como en Chile hay cerca de una veintena de helicópteros de este tipo, surgieron nuevas dificultades.

El helicóptero que habían reservado previamente se estrelló en Valle Nevado dos días antes de la fecha indicada. Quedaban 48 horas para encontrar otro. Haciendo malabares consiguieron conversar con el Grupo 9 de la Fuerza Aérea de Chile, que contaba con cuatro bimotores. Sin embargo, los cuatro debieron partir al sur acompañando al

presidente a supervisar los daños provocados por el mismo frente de mal tiempo que había ocasionado el accidente de la primera nave. El viernes 23 de marzo de 2001 a las 9 de la mañana no había helicóptero. Una maniobra desesperada los llevó entonces a contratar el bimotor más moderno del mundo y por ende el más caro de Chile. Todo sucedió según el relato de José Joaquín Prieto:

“Llamé al dueño el mismo viernes a las 9 de la mañana. Quedamos de acuerdo para hablar una hora más tarde; tenía que ser así porque su helicóptero era demasiado caro para nosotros y quería hacer un último intento por conseguir otro más barato. Lo llamé de vuelta a las 10:05 AM y ya lo había arrendado a unos turistas alemanes, tuve que insistir para que deshiciera el trato”.

Al mismo tiempo había que dar la impresión de tranquilidad frente al resto de los involucrados: “La Dirección de Aeronáutica Civil y la gente de Chile Poesía nunca supieron del accidente del primer helicóptero ni de nuestras dificultades para conseguir otros aparatos; a pesar de que eran aliados nuestros yo creo que se habrían alarmado”.

Pero lo que nunca nadie imaginó, es que no había dinero para pagar el arriendo del helicóptero. Ni un centavo, absolutamente nada.

La suma necesaria para la impresión de cien mil marcalibros fue recaudada en las míticas fiestas Casagrande. A su vez la imprenta Mercado Negro ofreció un presupuesto bajísimo en comparación con el resto de las cotizaciones realizadas, sentando el comienzo de una alianza que se extiende hasta el día de la publicación de este artículo. Preguntamos de nuevo a José Joaquín sobre la forma en que se las arreglaron para pagar el arriendo del helicóptero:

“Pensábamos reunir algo de dinero en una fiesta que habíamos fijado el mismo viernes en la noche como celebración del bombardeo poético. Pero el dueño del helicóptero exigía antes del vuelo un cheque por el monto total del arriendo. Así que le pedí un cheque a mi amigo Gustavo Price, prometiéndole que se lo cubriría el lunes con lo recaudado en la fiesta. Mi amigo me preguntó qué garantía tenía de que le depositaríamos la cantidad del cheque, y yo le respondí que ninguna, pero que estaba invitado a la fiesta. Y me dio el cheque por un millón de pesos, que era lo que costaba el arriendo del helicóptero. Hicimos un trato con la gente de Chile Poesía, a través del cual lanzábamos cierta cantidad de panfletos del encuentro a cambio de trescientos mil pesos. En la fiesta obtuvimos más de seiscientos mil pesos, de modo que el lunes a primera hora depositamos el millón a mi amigo. Al final nos quedamos con déficit de 20 lucas”.

En otras palabras, un éxito al borde del abismo. Pero nada impidió que la multitud congregada en la Plaza de la Constitución la noche del 23 de marzo, pudiera ver cómo un helicóptero dejaba caer 100.000 poemas sobre el palacio de gobierno y sus alrededores. Algo muy extraño sucedió entonces a quienes se encontraban bajo la nube de objetos blanquecinos.

Una alegría inexplicable sucedió al asombro, y con las manos extendidas hacia lo alto, las personas se peleaban los marcalibros. Hubo todo tipo de anécdotas; en algunos sectores caían más poemas de un mismo autor, que eran usados como moneda de cambio: los más abundantes valían menos, los más escasos eran más apreciados. Hasta

hubo oportunistas vendiendo poemas a cien pesos. Cuando el helicóptero se retiró, no quedaba un solo marcalibro en el suelo.

Pese a todo, el bombardeo de poemas causó más revuelo fuera de Chile y sólo empezó a conocerse en nuestro país con la visita de Alejandro Jodorowsky a la Feria del Libro de 2001. La doctrina de la sanación por el arte impulsada por Jodorowsky, lo hizo convertirse en aliado natural de las iniciativas de este tipo. Cuando el equipo de Casagrande se reunió con él, incluso se metió la mano al bolsillo para pagar los 20 mil pesos que habían faltado para cubrir el arriendo del helicóptero.

En efecto, en parte debido a la poca experiencia de Casagrande en materia comunicacional, en parte debido a las prioridades informativas de la prensa chilena actual, todavía no hay real conciencia de lo que significó el 23 de marzo de 2001 para nuestro país. Pero lo que nadie podrá negar es que el palacio de La Moneda ha sido bombardeado en dos ocasiones, a lo largo de su historia. La segunda fue con poemas, y tuvo lugar la noche del 23 de marzo de 2001.

## **Casagrande 8: edición transitable en el Metro de Santiago**

A cualquiera se le subirían los humos después de lanzar cien mil poemas sobre La Moneda, y eso fue justamente lo que pasó con los muchachos de Casagrande; literalmente les vino la impresión de que podían hacer lo que quisieran. Este ánimo fue sustentado por el ofrecimiento un nuevo espacio por parte de las autoridades de Metro S.A. para “hacer lo que quisieran”. Se trataba esta vez de las gigantografías ubicadas en los andenes. La excelente evaluación del proyecto “Poesía en el Metro”, los había vuelto confiables, y por otro lado, se consolidaban cada vez más como equipo de trabajo. Fogueados por los proyectos anteriores, habían adoptado una dinámica particular. A partir de abril de 2001, las tareas se reparten bien y se definen responsabilidades claras respecto a cada etapa, lo que permite que varios proyectos vayan desarrollándose simultáneamente. El uso del mail cobra mayor importancia para formalizar las comunicaciones, los documentos rebotan constantemente de un computador a otro.

Rápidamente idearon una manera insólita de utilizar el Metro de Santiago: instalar la octava edición de la revista en forma de gigantografías de 3.30 x 1.80 metros en los espacios comerciales de todas las estaciones. La propuesta entraba directamente en la filosofía de la publicación. Los primeros 7 números de Casagrande siguieron el formato típico de las ediciones impresas en papel. Sin embargo, entre uno y otro iba tomando fuerza un desplazamiento importante hacia lo visual, al punto que la editorial de la séptima edición se basaba en un frasco de aspirinas de comienzos de siglo. Esto, sumado al hecho de que todas las portadas eran diferentes entre sí, hacían lógica la aparición de un número íntegramente dedicado a las artes visuales.

La Revista Transitable, como se llamó al formato utilizado, reunió los trabajos de 40 jóvenes poetas y artistas de todo Chile, abarcando disciplinas combinadas, que van desde la fotografía y el arte digital hasta la poesía concreta y el diseño contemporáneo.

La llegada del octavo número a los andenes del tren suburbano marcó un giro en el uso del soporte editorial; se trató de un ejemplar único, con páginas diseminadas en las 52

estaciones. De esta manera se consiguió el efecto de que los usuarios del metro se trasladaran por el interior de la revista, convirtiéndose a la vez en pasajeros de Casagrande 8.

## **Mirando el Mar**

2001 había sido un año agitado y no podía terminar de otra manera. Casagrande recibió la invitación a participar en el carnaval cultural “Te declaro mi amor Valparaíso”, que tendría lugar a fines de diciembre.

Premunidos de un data show y un generador de electricidad, Joaquín, Cristóbal, Julio y algunos amigos, se emboscaron en una calle por donde deberían pasar los asistentes a un recital de música en vivo. Apenas cesó la música, comenzaron a aparecer en la pared de un edificio las imágenes de la Revista Transitable en figuras de 9x12 metros. En pocos minutos tres o cuatro mil personas desfilaban volviendo la vista hacia el mismo sitio, como si fueran parte de una coreografía nocturna. La última persona en llegar fue nada menos que el alcalde de Valparaíso, interesado en la curiosa performance. Julio Carrasco nos cuenta:

“Le explicamos Chile al cosmos<sup>[1]</sup> al alcalde justo cuando era proyectada una diapositiva anunciando el proyecto (la última página de la Revista Transitable). Él parece un planeta por lo gordo que es, y combinaba muy bien con la imagen del espacio que aparecía en la pared del edificio. Es una persona muy simpática y conversó hartito con nosotros, aunque no recuerdo bien sobre qué temas, porque estaba fascinado observando el lugar que ocupaba en relación a la imagen del espacio”.

Mientras esto ocurría en Valparaíso, una propuesta de Casagrande era barajada por la Dirección de Asuntos Culturales de la cancillería chilena (DIRAC).

## **Lluvia de poemas sobre Dubrovnik**

La idea de hacer de los bombardeos poéticos un proyecto replicable había surgido al mismo tiempo que caían los poemas sobre La Moneda. ¿Por qué? Preguntamos a José Joaquín Prieto:

“Yo creo que porque somos humanos y tenemos la necesidad de compartir nuestras experiencias, sobre todo cuando son tan marcadoras”.

Fue así como se decidió trabajar sobre otros lugares que por haber sufrido experiencias traumáticas en algún momento de su historia, contuvieran una carga emotiva similar. En febrero de 2002, un fax fue cursado a las embajadas y autoridades de Chile y Croacia, solicitando autorización para lanzar poemas chilenos y croatas sobre Dubrovnik.

Dubrovnik, una ciudad medieval cuyos orígenes se remontan al siglo VII antes de nuestra era, llamada la Perla del Adriático, había sufrido los bombardeos del inicio del conflicto bélico de Yugoslavia durante la década pasada. Esta vez recibiría una lluvia de 100 mil marcalibros con poemas de jóvenes autores chilenos y croatas, lanzados desde una avioneta.

El mismo día en que vencía el plazo para entregar la documentación pertinente a los funcionarios de la DIRAC, llegó un permiso formal firmado por la alcaldesa de Dubrovnik. El proyecto fue aprobado. Era la primera vez que Casagrande ganaba un concurso de proyectos.

No obstante, era también el proyecto más complejo que deberían afrontar hasta entonces. Siete elementos debieron ser ordenados de manera que no se produjeran malentendidos, facilitando al mismo tiempo el flujo rápido y oportuno de la información: la embajada de Croacia en Chile, la embajada de Chile en Croacia, la DIRAC, Karlovacko (empresa chileno - croata), el Festival de Verano de Dubrovnik, y la alcaldía de la ciudad.

Además de la dificultad adicional de tener que viajar y permanecer en Croacia al menos con tres semanas de antelación, se presentaba el eterno problema de encontrar el financiamiento necesario. Las cifras no ayudaban: la DIRAC aportaba 3000 dólares y Karlovacko, una cervecería local, hacía otro tanto con 4000 dólares, en un proyecto que costaba más de 15 mil dólares, sólo en gastos de impresión y operación.

Julio viajó una semana antes que sus compañeros, con 300 dólares para sobrevivir, y la misión de establecer contacto con todas las instituciones comprometidas. Muy pronto su situación económica se hizo precaria; casi sin dinero optó por alimentarse “principalmente con plátano; y en las noches me paseaba por la ciudad buscando inauguraciones y eventos donde hubiera cocktails”.

Por su parte, José Joaquín y Cristóbal organizaban una conferencia de prensa en La Chascona para comunicar el proyecto. Solamente llegó una periodista, de ascendencia croata. A excepción de Radio Concierto, que se sumó al proyecto poniendo al aire una cuña que anunciaba la próxima lluvia de poemas, los medios no se interesaron.

Entretanto, al equipo de trabajo se había sumado el director de ARTV, Francisco Vargas, quien viajaría para grabar un documental sobre la acción de arte. Gracias a las tomas realizadas en terreno fue posible recoger imágenes muy valiosas, que sirvieron de insumo a las cuñas noticiosas de la televisión croata y posteriormente, a la chilena.

El increíble curso de los acontecimientos hizo que el proyecto adquiriera ribetes de novela. Los 350 kilos de marcalibros enviados desde Chile demoraban mucho más de lo planeado en llegar a Croacia. Se rumoreaba que estarían en Roma o Zagreb, pero nadie podía decir nada concreto. Como gran parte del trabajo transcurría en los computadores de la oficina de prensa del Festival de Verano de Dubrovnik, era difícil ocultar esta situación a sus organizadores, pero no hacerlo habría sido un suicidio. Julio Carrasco da fe de ello:

“El cielo de Dubrovnik tarda 12 minutos en pasar del sol radiante al nublado total; es asombroso. Pero el genio de la jefa de prensa del Festival de Verano es mucho más inestable; menos mal que le caí bien. Todo el tiempo en que le perdimos el rastro a los marcalibros, actuamos como si estuvieran en nuestro poder, para no hacerla entrar en pánico. Aparecieron 2 días antes del lanzamiento”.

La acotación sobre el cielo de la región no es antojadiza. Llegada la hora del lanzamiento de poemas, una tormenta de película se abatió sobre la ciudad, obligando a

abortar el vuelo. Esta nueva complicación obligó a Casagrande a recurrir a métodos poco ortodoxos:

“Fuimos los tres a la Iglesia de San Blas, que es el patrono de la ciudad (habla JJ Prieto), a rezar por el éxito de la misión”. Pero San Blas no estaba de humor; y cuando las muchachas del Festival de Verano les hacían saber que se pronosticaba un clima peor para el día siguiente, los integrantes de Casagrande respondían con altivez: “seremos un relámpago más de esa tormenta de la que hablan”. No fue así. La avioneta sobrevoló a duras penas el casco histórico de la ciudad, sacudida de un lado a otro por los fuertes vientos. Con una cámara en la avenida principal, Francisco Vargas no sabía qué responderle a la alcaldesa, cuando ésta preguntaba qué estaba pasando.

Cuando finalmente mejoró el tiempo y fue posible lanzar los poemas, muy poca gente tenía fe en el proyecto. Por eso fue doblemente impactante. La Stradúm, o avenida principal de la ciudad, se llenó rápidamente de personas. Se veía a los niños corriendo de un lugar a otro con marcalibros en las manos; cada acercamiento de la avioneta era celebrado con saltos y gritos de alegría de la multitud, que ya no entendía esto como una acción de arte, sino como un carnaval. El ruido del motor de avión hizo llorar de emoción a algunas personas, al relacionarlo con la memoria de los bombardeos; pero esta vez eran poemas, que dejaban en claro que Dubrovnik pertenecía otra vez a la paz y al arte.

El resto de los acontecimientos forma parte de las anécdotas: la incredulidad de la gente cuando Cristóbal, Julio y Joaquín les trataban de explicar que no eran famosos en Chile; los intentos de un periodista del The Guardian por invitarlos al Festival de Edimburgo en Inglaterra; las instrucciones de Vargas sobre el modo de operar, etc. Y tal como ocurrió en Santiago, ni uno solo de los cien mil marcalibros quedó en el suelo.

De acuerdo al texto explicativo incluido en uno de los 80 diferentes marcalibros, LLUVIA DE POEMAS SOBRE DUBROVNIK constituye el segundo eslabón de un proyecto mayor, que comenzó en el palacio de La Moneda, y que contempla también ciudades como Dresden, Guernica, Nagasaki, y otras. Queda para rato.

## **El espacio**

El ala norte del Museo Nacional de Bellas exhibió a comienzos de enero de 2003 un montaje atípico: videos de personas hablándole al espacio, impresiones digitales, cartas infantiles enmarcadas, mensajes en PVC pegados en las paredes. La exposición se llamaba “Casagrande 10, Chile al cosmos”, y según el pendón de la entrada, pretendía ser una muestra de los contenidos de una revista que será entregada por el primer astronauta chileno a la biblioteca de la Estación Espacial Internacional en el mes de octubre del año en curso.

La más descabellada de las iniciativas Casagrande se puede explicar sólo superficialmente, primero porque aún no termina de concretarse, y luego por lo complejo de sus alcances. Dejemos hablar a Cristóbal Bianchi:

“Desde los tiempos de la sonora existía el viejo anhelo de mandar algo al espacio; habíamos averiguado incluso la suma que había que pagar para hacerlo. A raíz de una conversación con Margarita Cea supimos que Chile tenía un candidato a astronauta, y

fuimos a hablar directamente con él. A partir de ahí salió la idea de usar un formato nuevo (digital) para la revista y ponerlo a flotar sobre la órbita terrestre”.

La revista digital se llamaría Casagrande 10, y el proyecto, Chile al cosmos. Esta publicación incluiría:

- cartas a las estrellas enviadas por los niños de los establecimientos educacionales de todo el país.
- grabaciones en video de mensajes al cosmos protagonizados por personas escogidas aleatoriamente en la vía pública, así como de ciudadanos emblemáticos de nuestro país
- obras digitales de una veintena de jóvenes poetas y artistas visuales.
- mensajes e imágenes subidos libremente por la ciudadanía al sitio [www.revistacasagrande.cl/chilealcosmos](http://www.revistacasagrande.cl/chilealcosmos).

Al comenzar a trabajar en Chile al Cosmos, resultó evidente la necesidad de que el proyecto se apoyara en una convocatoria plural y masiva. Entonces surgió la idea de proponer al Consejo Nacional del Libro y la Lectura la publicación de una revista de gran tiraje (70 mil ejemplares), esta vez en formato tabloide: la novena edición de Casagrande adoptaba la forma de un periódico. Tras la aprobación de este nuevo proyecto, Casagrande 9 fue distribuida gratuitamente en los kioscos del país como una invitación a participar en el vuelo de nuestro primer astronauta. De esta manera todo Chile escribiría el próximo número. Gracias a una alianza con la revista Educación, la convocatoria llegó a todas las escuelas, desde Arica a Punta Arenas.

Luego de dos años de trabajo, Casagrande 10 resultó en una edición de 26 giga bytes, almacenada en 4 DVDs, y construida en base a la más amplia participación ciudadana. Se incluyen en ella 4.140 cartas a las estrellas enviadas por los niños de los establecimientos educacionales de todo el país, grabaciones en video de mensajes al cosmos protagonizados por 150 personas, obras digitales de 24 jóvenes poetas y artistas visuales, y más de 700 mensajes e imágenes subidos por la ciudadanía al sitio [www.chilealcosmos.cl](http://www.chilealcosmos.cl).

Sólo queda esperar a octubre, fecha probable en que Klaus Von Storch se dirija al cosmódromo de Baikonur, Rusia, para convertirse en el primer chileno en subir a una nave espacial. A 400 kilómetros de altura flota el destino final de Casagrande 10, la Estación Espacial Internacional

La editorial de este número resume el espíritu con que fue abordado: El soporte digital nos permitió asumir las cartas, mensajes, obras y grabaciones en video, como páginas independientes de una misma publicación. Como resultado, esta revista cuenta con un total de 5.010 páginas 100% chilenas entregadas voluntariamente por la ciudadanía, sin que mediara ninguna clase de discriminación o censura. ¿Qué motivó a todas estas personas a escribir?

La conciencia de que cada palabra incluida en la revista será leída por todo el universo.

## **LO QUE VIENE**

Respecto a lo que nos depara el futuro de Casagrande, conversamos esta vez a Natalia González, una joven estudiante de periodismo de la Universidad Católica que se ha

sumado al staff, y sin la cual Chile al Cosmos habría resultado mucho más difícil:

- Natalia, ¿cuáles son los próximos pasos?

- Hay varios pasos. Primero, llegamos a un acuerdo con Radio Concierto para lanzar Casagrande 13 en una edición sonora durante junio; o sea que todos los domingos de ese mes páginas de 90 segundos van a escucharse en la radio a intervalos de una hora. Te puedo contar también que queremos llevar la exposición Casagrande 10, Chile al cosmos a otros museos de regiones. Además queremos editar una revista enteramente escrita por niños. Y por último, vamos a usar los microbuses como nuevo soporte editorial, pero eso es demasiado largo de explicar.

- Parece que esto no se detiene...

- No. Esto no para.

- Por la magnitud de los proyectos Casagrande, uno podría pensar que manejan muchos recursos. ¿Qué me puedes decir de eso?

- Te puedo decir que tuve que poner 40 lucas de mi bolsillo para el montaje de la exposición del Bellas Artes. Hemos sido rechazados 10 veces por el FONDART. Somos todos voluntarios de un circo pobre; recuerdo que una vez se nos acabaron las hojas de la impresora y como no había dinero para comprar más tuvimos que pedirle al vecino de Joaquín, una persona que ni conocíamos.

-¿Por qué estás en Casagrande entonces?

- No sé; creo que por el placer del vértigo.