

METRO DE SANTIAGO



METRO DE SANTIAGO

POSTULACIÓN



PREMIOS

EIKON

2026

Categoría 2.5: Sustentabilidad Cultural

Proyecto: “Música de estación”: La cultura como experiencia de encuentro

Gerencia de Comunicaciones y
Sostenibilidad / Corporación
Cultural MetroArte

Responsables: Equipo
Comunicaciones – Equipo
MetroArte

Caso: “Música de estación”

Introducción

En una ciudad dinámica y en constante movimiento como Santiago, el transporte público no sólo cumple una función operativa, sino que también constituye uno de los principales espacios de encuentro ciudadano. En el marco de sus 50 años de historia, Metro impulsó una estrategia cultural orientada a democratizar el acceso a la cultura y fortalecer el vínculo con la ciudadanía. Así nació un ciclo especial de “Música de Estación”, intervenciones gratuitas que transformaron estaciones de alta circulación en escenarios musicales abiertos y accesibles. La iniciativa acercó experiencias culturales de calidad a millones de personas fuera de los circuitos tradicionales, eliminando barreras económicas y territoriales asociadas al acceso a la música en vivo.

A través de artistas de distintas generaciones y estilos, Metro resignificó espacios cotidianos de tránsito, convirtiéndolos en experiencias memorables y puntos de encuentro ciudadano. Música de Estación no sólo generó una amplia repercusión mediática y digital, sino que consolidó a Metro como un actor cultural relevante, capaz de integrar movilidad, ciudad y cultura en una plataforma innovadora de alto impacto social.

Contexto y desafío

Movilizando diariamente a millones de personas, el Metro constituye uno de los espacios públicos más masivos y transversales del país. Su presencia territorial y alcance social lo convierten en una plataforma única para generar experiencias con impacto ciudadano, capaces de conectar cultura, ciudad y vida cotidiana en un mismo espacio.

En el marco de la conmemoración de sus 50 años, se identificó la oportunidad de transformar la experiencia habitual de viaje en una instancia cultural significativa, acercando la música y el arte a públicos amplios y diversos, fuera de los circuitos tradicionales de acceso cultural.

En este contexto, la empresa enfrentó cuatro desafíos estratégicos:

- Democratizar el acceso a experiencias culturales gratuitas y de calidad.
- Reforzar su posicionamiento como un actor cultural relevante dentro de la ciudad.
- Humanizar la experiencia de viaje en un entorno principalmente funcional y operativo.
- Generar contenidos atractivos con capacidad de amplificación orgánica y conversación digital.

Así nació un ciclo especial de “Música de Estación”, una plataforma mensual que transformó las estaciones de Metro en escenarios abiertos, acercando la música chilena a millones de pasajeros y resignificando espacios cotidianos como puntos de encuentro ciudadano.

Música de estación

Estrategia: Transformar el viaje en una experiencia cultural

El programa se diseñó como una plataforma cultural que materializa el propósito institucional de Metro: conectar personas, ciudad y cultura, a través de experiencias musicales en vivo dentro de la red.

Objetivo general:

Posicionar a Metro como un actor relevante más allá del transporte, transformando sus espacios en un escenario cultural innovador y cercano.

Pilares estratégicos:

Democratización cultural: Acercar conciertos gratuitos y experiencias musicales de calidad a millones de personas en espacios cotidianos de alta circulación, eliminando barreras económicas, territoriales y de acceso asociadas al consumo cultural tradicional.

La iniciativa permitió descentralizar la cultura y llevarla directamente a la vida diaria de los pasajeros, integrando música, ciudad y espacio público en una experiencia abierta y transversal.

Experiencia urbana: Transformar estaciones de Metro en escenarios culturales vivos, resignificando espacios funcionales de tránsito como puntos de encuentro ciudadano y experiencias memorables. El programa buscó sorprender positivamente a los pasajeros, humanizando la experiencia de viaje y fortaleciendo el vínculo emocional entre las personas y la ciudad.

Amplificación orgánica: Diseñar experiencias emocionales, visuales y altamente compartibles, capaces de generar conversación espontánea, contenido ciudadano y viralización orgánica en plataformas digitales.

El factor sorpresa, la cercanía con los artistas y la intervención inesperada del espacio público impulsaron una alta circulación de registros audiovisuales y reacciones en redes sociales.

Continuidad narrativa: Construir una presencia cultural sostenida durante el año mediante una programación continua de conciertos, artistas y activaciones asociadas a los 50 años de Metro. La diversidad de músicos y estilos permitió mantener el interés mediático y digital, posicionando a Música de Estación como una plataforma cultural urbana permanente y no como una acción aislada.

2026

POSTULACIÓN

PREMIOS

EIKON



Acciones desarrolladas (Tácticas acciones)

La implementación de “Música de Estación” se articuló a través de múltiples acciones coordinadas:

1. Diseño de experiencias en vivo

- Realización de conciertos gratuitos mensuales de mayo a septiembre -fecha de aniversario de Metro- en estaciones de alta circulación.
- Transformación de espacios operativos en escenarios abiertos sin afectar la continuidad del servicio.
- Resignificación del viaje cotidiano como una experiencia cultural cercana y memorable.

2. Curaduría artística diversa

- Participación de artistas como Nicole, Javiera Mena, Lucybell, Illapu, hermanos Ilbaca, Camila Moreno, De Saloon y Kidd Voodoo.
- Combinación de generaciones, estilos y niveles de reconocimiento para ampliar audiencias y sostener el interés mediático durante el año.

3. Producción y coordinación integral

- Trabajo conjunto entre áreas operativas, seguridad, comunicaciones, producción y MetroArte.
- Planificación de flujos, logística, montaje técnico y continuidad operacional de cada actividad.

4. Estrategia de difusión

- Campañas teaser digital con los artistas, fuerte componente sorpresa.
- Difusión mediante redes sociales institucionales, publicaciones colaborativas con artistas y contenidos audiovisuales previos.
- Anuncios realizados con poca anticipación para generar expectativa, conversación espontánea y sensación de evento exclusivo.

5. Contenidos en tiempo real

- Cobertura en redes sociales de Metro mediante videos, historias, reels, clips y transmisión en vivo en las presentaciones.

6. Amplificación orgánica

- Contenidos generados por usuarios y compartidos por artistas participantes.
- Viralización espontánea en plataformas digitales a partir del carácter inesperado y atractivo de las presentaciones

7. Gestión de prensa

- Posicionamiento del programa como un hito cultural de democratización del acceso a la cultura.
- Envío de comunicados y kits de prensa con material audiovisual posterior a cada presentación.
- Coordinación de cobertura en terreno, entrevistas y difusión en televisión, radio, medios impresos y digitales.
- Cobertura en medios de nicho especializados.

Resultados alcanzados

Resultados comunicacionales

“Música de Estación” se consolidó como una de las iniciativas culturales con mayor impacto mediático y reputacional de Metro durante 2025.

Cobertura de prensa

La estrategia comunicacional de “Música de Estación” logró una amplia visibilidad mediática a través de los distintos conciertos y activaciones realizadas durante el año, asociados a artistas como Nicole, Javiera Mena, Lucybell, Illapu, Camila Moreno y Kidd Voodoo.

En total, la iniciativa registró **54 apariciones en medios de comunicación**, distribuidas de la siguiente manera:

- **39 publicaciones en prensa digital y medios online.**
- **9 apariciones en televisión.**
- **4 apariciones en radio.**
- **2 publicaciones en prensa escrita**

La cobertura se concentró en medios nacionales, culturales y de espectáculos, logrando instalar a “Música de Estación” como una de las principales iniciativas culturales urbanas impulsadas por Metro durante su aniversario número 50.

Asimismo, el ciclo obtuvo presencia sostenida en televisión, radio y plataformas digitales, amplificando su alcance más allá de las estaciones y fortaleciendo el posicionamiento de Metro como un actor cultural relevante y cercano a la ciudadanía.

La valoración de la cobertura fue **100% positiva**, destacando conceptos asociados a democratización cultural, recuperación del espacio público, acceso gratuito a la música y experiencias urbanas innovadoras.

Música de estación

METRO DE SANTIAGO

Resultados alcanzados

Impacto ciudadano

La iniciativa generó una positiva recepción ciudadana, transformando espacios cotidianos de tránsito en experiencias culturales memorables y emocionalmente significativas. Entre los principales impactos observados destacaron:

- Sorpresa y alta valoración positiva por parte de pasajeros y audiencias digitales.
- Humanización de la experiencia de viaje mediante intervenciones culturales cercanas y accesibles.
- Fortalecimiento del orgullo ciudadano y sentido de pertenencia hacia Metro y la ciudad.
- Percepción de mayor cercanía institucional y conexión emocional con los usuarios.
- Revalorización de estaciones y espacios públicos como lugares de encuentro ciudadano.
- Democratización del acceso a experiencias culturales gratuitas y de calidad.
- Amplia participación espontánea de pasajeros mediante registros audiovisuales y contenidos compartidos en redes sociales.

Impacto estratégico

Música de Estación permitió fortalecer el posicionamiento institucional de Metro como un actor cultural relevante dentro de la ciudad y una plataforma innovadora de conexión con la ciudadanía. Entre los principales impactos estratégicos destacan:

- Fortalecimiento del posicionamiento cultural de Metro de Santiago.
- Incremento de la visibilidad positiva en medios de comunicación y plataformas digitales.
- Generación de conversación pública favorable en torno a cultura, ciudad y espacio público.
- Consolidación de Metro como una plataforma cultural urbana de alcance masivo.
- Asociación de la marca Metro con experiencias memorables, cercanas y de alto impacto ciudadano.
- Amplificación orgánica del alcance institucional mediante contenidos compartidos por usuarios y artistas.
- Reforzamiento del vínculo emocional entre Metro y millones de pasajeros en el marco de sus 50 años.

2026

POSTULACIÓN

PREMIOS

EIKON



Música de estación

Conclusión

En un contexto donde las ciudades demandan espacios más humanos, experiencias significativas y acceso equitativo a la cultura, “Música de Estación” demostró que el transporte público puede trascender su función operacional para convertirse en una verdadera plataforma de encuentro ciudadano.

En el marco de los 50 años de Metro de Santiago, la iniciativa resignificó espacios cotidianos de tránsito, acercando la música y la cultura a millones de personas a través de experiencias gratuitas, abiertas y accesibles. La propuesta integró movilidad, experiencia urbana y democratización cultural en una acción concreta de alto impacto social, emocional y reputacional.

Más que un ciclo de conciertos, “Música de Estación” consolidó una nueva forma de habitar la ciudad: una donde la cultura aparece inesperadamente en la rutina diaria, transforma la experiencia de viaje y fortalece el vínculo entre las personas, el espacio público y la ciudad.

El programa no sólo obtuvo amplia repercusión mediática y conversación digital positiva, sino que también consolidó a Metro como un actor cultural relevante, cercano y conectado con la vida cotidiana de millones de pasajeros.

Así, el principal legado de “Música de Estación” fue demostrar que la cultura puede integrarse a los espacios cotidianos, democratizar el acceso a experiencias significativas y transformar el transporte público en una herramienta de conexión emocional, identidad urbana y encuentro ciudadano a gran escala.

2026

POSTULACIÓN

PREMIOS

EIKON



