



Universidad de Chile

Instituto de la Comunicación e Imagen

Escuela de Periodismo

Proyecto *Actina*

Memoria para optar al título de periodista

INTEGRANTES:

Enzo Tobar Figueroa

Max Lagos Aguilera

Categoría: Medio digital

PROFESORA GUÍA:

Ana Castillo Hinojosa

Santiago, Chile: 2021

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN	7
Contexto y tema	7
Benchmarking	¡Error! Marcador no definido.
Fundación Chilemonos	9
Asociación Chilena de Animación	10
Solomonos Magazine	11
Actina	12
Pertinencia de la memoria	12
Impacto del proyecto	14
Novedad	15
Un punto de vista desde el periodismo	16
Un medio enfocado y abierto a la expansión	16
Motivación del grupo	17
Historia de Actina	17
Antecedentes bibliográficos	19
¿Qué es “animación”?	19
Técnicas de animación y sus clasificaciones	20
Animación 2D	20
Animación Stop motion.	23
Animación digital	25
Antecedentes históricos de la animación chilena	25
Las primeras producciones animadas del país	¡Error! Marcador no definido.
Dictadura y censura	29
La profesionalización de la animación en Chile	30
Actualidad	31
La relevancia del fondo audiovisual	32

El apoyo de Prochile y el Ministerio de Relaciones Exteriores	37
METODOLOGÍA Y DESARROLLO DEL PROYECTO	40
Objetivo de la memoria	40
Objetivos específicos	40
Público objetivo	40
Ejemplos del público objetivo de Actina	41
Identidad de Actina	42
Identidad visual	43
Uso del logotipo	43
Colores de Actina	44
Plataforma digital	44
Sitio web principal	44
Selección de plataforma digital	45
Métricas y estadísticas	46
Desarrollo del proyecto en Google Sites	46
Manual de publicación de contenidos	47
Mapa de contenidos	47
Wireframes	48
Prototipo interactivo	49
Redes sociales	49
Instagram	49
Objetivos	49
Publicaciones	50
Métricas	51
Twitter	51
Objetivos	52
Publicaciones	52
Métricas	52

Formato periodístico	53
Manual de estilo, redacción y optimización	53
Manual de redacción	54
Estrategia SEO	54
Manual de posicionamiento	55
Consideraciones generales en el sitio	56
Palabras clave	56
Descripción del sitio	56
Estructura general de contenido noticioso	56
Optimización de uso de imágenes	57
Uso de enlaces e hipervínculos	57
Planificación de contenidos	58
Entrevista a PATAKA	58
Artículo sobre animación y política en Chile	58
Artículo acerca de las primeras películas animadas chilenas	58
CONSIDERACIONES ÉTICAS	59
POTENCIALES DEBILIDADES DEL PROYECTO	59
ESTRATEGIA DE MONETIZACIÓN	61
FUENTES	62
Fuentes entrevistadas	62
CONCLUSIONES	64
BIBLIOGRAFÍA	66
LINKOGRAFÍA	68
FILMOGRAFÍA	70
ANEXOS	72
ENTREVISTAS TRANSCRITAS	78

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la animación en Chile como área de producción audiovisual se ha visto expuesta a un crecimiento que en décadas anteriores no había sido posible. Desde que el cortometraje chileno *Historia de un oso*, del estudio Punkrobot, fue galardonado con el premio a mejor cortometraje animado en la 88ª Entrega de los Premios Óscar en febrero de 2016, Chile ha destacado internacionalmente con producciones como *La Casa Lobo*, *Here's the plan* y la película pronta a estrenarse, *Nahuel y el libro mágico*.

Sin embargo, esta es sólo la parte más reciente de una historia que se comenzó a desarrollar hace 100 años, cuando Alfredo Serey y Nicolás Martínez estrenaron *La transmisión del mando presidencial (1921)*, la primera película animada del país. Desde ese momento, en Chile se siguieron creando animaciones, tanto para contar historias como para publicidad.

Tomando en cuenta tanto el contexto histórico como el crecimiento del área, nace la idea de crear *Actina*, un medio de comunicación informativo *online* dedicado a difundir noticias y contenidos de actualidad y entretenimiento centrados en esta área. Información que, previo al desarrollo del proyecto, sólo se podía acceder a través de redes sociales y círculos especializados en este nicho.

Crear un medio con estas características es relevante en el contexto de desarrollo en que se encuentra la animación, puesto que, de otra manera, el acceso a la información sobre el desarrollo y estreno de nuevas producciones, y la difusión de estas mismas, se vería limitado sólo a los espacios como redes sociales o sitios web de cada productora, encerrándose así en un nicho al que sólo tendrán acceso quienes ya estén interesados en él o que trabajen en la industria.

La falta de contenidos acerca del tema en medios tradicionales sólo hace que sea más necesario desarrollar este medio de comunicación. Medios como *El Mostrador* y *La Tercera* han hecho una cobertura limitada sobre el área, mientras que otros no la han tocado. *Actina* reivindicará

esto posicionándose como un medio enfocado sólo en esta área, que cree contenidos de calidad y accesibles para todo pública.

El contenido será sólo la mitad del trabajo, puesto que el sitio donde estará alojado es igual de importante. Se preocupará que la experiencia de usuario sea eficiente, con una arquitectura de información que permita una navegación amigable para el usuario sin sacrificar su posicionamiento SEO.

Este proyecto, sin embargo, no nace sólo de la necesidad. La motivación del grupo por investigar un área que desde hace años ha sido de su interés, también ayudará en el desarrollo óptimo del medio. *Actina* no es solo un medio duro, sino que es un espacio de interés, con un punto de vista profesional, pero a la vez apasionado por su temática.

Luego del desarrollo de este sitio, *Actina* buscará mantenerse como un medio de comunicación informativo que sea un apoyo para las productoras de animación del país, que sirva como un espacio responsable de prensa que se haga cargo de visibilizar a los trabajadores del área, y que, a través de sus contenidos, logre la formación de un público informado y conocedor.

Este documento cumple la función de mostrar cómo se ha desarrollado el proyecto *Actina*, desde sus fundamentos básicos hasta cómo se ha desarrollado el proyecto web y sus redes sociales. Antes de desarrollar el proyecto, se definieron los conceptos de animación según autores destacados en el tema, además de catalogar que tipos de animación existen. Además, se hizo un recorrido general de la historia del medio en Chile hasta la actualidad.

Respecto al desarrollo del sitio web, se exponen sus objetivos, se define la identidad del medio y su público, y se describe de qué forma fue desarrollado el sitio web y que decisiones editoriales se tomaron para sus contenidos.

ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Contexto y tema

Actina es un proyecto digital que busca la creación de un medio de comunicación web informativo enfocado en la animación chilena, un campo de producción audiovisual que se ha vuelto “uno de los participantes más dinámicos en la floreciente industria Latinoamericana de la animación”¹.

Después de la premiación del cortometraje *Historia de un oso*, de Gabriel Osorio, como Mejor Cortometraje Animado en la 88ª Entrega de los Premios Óscar, la animación chilena ha tenido un resurgimiento caracterizado por la internacionalización de distintas producciones chilenas.

El 15 de diciembre del 2018 se estrenó la serie *¡Golpea duro, Hara!*, de Marmota Studio, en Cartoon Network Latinoamérica. A esta le siguió *La leyenda de Zeta y Ozz*, de los estudios Niño Viejo, Punkrobot y Typpo, la que fue estrenada el 17 de febrero del 2019 en la misma cadena televisiva.

Además de esto, la Asociación Chilena de Animación, Animachi, ha participado extensamente los últimos años en el Festival Internacional de Cine de Animación de Annecy, presentando un catálogo de las producciones nacionales actuales y ofreciendo charlas y conferencias.

¹ ALEX DUDOK DE WIT(2021). *Annecy Pitches: The Future Of Chilean Animation*. Cartoon Brew. Recuperado el 16 de diciembre de 2021 de: <https://www.cartoonbrew.com/feature-film/annecy-pitches-the-future-of-chilean-animation-206147.html>

Según este documento², hay 32 proyectos animados chilenos en distribución, producción y desarrollo durante este año. Esto incluye series, cortometrajes y largometrajes hechos en distintas regiones del país. De acuerdo a la misma entidad, en el 2020 había 52 proyectos³.

A pesar de esto, la cobertura de la prensa nacional en torno a este tema ha sido limitada. El único portal chileno que ha publicado noticias del tema de forma constante ha sido *Culto de La Tercera*. Entre junio y diciembre de 2021, este medio ha publicado seis notas que hablan acerca de animación chilena y una sobre chilenos que trabajan en animación internacional⁴. Entre estas, tres hablan acerca del cortometraje *Los Huesos*, de Cristóbal León y Joaquín Cociña (*La casa lobo*), dos sobre *Bestia*, de Hugo Covarrubias, y los otros siendo casos específicos de otras producciones.

Mientras tanto, medios internacionales como *Cartoon Brew*⁵, *Animation Magazine*⁶ y *Far Out*⁷ han hecho un seguimiento de los estrenos y producciones chilenas, especialmente las disponibles por internet.

El proyecto *Actina* se desarrollará como una forma de aportar a la creación de contenidos informativos sobre este tema. Como se explicó anteriormente, este será un sitio web dedicado exclusivamente a la publicación de contenidos relacionados a la animación chilena, siguiendo ideales de información, veracidad, educación y entretención.

Benchmarking

Si bien *Actina* será el primer medio de comunicación sobre animación chilena, existen otros organismos que tienen fines similares. Estos no son de índole periodística, pero si se dedican a promover y apoyar a las producciones animadas nacionales.

² ANIMACHI (2021). *Chilean Animation at MIFA 2021*. Recuperado de: <https://www.chileananimation.cl/>

³ ANIMACHI (2020) *Chilean Animation MIFA 2020*. Recuperado de: <http://www.animachi.cl/>

⁴ Seis de estas fueron escritas por el periodista de espectáculos Gonzalo Valdivia, mientras que la última está acreditada al Equipo de Culto. Se proporcionarán enlaces a cada nota en la LINKOGRAFÍA.

⁵ <https://www.cartoonbrew.com/location/chile>

⁶ <https://www.animationmagazine.net/internet/chilean-adult-toon-chrononaut-premieres-on-youtube/>

⁷ <https://faroutmagazine.co.uk/10-best-short-films-of-2021/>

Fundación Chilemonos

Organismo sin fines de lucro con diez años de experiencia en el campo de la animación⁸. Tiene como objetivo promover, fomentar y desarrollar esta área para el mundo. Se enfoca en implementar iniciativas formativas y encuentros internacionales dentro de este marco.

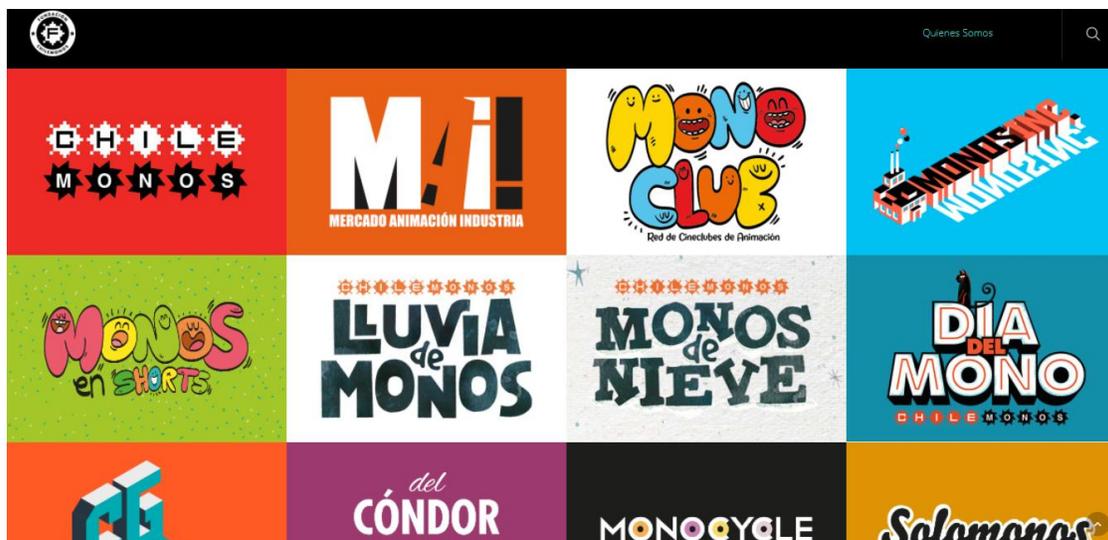
La fundación tiene cinco líneas de acción: cultural, industria, formación, investigación y difusión. De acuerdo a estas, implementan sus iniciativas en proyectos como festivales y formación de nuevas audiencias. A lo largo de su historia han generado 12 iniciativas, entre las que se encuentran Mercado Animación Industria, Mono Club, Día del Mono y el Festival Chilemonos (fotografía adjunta)⁹.



Su sitio web se enfoca en dar explicar la finalidad de la fundación y los proyectos que han desarrollado durante sus años de trabajo. Se incluye una captura de pantalla de este.

⁸ <https://fundacionchilemonos.com/sobre-nosotros/>

⁹ <https://www.cultura.gob.cl/actualidad/con-grandes-homenajes-finaliza-el-sexto-festival-internacional-chilemonos/>



Asociación Chilena de Animación

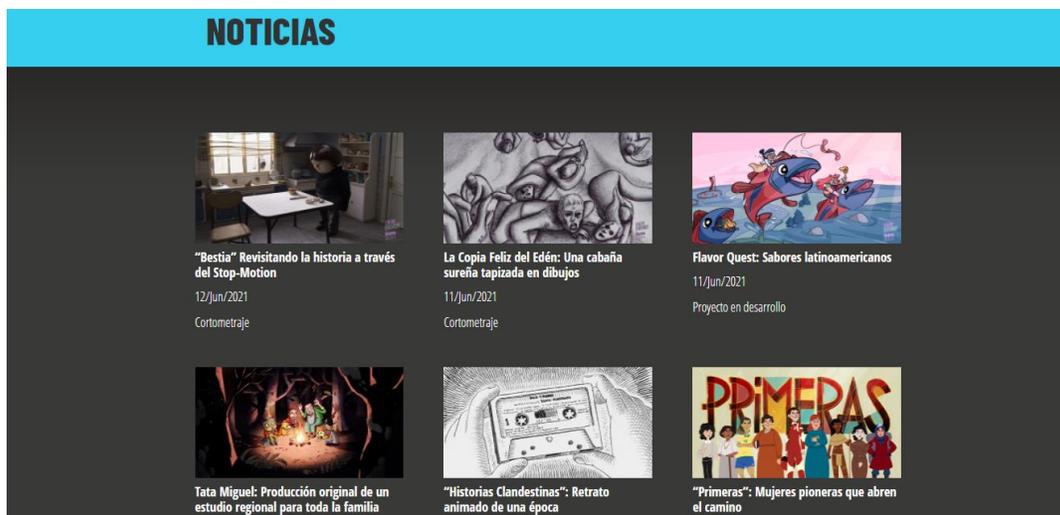
Es la asociación gremial de profesionales y productoras de animación en Chile, mejor conocida como Animachi. Fue fundada el 2010 con el fin de posicionar a la animación chilena más allá de nuestro país, generando alianzas internacionales que empujen a su desarrollo y al avance de las políticas públicas para su fomento¹⁰.

Su subsidiaria internacional, Chilean Animation¹¹, actualmente se dedica a promover y difundir los proyectos asociados a Animachi en festivales, además de posicionarlos en medios internacionales como *Variety*.

A partir del 1 de junio de 2021, comenzaron a publicar columnas sobre producciones nacionales en su sitio web, aunque este no se ha actualizado desde el 12 del mismo mes.

¹⁰ <https://animachi.cl/>

¹¹ <https://www.chileananimation.cl/>



*Solomonos Magazine*¹²

Revista digital dedicada a la animación latinoamericana fundada por Chilemonos. Su primer número fue lanzado en 2014, y hasta la actualidad han publicado 10 números. Se dedica a difundir información acerca de producciones hechas en el continente, entrevistas y artículos en las categorías de animación chilena, latinoamericana, e internacional, noticias históricas, sobre tecnología y software, y otras disciplinas. Es uno de los medios que utiliza Chilemonos para difundir sus noticias.



¹² <https://solomonos.com/magazine/>

Actina

Si bien las entidades mencionadas anteriormente buscan propósitos similares, *Actina* se diferencia de ellas por su enfoque periodístico dirigido al público nacional, en lugar de llevar la animación chilena al extranjero. En otras palabras, este proyecto estará centrado específicamente en dar a conocer estos proyectos a las y los chilenos.

A grandes rasgos, este será un medio digital que consistirá en la creación de un sitio web con contenidos como noticias, reseñas y entrevistas a las y los creadores de animaciones en Chile, y a través de esto, entregar al público información contingente y verídica.

Además, *Actina* también contará con redes sociales para difundir lo publicado en el sitio web e interactuar con su público de forma dinámica y entretenida. Esto incluirá un perfil de *Instagram*, *Twitter*, y un *hosting* de video para contenidos suplementarios.

Cabe destacar que este proyecto no contempla la distribución de animaciones. Estas estarán disponibles a medida que sus compañías de producción las publiquen en los medios que consideren prudentes. Algunos de los sitios donde se pueden ver producciones animadas chilenas son *YouTube*, *OndaMedia*, por televisión, o en los sitios web de sus creadores.

Pertinencia de la memoria

Realizar un proyecto de estas características en la actualidad es importante por el contexto en el que se encuentra el campo de la animación en Chile. En el país, existen más de 27 estudios de animación¹³, pero ningún medio de comunicación formal que esté enfocado en difundir noticias de sus proyectos.

La difusión de la información acerca de las producciones es relevante, puesto que, a pesar del aumento de canales de acceso a producciones audiovisuales que han traído los servicios de

¹³ Existen 27 estudios de animación que actualmente están asociados a Animachi y Chilean Animation, aunque hay otros que no están relacionados con esta asociación gremial. Fuente: <https://www.chileananimation.cl/estudios/>

streaming y el internet, las nacionales han mantenido una baja asistencia. Según la Política Nacional del Campo Audiovisual 2017-2022¹⁴, un 6.5% de los espectadores de cine han ido a ver películas producidas en el país. Esto, frente a un 93.5% de espectadores que asiste a producciones internacionales.

La pandemia del Covid-19 es otro punto importante en cómo se ha desarrollado la animación chilena este último año, tanto por las limitaciones que trajo como por las oportunidades que se abrieron gracias al teletrabajo y el codesarrollo de proyectos internacionalmente.

En este último punto se puede mencionar la labor de Animachi y su marca Chilean Animation. Como se mencionó anteriormente, durante 2021 la asociación ha participado en festivales internacionales *online*, los cuales, de no ser por los cambios que ha traído el teletrabajo, no habrían sido posibles o al menos no al nivel en el que se han desarrollado hasta el momento.

Actina responde a la necesidad de crear un espacio de difusión de información acerca de proyectos de animación chilena, y de esta manera, visibilizar uno de los campos de producción que más ha crecido en los últimos años.

Esto será enfocado en un público residente en Chile. Gracias al éxito de ciertas producciones nacionales en el extranjero como las mencionadas anteriormente, y el trabajo de las fundaciones y organizaciones nacionales en esta área, la animación chilena ya se ha posicionado en el mercado exterior.

La animación como género es una parte relevante de la oferta audiovisual del país. Según el Análisis del Cine en Chile y sus audiencias 2019¹⁵, la animación representó el 12,7% de los estrenos del país. Esto incluye a todas las películas de animación estrenadas durante ese año, independiente de su origen.

¹⁴ CONSEJO NACIONAL DE LAS CULTURAS Y LAS ARTES. (2016). Política Nacional del Campo Audiovisual 2017 – 2022. Recuperado el 16 de diciembre de 2021 de: <https://www.cultura.gob.cl/politicas-culturales/audiovisual/>

¹⁵ MINISTERIO DE LAS CULTURAS, LAS ARTES, Y EL PATRIMONIO. (2019). *Análisis del Cine en Chile y sus audiencias 2019*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2020/09/analisis-del-cine-en-chile-y-sus-audiencias-2019.pdf>

El único largometraje animado chileno estrenado ese año fue *Homeless*, de Jorge Campusano, película lanzada en multisalas el tercer trimestre de 2019, cerca del lanzamiento de películas como *La vida secreta de las mascotas 2* (*Illumination Entertainment*) y *El rey león* (*Walt Disney Pictures*). No existen datos de su impacto en taquilla ni su recaudación.

Un proyecto como *Actina* es contingente para aportar a la creciente industria de la animación en Chile¹⁶, a través de la difusión de noticias y formación de públicos.

Impacto del proyecto

El impacto más importante que busca tener este proyecto es la visibilización del campo de la animación nacional dentro del país. Esto quiere decir que, a través de la realización de este y la publicación de los contenidos en el sitio web, se logrará que el público se informe sobre las producciones hechas en el país y aprenda más sobre los procesos que trae el crear una animación.

Este impacto no se limitará solo a las métricas que puedan utilizarse en *Wordpress* o *Google Trends*, sino en las visitas e interacciones que puedan tener los proyectos animados en sus redes sociales.

Otro de los impactos que busca generar *Actina* es la formación de un público educado en los conceptos más importantes de la animación. A través de los contenidos que se publicarán en la plataforma, se enseñará a los espectadores acerca de la historia de la animación chilena, sus hitos más importantes, los estudios de animación nacionales, el proceso creativo y de producción, figuras relevantes y financiamiento.

¹⁶ PROCHILE. (2021). *Un cortometraje chileno en competencia y un proyecto en pitch llegan al Festival de Annecy*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://www.prochile.gob.cl/noticias/detalle-noticia/2021/05/20/un-cortometraje-chileno-en-competencia-y-un-proyecto-en-pitch-llegan-al-festival-de-annecy>

Para esto se utilizarán los contenidos como las entrevistas y artículos. El *hosting* de video también será relevante en este objetivo, ofreciendo una forma dinámica de aprendizaje para el público, aunque su desarrollo será posterior al del sitio web y las redes sociales.

Por último, otro impacto esperado del proyecto es generar participación del público en el área. Para lograrlo, será fundamental el uso de las redes sociales, especialmente Instagram, gracias a herramientas como las *stories*.

Este último punto será esencial para la diferenciación de *Actina* frente a otros proyectos, puesto que el abrirse a colaborar con el público dará espacio a una generación de instancias participativas con fines recreativos, educativos y de difusión. A través de estos, el medio puede colaborar en la educación artística a través, por ejemplo, de la apreciación estética, cultura de la imagen, historia de la animación y desarrollo de la misma en Chile, entre otros puntos.

Novedad

Como se explicó anteriormente, *Actina* será el primer medio de comunicación dedicado solo a la animación chilena. Se diferenciará de otros sitios que difunden noticias de las producciones, como *Chilean Animation*, en su enfoque. Este estará destinado a un público de Chile, difundirá la información dentro del país, de forma que se informe a los chilenos.

Además, *Actina* busca ir más allá de solo informar, y como proyecto no se limitará a subir noticias a medida que estas vayan ocurriendo. Si bien este tipo de contenidos será la prioridad, también habrá otro tipo de publicaciones con el objetivo de educar y entretener. Entre estas están los artículos, con un punto de vista académico y especializado. También se publicarán entrevistas que ahondarán en una persona o un estudio de animación específico, para conocer más acerca de su historia y funcionamiento

Un punto de vista desde el periodismo

Además de los contenidos, la novedad de *Actina* frente a otros medios como *Solomonos* es que los autores de los contenidos serán periodistas. Es decir, se trabajará con un punto de vista externo a la animación en sí, por parte de personas que, si bien son conocedoras de los temas a tratar, no forman parte directamente de la comunidad.

Esto permitirá trabajar cada contenido de forma parcial, sin buscar el beneficio de un estudio o productora sobre otra.

Además, todo será escrito de forma didáctica, de forma que algunas personas que no tengan los conocimientos base puedan de igual manera acceder a los contenidos. Sin embargo, esto no significa que la escritura periodística se deje de lado en este proyecto. Por el contrario, a través de ésta se podrán crear contenidos especializados que no necesariamente estén dedicados a la enseñanza, sino que busquen profundizar en la temática central del sitio. La escritura periodística será un vehículo para conectar las temáticas de interés con el público objetivo.

Un medio enfocado y abierto a la expansión

En un inicio, *Actina* se centrará sólo en crear los contenidos informativos que son la base del medio, enfocados en el tema central del proyecto. Esta prioridad no cambiará, pero se encuentra abierta a la expansión a futuro.

Cómo se mencionó anteriormente, el proyecto contempla la creación de redes sociales y un *hosting* de video que complemente a los contenidos centrales. Una vez *Actina* ya se encuentre activo, no se descarta expandirse a otras plataformas.

Un ejemplo de esto sería la creación de *reels* en *Instagram* para crear cápsulas condensadas de resúmenes de las noticias más importantes en un tiempo determinado. Esto no es parte de la estrategia desarrollada para el medio, pero sería otro punto de expansión de contenidos que diera espacio al público de acceder a las noticias de una manera más condensada.

Motivación del grupo

Durante los últimos años, el equipo de *Actina* ha desarrollado un gran interés por la animación en sus distintas técnicas y formas, sea animación nacional, norteamericana, europea u oriental. Uno de los referentes que se tiene en cuanto a la calidad de las producciones es Cartoon Network, con series como *Ed, Edd y Eddy*, *Las Chicas Superpoderosas*, *Clarence* y *Más allá del jardín*, que han influenciado la forma ver del medio acerca de la industria de la animación y de la entretención en general.

Sin embargo, a lo largo de los años, el equipo ha observado los problemas a los que se enfrentan las y los creadores al momento de exponer sus obras: desde difícil acceso al financiamiento a falta de interés del público, y en ocasiones, la cadena de producción en sí. Desde nuestro punto de vista, este tipo de problemas ha llevado al olvido de ciertas animaciones que, a pesar de su calidad, no se comentan mucho más allá de la nostalgia en internet.

Como equipo se tiene el objetivo de poder apoyar en que esto no siga ocurriendo, dando un espacio para publicar todas las noticias de la industria nacional y, en general, llamar la atención al público hacia esta área.

Historia de *Actina*

La idea de hacer un medio acerca de animación chilena nace en 2018, con el proyecto *Amoniacos*. Este era un programa de radio creado como un trabajo para la universidad, y cubría las noticias más importantes de la animación a nivel mundial. Tenía un carácter semanal con una duración de media hora. Fue transmitido a través de *JGM Radio*.

Más allá de su enfoque informativo, *Amoniacos* tenía también un carácter lúdico, con secciones de juegos, participación del público a través de encuestas de *El personaje de la semana*, y *mockumentaries* donde se ponían a personajes de series animadas en el contexto sociocultural actual de Chile.

Después de terminar tres episodios, el equipo de *Amoniacos* se disolvió, llevándolo al final del programa.

El segundo intento de programa de esta índole fue un *pitch* para la clase de Periodismo Televisivo del profesor Hans Mulchi. El nombre en esta ocasión era *Café Cartoon* y tenía la idea de ser un programa basado en producciones como *The Pizza Party Podcast* y *El chiste del Sofá*, y también programas relacionados al tópico del arte audiovisual como *Cinemassacre rental reviews* y *Séptimo vicio*. La propuesta consistía en un programa sobre animación en donde se pudiese generar un diálogo entretenido e informativo entre los conductores, enseñando acerca del tema a una audiencia compuesta por personas entre 15 a 25 años.

La duración establecida de cada capítulo constaría de 40 minutos y con 5 secciones de 8 minutos cada una. Aquí se detallan cada una de las secciones:

- Animación y realidad: Sección enfocada en series y películas *live action* combinadas con animación.
- Tópicos recurrentes o relevantes: Discusión acerca de temas controversiales que se han trabajado a través de la animación.
- De Chile al mundo: Presentar producciones animadas nacionales, tanto estrenos como clásicos.
- *Lost in media*: Proyectos cancelados o cuyo material no ha sido revelado.
- Metralleta informativa: Sección de noticias en donde se explique lo último del acontecer de la animación.

Este *pitch* no fue aceptado, por lo que no llegó a concretarse.

El proyecto de creación de un medio de comunicación acerca de animación chilena como tal comenzó el 2020, desarrollándose a fondo y conectándose como memoria de título durante el 2021 en el presente documento.

Antecedentes bibliográficos

Antes de describir la metodología con la que se desarrollará *Actina*, es necesario aclarar los conceptos básicos de la animación y sus antecedentes históricos en Chile, puesto que estas son las bases teóricas en la fundación del proyecto. Al estar enfocado en la animación desarrollada en el país, se definirá qué es la animación, la diversidad de técnicas que se trabajan, y su historia en Chile.

¿Qué es “animación”?

Para comprender qué es la animación como forma de arte, autores como el periodista Paul Wells han ido a la etimología del concepto. En su libro *Understanding animation*¹⁷, explica que animar, y otras palabras relacionadas como animación, animado y animador, derivan del verbo latín *animare*, es decir, “dar vida a”. En el contexto de un filme animado, esto significa la creación de la ilusión del movimiento a través de líneas y formas que no lo poseen.

Siguiendo esta línea de pensamiento, John Halas y Roger Manvell definen este concepto como “El arte de dar un aparente movimiento a objetos inanimados. La palabra también es usada para la secuencia de dibujos hechos para crear movimiento, y para el movimiento en sí mismo al ser visto a través de una pantalla”¹⁸.

Esta última definición aplica a la animación de la que habla el proyecto *Actina*, es decir, la animación como producción audiovisual. Sin embargo, se limita a la técnica de creación de la ilusión de movimiento a través de dibujos, lo cual es sólo una de las técnicas dentro de la gran gama de contenidos animados que se han producido.

La definición de Wells apunta a la manera tradicional de producción, utilizando celdas de animación hecha a mano cuadro por cuadro. Sin embargo, esta debe poder adecuarse a la

¹⁷ PAUL WELLS. (1998). *Understanding Animation*. Routledge: Londres.

¹⁸ JOHN HALAS, ROGER MANVELL. (1976). *The technique of film animation*. Hastings House: New York. (p. 341).

contemporaneidad y considerar las nuevas tecnologías y avances técnicos. Para ello, se toma en cuenta la perspectiva del animador Norman McLaren, que amplía el espectro de esta para tener una visión más clara: “No es el arte de trazar figuras que se mueven, sino es el arte de trazar el movimiento”¹⁹. El mismo autor recalca: “Lo que pasa entre cada cuadro es más importante que lo que pasa en cada cuadro”²⁰.

Técnicas de animación y sus clasificaciones

Como se explicó anteriormente, la animación como producción audiovisual va más allá de sólo generar movimientos a través de dibujos. Hay distintos tipos de animación y formas de llevarlas a cabo. Estas se pueden clasificar según los materiales con los que son producidos, su profundidad, o los medios tecnológicos en las que se generan (esto incluye tanto software como hardware).

Con el fin de explicar estas técnicas de animación, se tomarán como base las clasificaciones propuestas por la directora y animadora chilena Vivienne Barry en su libro *Animación. La magia en movimiento*²¹, aunque se contrastarán con las definiciones propuestas por otros autores para aclararlas en caso de ser necesario.

Animación 2D

Este tipo de animación se caracteriza por utilizar elementos que forman una imagen en un medio plano, sin profundidad. Se caracteriza por ser generada de forma analógica, utilizando objetos tangibles. Estos pueden variar dependiendo de la técnica específica utilizada. Entre ellas se encuentran:

- **Dibujos animados:** Técnica de animación que se utiliza hasta el día de hoy. Consiste en “dibujar cuadro tras cuadro las fases de movimiento necesarias, para ir produciendo la

¹⁹ ALAN CHOLODENKO. (1991). *The Illusion of Life: Essays on Animation*. Power publications: Sydney, Australia. (p. 17).

²⁰ CHARLES SOLOMON. (1987). *The Art of the animated image: an anthology*. American Films Institute: Los Ángeles, California.

²¹ VIVIENNE BARRY (2012). *Animación. La magia en movimiento*. Pehuén: Chile.

ilusión de los movimientos de los personajes y fondos”²². La técnica consiste en dibujar cada uno de los movimientos de los objetos a representar, para luego fotografiarlos y presentarlos de forma que, al verse en secuencia uno tras otro, se logre conseguir la ilusión de movimiento.

Este proceso puede utilizar una gran diversidad de materiales, aunque el más común es dibujar cada cuadro sobre papel blanco o sobre celuloide transparente.

En la película *How Animated Cartoons Are Made*²³, de Wallace A. Carlson, se puede observar cómo se trabajaba esta técnica en los albores del cine animado, pasando por el proceso completo de dibujar cada uno de los cuadros, fotografiarlos, y finalmente proyectarlos.

Una producción chilena que utilizó esta técnica es *La copia feliz del Edén*²⁴ (2021), de Samuel Restucci y Emilio Romero, cortometraje hecho en La Araucanía utilizando dibujos sobre papel blanco.

- **Papeles recortados:** Esta técnica consiste en el movimiento manual de recortes para lograr la ilusión de movimiento. Con esta técnica, es posible utilizar mucho menos papel que con los dibujos animados, pero tiene un resultado con movimientos más limitados. A través de esta técnica se logra "la creación de la ilusión del movimiento mediante la manipulación de figuras bidimensionales recortadas, cuyas posiciones son grabadas de una en una para completar una acción".²⁵

²² VIVIENNE BARRY (2012). *Animación. La magia en movimiento*. Pehuén: Chile. (p. 29).

²³ WALLACE A. CARLSON. (1919). *How animated cartoons are made* [Cortometraje]. J.R. Bray Studios.

²⁴ SAMUEL RESTUCCI, EMILIO ROMERO. (2021). *La copia feliz del edén* [Cortometraje]. The forest man.

²⁵ KARINA CASTRO, JOSÉ RODRIGO SANCHEZ. (1999). *Dibujos animados y animación. Historia y compilación de técnicas de producción*. Editoriales Ciespal: Quito, Ecuador. (p. 262).

El primer largometraje animado de la historia, *El apóstol* (1917)²⁶, del animador argentino Quirino Cristiani, fue hecho con esta técnica. La película no fue preservada, por lo que no hay un registro amplio de esta en la actualidad.

- **Animación con siluetas:** “En esta técnica, las figuras recortadas son siempre negras y el fondo blanco está iluminado por debajo de la mesa, dando como resultado una especie de teatro de sombras chinas animadas”²⁷.

Si bien corresponde a una subcategoría de la técnica anterior, se diferencia en su uso de luz. “Los filmes de siluetas usan estas figuras para proyectar sombras de definiciones variadas a través de luz negra, mientras que la técnica de figuras planas ilumina sus figuras desde el frente y permite que sean dibujadas y pintadas en lugar de mantenerse completamente negras”²⁸ (Halas y Manvell, 1976, p. 278).

- **Fotografías y collages en movimiento:** “Consiste en mezclar gráfica, dibujos y fotografías que se animarán sobre la mesa de luz o stand de animación. Hay quienes agregan a estas imágenes, rayados de lápices de carbón o pinturas. No hay una regla determinada, se hace al estilo de cada cual.”²⁹.

Otros tipos de animación en esta categoría incluyen:

- Animación de dibujos con tiza sobre pizarra.
- Animación de pintura sobre vidrio.
- Animación de arena.
- Animación de objetos bajorrelieve.
- Animación de plasticinas planas.

²⁶ Ficha técnica extraída de: <https://www.filmaffinity.com/es/film492349.html>

²⁷ VIVIENNE BARRY (2012). *Animación. La magia en movimiento*. Pehuén: Chile. (p. 35).

²⁸ JOHN HALAS, ROGER MANVELL. (1976). *The technique of film animation*. Hastings House: New York. (p. 278).

²⁹ Ver referencia 26.

Animación Stop motion.

Este tipo de animación se caracteriza por el uso de elementos tridimensionales, que se utilizan a través de la técnica del *stop motion* o de fotografías a cada movimiento para dar la ilusión de continuidad una vez se hace el montaje del filme.

Este tipo de animación corresponde a una especialización de la animación muy alejada de la animación 2D. A diferencia de esta, el *stop motion* utiliza objetos tridimensionales en un espacio con mayor profundidad, por lo que el movimiento puede ser generado en distintos planos durante la producción.

Este tipo de animación requiere el uso de elementos propios de la producción cinematográfica *live action*. El animador debe tener acceso a cámaras, iluminación, escenografía, y su foco central, que suelen ser sus personajes. Además de esto, debe contar con una plataforma acondicionada para poder mover los objetos de forma segura, sin que estos se descalibren entre una toma y otra.

En este tipo de animación, se encuentra:

- **Animación de objetos:** Consiste en crear movimiento a partir de cualquier objeto. Una vez estos están posicionados donde el animador necesite, se toma una fotografía y luego se calibra su posición. Esto se hace en todas las técnicas *stop motion*.
- **Animación de muñecos o marionetas:** Este tipo de animación utiliza muñecos para crear la sensación de movimiento, los cuales se sitúan en una plataforma acondicionada y se mueven sutilmente por el animador entre toma y toma.

Este tipo de animación es la más utilizada en el *stop motion*, y a diferencia de las siguientes, permite el uso de distintos materiales en las tomas. Generalmente se utiliza un esqueleto articulado dentro de los muñecos, lo que permite moverlos sin que se deformen.

Además, se suele usar una base blanda en la plataforma para clavar a los personajes y que estos no se caigan durante la grabación.

En Chile, en la actualidad, el estudio PATAKA³⁰ animation está desarrollando una webserie con esta técnica, llamada *Pajarones*. Esta fue financiada a través del Fondo Audiovisual 2021 del Ministerio de las Culturas, las Artes, y el Patrimonio, y su estreno está programado para el 2022.

- **Animación de plastilina o claymation:** Similar a la animación con muñecos, pero a diferencia de esta, toda la parte superficial de la figura, así como el set, está hecho de arcilla.

A nivel global, el estudio más prolífico de esta técnica es Aardman Animations³¹, con 8 largometrajes en esta técnica, correspondientes a franquicias como *Pollitos en fuga*, *Wallace y Gromit*, y *Shaun, el cordero*.

- **Pixilation:** Una de las técnicas de *stop motion* menos frecuentes. Consiste en fotografiar los movimientos de un actor o actriz cuadro por cuadro, según indicaciones del animador, quien además está a cargo de calibrar todos los objetos y escenografía que lo rodea.

Una de las razones para que sea tan poco común este tipo de animación es que "los actores deben poseer una excelente condición física, además de paciencia y gran concentración, porque deben realizar un sinnúmero de movimientos que requieren de un esfuerzo considerable"³².

Durante este año, en Chile, se produjo una campaña electoral en pixilación para la franja electoral de las primarias de Gabriel Boric, emitida el 1 de julio de 2021³³.

³⁰ <https://www.instagram.com/pataka.animation/>

³¹ <https://www.aardman.com/>

³² KARINA CASTRO, JOSÉ RODRIGO SANCHEZ. (1999). *Dibujos animados y animación. Historia y compilación de técnicas de producción*. Editoriales Ciespal: Quito, Ecuador. (p. 275).

³³ GABRIEL BORIC. [Gabriel Boric – Vota 1] (2021). *Franja electoral primarias Apruebo Dignidad - Gabriel Boric cap. 2* [Video]. Recuperado el 17 de diciembre de: https://www.youtube.com/watch?v=sPV4wbbVrLE&ab_channel=GabrielBoric-Vota1

- **Pizarra de alfileres o *pinboard*:** Otra de las animaciones *stop motion* menos comunes. Consiste en la animación utilizando una pizarra de alfileres iluminada de forma trasera, en la que, dependiendo de qué tan profundos están los alfileres, se verá más o menos luz. El montaje de varias fotografías con esto lleva a la creación de la sensación de movimiento.

Animación digital

La animación digital se refiere a la creación de material audiovisual animado con imágenes generadas a través de computadora. Estas pueden ser tanto 2D como 3D, pero, a diferencia de los métodos anteriores, requieren el uso de computadores y software para la creación y modificación de los elementos que la conforman.

Este tipo de animación actualmente se enseña ampliamente en Chile, estando disponible como carrera en Duoc UC, Santo Tomás, Universidad Mayor, Universidad San Sebastián, Uniacc, Instituto profesional Arcos, Universidad de las Américas, entre otras.

La animación digital abarca muchas técnicas distintas, por lo que es difícil catalogarla igual que las anteriores. Además, es usada por estudios reconocidos mundialmente como Disney, Dreamworks, Illumination y Sony Pictures Animation.

En Chile, algunas producciones de animación digital que han tenido éxito son *Mi perro Chocolo*, *Los Pulentos*, y la ganadora del Oscar, *Historia de un oso*.

Antecedentes históricos de la animación chilena

Como se explicó anteriormente, uno de los objetivos de *Actina* es visibilizar el campo de la animación chilena exponiéndolo a un mayor público. A pesar de que este se ha desarrollado a lo largo de sus cien años de historia, aún carece de un espacio periodístico dedicado específicamente a él.

Las primeras producciones animadas del país

Según el doctor en bellas artes, Danilo Espinoza³⁴, los primeros 50 años de la animación en el país estuvieron marcados por la “espera del desarrollo”. Según él, “las primeras animaciones no son más que el mero desplazamiento formal y temático de historietas y caricaturas a un nuevo soporte, estableciendo una cercanía entre ambos medios, separada solo por la presencia o ausencia de movimiento”.

El nacimiento de la animación nacional está ligado a los ilustradores y caricaturistas de humor gráfico, provenientes de revistas y diarios como *La Nación*, *El Mercurio* y *Zig Zag*. En la era del cine silente, algunos de ellos vieron este medio como una forma de evolución de su arte, con un nuevo formato y audiencias, en el que sólo debían adaptar su trabajo para darle movimiento.

El primer cortometraje de animación hecho en Chile fue *La transmisión del Mando Supremo*³⁵, producida por la National Films de Santiago a cargo de Alfredo Serey Vial y Nicolás Martínez Esquerro, y estrenada el 25 de julio de 1921. Este contaba de forma satírica la historia del paso de la presidencia de Juan Luis Sanfuentes a Arturo Alessandri Palma en 1920. Tuvo una duración de 10 minutos, con un total de 23 mil 400 fotogramas hechos de cartón.

Serey, el encargado del arte de la película, era conocido por su trabajo como caricaturista en *Las Últimas Noticias*. Mientras, Martínez se encargó de la labor técnica. Este cortometraje fue visto por el Presidente de Chile, quien felicitó a los productores por su trabajo.

Sin embargo, lo rudimentario de su técnica ha generado que ciertos autores cuestionen su relevancia para el desarrollo de la animación chilena. La animadora Vivienne Barry considera que

³⁴ DANILO ESPINOZA. (2015). *Animación artística en Chile 1995-2006*. Universitat Politècnica de València: España. (p. 85).

³⁵ Ficha técnica extraída de: <https://cinechile.cl/pelicula/la-transmision-del-mando-presidencial/>

“aunque el filme era rico en ingenio, adolece de muchas carencias técnicas. Los dibujos eran casi estáticos”³⁶.

Por otro lado, Carlos Ossa en su *Historia del Cine Chileno* dice que “en los años en que se hacen estos dibujos animados chilenos ya existía una rica experiencia tanto en Europa como en Estados Unidos, por lo cual lo que se hizo en Chile en ese período casi carece de importancia por la forma en que fueron utilizados los elementos cinéticos del dibujo”³⁷. (1971, p. 29).

El segundo cortometraje animado en Chile fue *Vida y milagros de Don Fausto*³⁸, de Carlos Borcosque, Carlos Espejo y Jorge Fernández Ruiz, estrenada el 30 de septiembre de 1924. Este filme fue basado en la tira cómica estadounidense *Bringing up father*, creada por George McManus y publicada en Chile por *El Mercurio*. En el diario, fue renombrada a *Don Fausto y Crisanta*, nombre utilizado en la película. Según su publicidad, la película fue hecha utilizando un millón de dibujos.

Esta fue bien recibida en su época. En una reseña publicada en *El Mercurio* el 1 de octubre de 1924, apreciaron que fue “un esfuerzo de la cinematografía digno de aplausos y de estímulo”. “El trabajo de la editora Borcosque es admirable”³⁹, consideran. Al igual que su antecesora, esta es cuestionada en la actualidad por su técnica poco refinada.

Luego de estos filmes, Chile no vio el estreno de una producción animada nacional en más de una década.

En 1942, Jaime Escudero y Carlos Trupp estrenaron el largometraje *15.000 dibujos*⁴⁰, financiado en su totalidad con dinero obtenido por ellos mismos o sus familiares. La película fue hecha de forma amateur, con técnicas de animación de desarrollo propio, sin llegar a estándares de

³⁶ VIVIENNE BARRY (2012). *Animación. La magia en movimiento*. Pehuén: Chile. (p. 112).

³⁷ CARLOS OSSA. (1971). *Historia del cine chileno*. Quimantu: Chile. (p. 29).

³⁸ Ficha técnica extraída de: <https://cinechile.cl/pelicula/vida-y-milagros-de-don-fausto/>

³⁹ EL MERCURIO. (1924). *Un gran éxito constituyó el estreno de la película de don Fausto*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://cinechile.cl/archivos-de-prensa/un-gran-exito-constituyo-el-estreno-de-la-pelicula-de-don-fausto/>

⁴⁰ Ficha técnica extraída de: <https://www.cclm.cl/cineteca-online/15-mil-dibujos/>

la época. Es decir, “esta producción se constituye en una isla, un hecho aislado sin mayor alcance en la historia de las animaciones nacionales. Su calidad no era en nada comparable a las animaciones que se producían en el resto del mundo lideradas por las producciones de Walt Disney”⁴¹ (Espinoza, 2015, p.97).

El filme contaba la historia de Copuchita, un cóndor que representa al huaso chileno. Lo acompañaban personajes como el puma mapuche Manihuel, el gallo huaso Ño Benhaiga, y la joven Clarita.

Durante la producción, Walt Disney y su equipo visitaron Chile como parte de una gira que hacían por latinoamérica. Escudero y Trupp se reunieron con él para mostrarle su trabajo, frente a lo que el norteamericano los incentivó a continuar con la cinta a pesar de las condiciones técnicas precarias con las que contaban.

El estreno de *15.000 dibujos* fue un fracaso en taquilla y frente a la crítica. La revista *Ecran*, en su edición del 29 de diciembre de 1942, señaló que “La película encierra una serie interminable de defectos. Se hizo un argumento casi infantil para presentar unas cuantas escenas de movimiento que no tienen más méritos que las de ser un ensayo casi de laboratorio para demostrar que en Chile puede hacerse ‘monos’ animados en un corto plazo”⁴².

Ninguna de estas películas se ha conservado hasta la actualidad. Solo existen fotogramas y material promocional de las primeras dos, mientras que de *15.000 dibujos* hay aproximadamente dos minutos de metraje recuperados por la animadora Kylie Trupp.

⁴¹ DANILO ESPINOZA. (2015). *Animación artística en Chile 1995-2006*. Universitat Politècnica de València: España. (p. 97).

⁴² Revista *Ecran*, 562 (1942, 29 diciembre). *La primera película chilena de dibujos animados*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://cinechile.cl/archivos-de-prensa/la-primera-pelicula-chilena-de-dibujos-animados/>

Dictadura y censura

En 1971 ocurrió uno de los hitos más importantes para el desarrollo de la animación profesional en Chile, con la creación del Departamento de Animaciones y Producción Publicitaria de Televisión Nacional de Chile, para la creación de cortinas de continuidad televisiva.

Dentro de este, el caricaturista Carlos González creó al personaje Tevito, un perro con lentes que cumpliría el objetivo del canal y cuyo éxito lo convertiría en su mascota. Esto llevó a que su competencia, Canal 13, creara su propia mascota animada. Este sería el Angelito de las buenas noches, que debutó en 1973. Fue creada por Enrique Bustamante y solidifica la rivalidad de ambos canales, estando al aire hasta 1991.

Estos dos hechos marcaron el comienzo de la entrada a la televisión de la animación chilena. Sin embargo, esto se frenaría fuertemente después del golpe militar de 1973 y la dictadura de Augusto Pinochet.

El panorama cultural de la época se caracterizó por dos cosas. Primero, el apagón cultural marcado por “una suerte monopolio de la información, teniendo un estricto código de censura”⁴³. La ley de censura de 1974 prohibió la creación de contenidos de oposición, se cerraron la carrera de cine de la Universidad de Chile ese mismo año y la Escuela de Artes de la Comunicación de la Universidad Católica en 1978.

En este contexto, TVN pasa a estar bajo el control de los militares, quienes eliminaron a Tevito y quemaron la mayoría de sus películas al considerarlo un símbolo de Salvador Allende. Posteriormente, también se censuró la animación *ITO e ITA* de Carlos Gonzáles, la tira cómica argentina *Mafalda*, y se eliminó de la cadena de programación a la serie de ciencia ficción *El Planeta de los Simios*, de 1974.

⁴³ DANILO ESPINOZA. (2015). *Animación artística en Chile 1995-2006*. Universitat Politècnica de València: España. (p. 108).

El exilio es otro punto importante. Entre las personas que tuvieron que dejar el país forzosamente está Vivienne Barry, quien tras el golpe militar abandona el país y se instala en la, en ese entonces, República Democrática Alemana, donde se dedicó a la animación *stop motion*.

En segundo lugar, está el establecimiento del sistema económico neoliberal y de las industrias culturales. Después de que el régimen militar dejó de dar espacio a la cultura en sus políticas, se abrió el espacio a la mercantilización y privatización de la producción cultural. Según Espinoza, esto dejó al campo cultural con las características del mercado actual, donde el *marketing* es uno de los puntos principales en que cualquier productora debe hacer énfasis.

La profesionalización de la animación en Chile

En 1978 Enrique Bustamante, el creador del Angelito de Canal 13, fundó la empresa Grafilms, posteriormente renombrada a Puma Producciones. Dentro de su equipo estuvo Alvaro Arce, quien tenía experiencia en Warner Brothers y Hanna Barbera.

La empresa produjo la primera serie animada en Chile, *Condorito*, basada en la tira cómica del mismo nombre del historietista Pepo. Contó con 50 episodios de un minuto, y a pesar de que fue cancelada por el poco interés del público y los costos elevados, abrió el paso a, entre otras cosas, la animación en publicidad y la apertura de otros estudios de animación.

Uno de los estudios que nació después de Grafilms fue Cineanimadores, de Alejandro Rojas, Rodrigo Valenzuela y Juan Diego Garreton, fundada en 1989 y dedicada a la producción de dibujos animados para publicidad, cortometrajes y series. “Cineanimadores ha sido una empresa que ha formado a su vez a muchos animadores chilenos y existe hasta el día de hoy”⁴⁴. Rojas posteriormente se convertiría en una de las figuras más relevantes en el desarrollo de la animación chilena, por su trabajo en la producción de largometrajes y creación de carreras universitarias.

Posterior al fin de la dictadura, en 1992, el Ministerio de Educación creó el Fondo de Desarrollo de las Artes y la Cultura, conocido como FONDART (posteriormente renombrado a

⁴⁴ VIVIENNE BARRY (2012). *Animación. La magia en movimiento*. Pehuén: Chile. (p. 137).

Fondos de Cultura)⁴⁵. Este fondo concursable es hasta el día de hoy la principal forma que tiene el estado de apoyar al financiamiento de la cultura en el país, y se ha modificado en diversas ocasiones para ampliar su alcance. Desde el 2004, a partir de la promulgación de la ley N° 19.981, se incluyó la Convocatoria de Fondo Audiovisual, que abarca la animación entre sus líneas de apoyo.

En el 2002 se estrenó *Ogú y Mampato en Rapanui*⁴⁶, la primera película animada moderna en Chile, basada en los personajes del dibujante Themo Lobos. Esta fue dirigida por Alejandro Rojas, y fue recibida de forma positiva por el público y la crítica. Fue premiada en el extranjero con el Premio del Jurado del Festival de Cine AJIJC en México, el Premio a la mejor película de animación en el Festival de Cine Infantil de Cartagena de Colombia, y el Primer premio en el Festival de Cine para la Infancia de Buenos Aires, Argentina.

En 2005, Rojas fundó la primera carrera profesional de animación en Chile, Diseño de Animación Digital en la Universidad Mayor, de la cual hasta el día de hoy aún es director.

Actualidad

Luego de la fundación de esta carrera en la Universidad Mayor, el campo de la animación profesional se ha desarrollado ampliamente. Entre las instituciones que la han incluido se encuentran el Instituto Profesional Santo Tomás, DUOC UC, Universidad de las Américas y el Instituto Profesional Arcos.

Frente a su desarrollo, Vivienne Barry dice que “la animación en Chile tiene una fuerte presencia y que estos últimos años se ha ido desarrollando a velocidad acelerada, conformando un medio de expresión significativo”⁴⁷.

⁴⁵ CONSEJO NACIONAL DE LAS CULTURAS Y LAS ARTES. (2005). *Chile quiere más cultura. Definiciones de política cultural 2005 – 2010*. Consejo Nacional de las Culturas y las Artes: Chile.

⁴⁶ Ficha técnica extraída de: <https://www.cclm.cl/cineteca-online/ogu-y-mampato-en-rapa-nui/>

⁴⁷ VIVIENNE BARRY (2012). *Animación. La magia en movimiento*. Pehuén: Chile. (p. 111).

En el contexto de su desarrollo, en el 2010 se fundó la Asociación Chilena de Animación, Animachi, la asociación gremial de profesionales y productores de animación. A esta le sigue la fundación Chilemonos, que desde 2012 realiza iniciativas de fomento de la animación.

Ambas organizaciones se han puesto como objetivo el apoyo a la internacionalización de la animación chilena, es decir, “posicionar la animación chilena más allá de nuestras fronteras”⁴⁸.

A lo largo de la década, la animación chilena se desarrolló a un ritmo mucho mayor que en otros tiempos. El exponente más conocido de este avance es el cortometraje *Historia de un oso*⁴⁹, dirigido por Gabriel Osorio y producido por Patricio Escala. Este fue estrenado en Chile el 8 de mayo del 2014 en el Festival Chilemonos, e internacionalmente en el Festival Internacional de Cine de Animación de Annecy posteriormente en junio.

En los años siguientes a su estreno, el corto fue premiado en distintos festivales, como mejor película en el *Little Big Shots (Film Festival for Kids)* de Australia, *Grand Prize* en Animasyros de Grecia, Mejor Animación en *Washington DC Independent Film Festival* en Estados Unidos, culminando con la premiación como Mejor corto animado en la 88ª Entrega de los Premios Óscar durante 2016.

Después del éxito de *Historia de un oso*, la animación chilena se comenzó a posicionar con una mayor presencia internacional. Algunos de los hitos más importantes de esto son los estrenos de las series *¡Golpea duro, Hara!* y *La leyenda de Zeta y Ozz* en *Cartoon Network*, la participación internacional en el Festival Chilemonos, y la presencia de Animachi con su subsidiaria *Chilean Animation* en los festivales MIFA y Pixelatl.

La relevancia del fondo audiovisual

Al igual que cualquier otro tipo de producción, hacer un proyecto animado implica asegurar un financiamiento estable. En Chile, una de las formas que tienen las y los productores de acceder

⁴⁸ CHILEAN ANIMATION. (2021). *Nosotros*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://www.chileananimation.cl/nosotros/>

⁴⁹ Ficha técnica extraída de: <https://cinechile.cl/pelicula/historia-de-un-oso-bear-story/>

a este es a través de las postulaciones al Fondo Audiovisual de los Fondos de Cultura que ofrece año a año el Ministerio de la Cultura, las Artes, y el Patrimonio (Mincap)⁵⁰.

Este fondo, según indica el organismo, “financia la producción y distribución de obras cinematográficas, creación de guiones, equipamiento, formación profesional, investigación y difusión de las nuevas tendencias creativas y de innovación tecnológica. Depende del Consejo del Arte y la Industria Audiovisual, y existe a partir de la promulgación de la ley N° 19.981 en 2004”⁵¹.

El Fondo Audiovisual cuenta con 24 líneas en las que se puede postular, que incluyen Línea Becas Chile Crea, Líneas Producción audiovisual de cortometrajes, Producción audiovisual de otros formatos, Producción audiovisual de largometrajes, Producción audiovisual regional y Distribución de cine y videojuegos, entre otras.

Cada año el Ministerio habilita la plataforma online www.fondosdecultura.cl/ para los postulantes, quienes deben seguir una serie de pasos específica para cada línea a la que deseen postular.

La más reciente postulación se abrió el 21 de julio de 2021, correspondiente al Fondo Audiovisual 2022. La convocatoria de las líneas de producción se cerró el viernes 10 de septiembre a las 17:00 horas de Santiago de Chile, mientras que la Línea Becas Chile Crea cerró el 18 de agosto del 2021 a las 17:00 horas de Santiago de Chile.

En la actualidad, existen 5 líneas con modalidades dedicadas a la animación, siendo estas:

- Producción Audiovisual de Cortometrajes.
- Producción Audiovisual de Largometrajes.
- Producción Audiovisual de Otros Formatos.

⁵⁰ <https://www.fondosdecultura.cl/>

⁵¹ FONDOS DE CULTURA. (2021). *Convocatorias Fondo Audiovisual*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://www.fondosdecultura.cl/fondos/fondo-audiovisual/lineas-de-concurso/>

- Producción Audiovisual Regional.
- Guión original y adaptación literaria.

El financiamiento a animación del fondo no se limita a sólo estas líneas, pero sí en cuanto a las dedicadas a la producción. Otras, como la línea de Distribución de Cine y Videojuegos y Difusión, Implementación y Exhibición audiovisual, son transversales a todas las áreas que competen dentro del fondo.

Los resultados del Fondo Audiovisual 2022 aún no están disponibles, pero al ver los resultados del Fondo Audiovisual 2021, es posible notar que nueve proyectos de animación fueron seleccionados durante 2020 para su producción. En las siguientes tablas se muestra el detalle:

Tabla 1 - Proyectos ganadores del Fondo Audiovisual 2021 en línea “Producción audiovisual de cortometraje”⁵²:

Producción audiovisual de cortometraje						
N°	Región	Folio	Género	Título del proyecto	Responsable del proyecto	Monto asignado
4	Metropolitana	585168	Animación	Petra y el sol	María Luisa Furche Rossé	\$ 27.542.772
7	Metropolitana	574370	Animación	Yin Yin	Gabriela Patricia Rojas	\$ 35.999.934

⁵² MINISTERIO DE LAS CULTURAS, LAS ARTES, Y EL PATRIMONIO. (2020). Nómima Proyectos seleccionados Fondo Nacional de Fomento Audiovisual Convocatoria 2021. Recuperado el 19 de diciembre de 2021 de: <https://www.fondosdecultura.cl/resultados-antiores/>

					Bustos	
10	Metropolitana	577399	Animación	La crecida	Constanza Luz Wette López	\$ 17.907.785

Tabla 2 - Proyectos ganadores del Fondo Audiovisual 2021 en línea “Producción audiovisual de largometrajes”⁵³:

Producción audiovisual de largometrajes						
N o	Región	Folio	Modalidad	Título del proyecto	Responsable del proyecto	Monto asignado
1	Metropolitana	582213	Largometraje de animación	CODA	Zumbastico SpA	\$ 149.838.026
2	Metropolitana	602199	Largometraje de animación	HISTORIA DE UN OSO: LA PELÍCUL	Osorio y Escala LTDA.	\$ 209.790.000

⁵³ Véase nota 51.

				A - etapa producción		
--	--	--	--	-------------------------	--	--

Tabla 3 - Proyectos ganadores del Fondo Audiovisual 2021 en línea “Producción audiovisual regional”⁵⁴:

Producción audiovisual regional						
N°	Región	Folio	Modalidad	Título del proyecto	Responsable del proyecto	Monto asignado
14	Valparaíso	581449	Cortometraje de animación	Corto de Animación e-Dem DESARRAIGO	Cristián Luis Montes Lynch	\$ 36.740.000
15	Antofagasta	576041	Cortometraje de animación	Manu y el Gaviotín chico	Walter German Álvarez Álvarez	\$ 36.426.327

⁵⁴ Véase nota 51.

16	Valparaíso	599934	Cortometraje de animación	"MEMORIA S de un PUEBLO IMAGINARIO, El Último Hablante"	Claudio Andrés Díaz Valdes	\$ 15.458.000
17	Valparaíso	573351	Cortometraje de animación	Danza de Luz	Pamela Alejandra Barrios López	\$ 16.863.735

Algunas de las casas productoras chilenas que han obtenido éxito internacional siguen postulando a estos fondos. Tal es el caso de Osorio y Escala LTDA. (Punkrobot), responsables de *Historia de un Oso*, que el 2020 consiguieron el financiamiento de la etapa de producción de *Historia de un Oso: la película* en la línea Producción audiovisual de largometrajes. También se observa el caso de Zumbastico SpA, estudio detrás de series como *Zumbastico Fantastico* y *Puerto Papel*, quienes en el mismo periodo se adjudicaron los fondos del largometraje *CODA* en la misma línea.

El apoyo de Prochile y el Ministerio de Relaciones Exteriores

Además del fondo audiovisual, el área de la animación recibe apoyo gubernamental a través ProChile⁵⁵, perteneciente al Ministerio de Relaciones Exteriores. Esta es una institución cuyo objetivo es promover la oferta de bienes y servicios chilenos en el mundo, apoyando a ubicar a empresas del país en el mercado internacional.

⁵⁵ <https://www.prochile.gob.cl/>

La institución centra sus esfuerzos en cuatro sectores exportadores, siendo estos Agro & alimentos, Industrias 4.0 (enfocado en el desarrollo tecnológico, llamado así por la cuarta revolución industrial impulsada por el impacto de la tecnología digital y el procesamiento de datos), Servicios, e Industrias Creativas. La animación forma parte de esta última área.

De acuerdo al sitio web de ProChile, las industrias creativas “son las actividades que tienen su origen en la creatividad, las habilidades y el talento”⁵⁶. Según el organismo, estas se caracterizan por su rápida adaptación a los cambios (sean por avances tecnológicos o transformaciones en las tendencias), además de contar con un amplio componente de emprendimiento, innovación y creación de valor.

Los subsectores que componen las industrias creativas son:

- Videojuegos
- Ilustración y Narrativa Gráfica
- Música
- Moda
- Editorial
- Audiovisual
- Artes Visuales
- Artes Escénicas
- Animación

El apoyo a cada campo varía según lo que se ofrezca en esta de forma mayoritaria en el país. En animación, la institución destaca que “en solo dos décadas, la industria de la animación chilena se ha convertido en una de las más reconocidas y exportadas de América Latina debido a la alta calidad de sus producciones”⁵⁷. Su enfoque dentro del área está en apoyar la oferta que ofrecen los estudios chilenos en publicidad, las series de animación infantil en técnicas 2D, 3D y *Stop Motion*, el cine animado y los efectos visuales.

⁵⁶PROCHILE. (2021). *Industrias creativas*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://www.prochile.gob.cl/sectores-exportadores/industrias-creativas>

⁵⁷ Vease nota 55.

ProChile permite a los trabajadores de las industrias creativas la posibilidad de postular a actividades internacionales como festivales de cine, talleres y ferias internacionales. El próximo de estos en cuanto a animación es Animarkt virtual 2021 - Polonia, principal festival de animación *stop motion* del mundo.

METODOLOGÍA Y DESARROLLO DEL PROYECTO

Objetivo de la memoria

Establecer un medio de comunicación informativo con enfoque en la animación chilena, dedicado a difundir contenidos noticiosos y de entretenimiento que abarquen la totalidad de esta área.

Objetivos específicos

Entre los objetivos específicos planteados, se encuentran:

- Visibilizar a las producciones animadas nacionales dando acceso sencillo a noticias sobre animación chilena.
- Fomentar la participación del público en la industria de la animación chilena por medio de la formación sobre procesos e historia de la animación chilena..
- Crear un archivo de las noticias de la animación chilena centrado en el sitio web de *Actina*.

Público objetivo

El público objetivo contemplado apunta a las siguientes características:

- Edad: Entre 15 y 35 años.
- Nacionalidad: Chilena (o residente en Chile).

Además de estas características, consideramos que segmentar a nuestro público objetivo en categorías sexo-genéricas no apunta a lo que busca *Actina*. Para lograr los objetivos específicos planteados anteriormente, es importante que quienes sigan al medio no queden excluidos. Lo mismo aplica para la segregación por nivel socioeconómico, en cuyo aspecto lo único que se considera es tener acceso a una conexión a internet.

Algunas consideraciones que se tienen en cuenta para el público objetivo son, primero que nada, que se ha de tener acceso a internet. De acuerdo al *Digital 2021: Global overview report* de DataReportal⁵⁸, en Chile un 15.78 millones de personas son usuarios de internet, es decir, 82,3% de incidencia en el país.

Además, para poder definir nuestro público más a fondo, se creó un marco temático para los intereses a los que se apunta:

- Marco: Toda persona interesada en la animación chilena.
- Intereses: Animación, cine, televisión, producciones nacionales, festivales de cine.
- Preocupaciones: El desarrollo del campo de la animación chilena, noticias de las producciones nacionales.

Ejemplos del público objetivo de Actina

Utilizando la definición del público objetivo de *Actina*, se crearon ejemplos de usuarios ficticios de la web:

Nombre	Vicente Ortiz
Perfil	Estudiante de 3° Medio.
Datos demográficos	Hombre, 16 años. Vive con su familia en Gultro.
Hábitos	Ve televisión todos los días cuando llega a su casa. Tiene acceso limitado a internet, por lo que lo usa principalmente para leer y redes sociales.

⁵⁸ DataReportal (2021) *Digital 2021: Global Overview Report*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>

Intereses	Dibujos animados, <i>YouTube</i> , cine, televisión, <i>Twitter</i> .
------------------	---

Nombre	Jimena Llopis.
Perfil	Estudiante de 1° de Animación digital.
Datos demográficos	Mujer, 19 años. Vive con su familia en La Florida.
Hábitos	Ver <i>Netflix</i> , jugar videojuegos, dibujar, estudiar para la universidad, publicar arte en <i>Instagram</i> .
Intereses	Animación, industrias culturales, <i>E-sports</i> , <i>Instagram</i> .

Nombre	Andrea Torres
Perfil	Animadora <i>freelance</i> con experiencia en publicidad.
Datos demográficos	Mujer, 30 años. Vive sola.
Hábitos	Escribir, hacer deporte, teletrabajo, usar <i>Facebook</i> .
Intereses	Quiere hacer un cortometraje animado postulando a un fondo del estado.

Identidad de *Actina*

Como se explicó anteriormente, *Actina* busca difundir noticias y contenidos informativos acerca de la animación chilena. Esto lo logrará a través del sitio web <https://www.actinaneews.com/>.

Identidad visual

El logotipo de *Actina* es el siguiente:



Se conforma de dos piezas. Primero, en la parte superior, el nombre del medio en letras manuscritas con la fuente Modesta Script de Letterhend Studio . En segundo lugar, una línea que subraya el nombre, acabando con una curva que forma una pelota al terminar la palabra. Este logo busca mostrar dos cosas:

- Las formas curvas tanto en la tipografía como en el subrayado se escogieron para dar la sensación de movimiento al logo.
- La pelota que se forma en el subrayado imita la figura de una esfera en movimiento, una de las formas que se utiliza para enseñar acerca de animación a estudiantes.

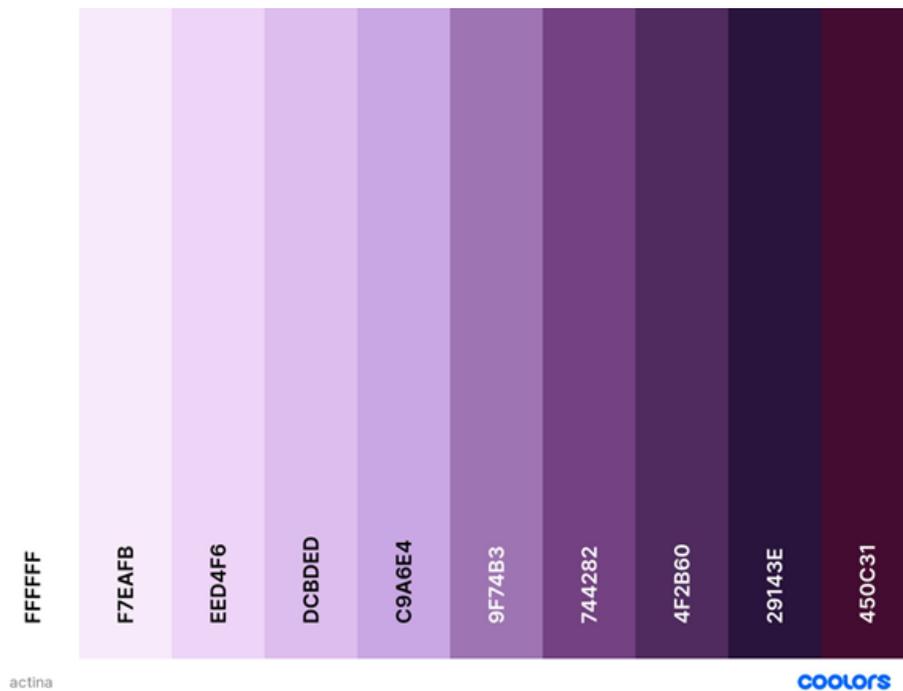
Uso del logotipo

El logo se utilizará en la cabecera del sitio web. También lo llevarán las imágenes en redes sociales.

El logo es monocromático para facilitar su implementación en fondos de distintos colores. Sin embargo, no se puede colorear de cualquier tono, solamente se permite el uso de blanco, negro, y de los colores de la paleta determinada a continuación.

Colores de *Actina*

Actina contempla el uso de una paleta de colores donde priman los morados, complementados por el blanco. Esta se puede observar en la siguiente imagen⁵⁹:



Plataforma digital

La plataforma digital será la dirección web donde se aloja el proyecto y todos los contenidos que se desarrollen para el mismo.

Sitio web principal

El sitio web está siendo desarrollado a través de *Google Sites*, con un registro en *Google Domains*.

⁵⁹ Paleta generada con la herramienta Coolors: <https://coolors.co/>

Selección de plataforma digital

El sitio web originalmente tenía la dirección www.actina.cl, pero será reemplazado por www.actinanews.com en el nuevo sitio. Esto debido a la próxima renovación del dominio y las complicaciones que se han presentado con Nic Chile⁶⁰ al no contar con opciones de redireccionamiento fuera de la opción de *DNS*, como lo son la falta de una extensión *.txt* y también del registro *CNAME*.

En un inicio se utilizó la plataforma Wordpress.org⁶¹. Esta facilitó la utilización de un *DNS* para la corroboración del dominio y redirección. Sin embargo, la plataforma, aunque es flexible, requiere un alto grado de conocimientos técnicos por parte de usuarios que se manejan en el área de informática. Las opciones de personalización se encuentran detrás de una barrera de pagos en el caso de no contar anteriormente con una base de la página web.

Siendo este el caso, se probó trabajar con los temas gratuitos que se ofrecen, que no se adecuaban a la idea considerada en los *wireframes*. Se decidió hacer una prueba de las versiones *premium* y luego *business* para contar con funciones con las que no se contaban, como *sliders* o formatos de página que no eran admisibles a menos que uno pudiera trabajar de lleno con el código.

El problema no era el hecho de trabajar con el código mismo, sino que el equipo no cuenta con los conocimientos necesarios de los lenguajes informáticos que se utilizan en las distintas partes del sitio web (css y php). Además, el plan *business* ofrece plugins que proporcionaban herramientas básicas, pero que sin la contratación de versiones pagas, no permitían editar de forma eficaz el sitio.

Por ello, se buscaron alternativas que pudiesen facilitar el uso e incluso el gasto de mantener el sitio web. Por recomendación de un asesor en informática que estaba revisando el proyecto se utilizó *Google Sites*.

⁶⁰ <https://www.nic.cl/>

⁶¹ <https://wordpress.org/>

Esta herramienta proporciona de forma gratuita un entorno en el que se pueden desarrollar páginas web sin el conocimiento informático previo. Cuenta con temas de ejemplo, además de poder ser lo suficientemente versátil con muchas de las opciones de personalización que vienen predefinidas, como lo son *sliders*, menús desplegables, anexos e indexación de sitios webs incluso con imágenes. Sin embargo, la organización del sitio es libre, por lo que la creación de un entorno uno distinto y lo suficientemente variable es fácilmente alcanzable.

La desventaja es que no se pueden automatizar procesos de publicación de contenidos, los cuales a un largo plazo podrían desorganizar constantemente los sitios de publicación y organización interna del contenido.

El registro nuevo fue hecho a través de *Google Domains*⁶², el cual proporciona registro de dominios como también de ideas de nombres y distintas extensiones con un valor anual que varía desde los 7\$ hasta los 1000\$ usd. *Google Domains* también permite configurar direcciones DNS, redirecciones de *e-mails* desde los sitios registrados y opciones de seguridad. La única barrera que se tiene es el contar con una dirección internacional para las transacciones.

Métricas y estadísticas

Las métricas del sitio serán proporcionadas a través de *Google Domains* para un informe general en conjunto con *Google Search Console*, que contiene datos específicos como el tráfico a través de distintos dispositivos, el rendimiento, mejoras y experiencia del sitio. Estas comenzarán a funcionar y recopilar información cuando la publicación del sitio web sea realizada.

Desarrollo del proyecto en Google Sites

El sitio web que se utilizará para la exposición de contenidos es Google Sites. Este es un creador y editor de sitios web totalmente gratuito y lo suficientemente flexible para las distintas necesidades asociadas al proyecto, y en la evaluación de lo que se buscaba cumplía con los objetivos

⁶² <https://domains.google/>

Manual de publicación de contenidos

Las publicaciones se dividen en tres tipos de categorías. Sitio web, Twitter e Instagram.

Toda publicación en el sitio web deberá seguir el manual de estilo que se basa y fundamenta en el de la Universidad de Chile con algunos cambios que lo harán consistente con el medio digital que se ha propuesto. Este se encuentra detallado más adelante en el documento.

Las notas se publicarán periódicamente a medida en que haya noticias. En el caso de las reseñas o artículos, estos pueden ser de un estilo más libre en la frecuencia de publicación, y estarán en desfase debido a que conllevan un poco más de tiempo en su realización y edición.

Toda imagen que se utilice para reseñas como *thumbnail* o miniatura deberá ser editada para que pueda dar una contextualización que es una opinión. Existirá una plantilla en Photoshop (en formato .psd) para la puesta de colores y transparencia del tema en específico del que se hablará. Las otras imágenes que se utilicen además de los videos deberán de poder mostrar lo que el autor intelectual haya dejado como muestra y que sea de incentivo para el espectador poder ser redirigido a alguna parte dónde el autor u obra expuesta pueda tener visitas.

Por otra parte, *Twitter* e *Instagram* principalmente serán un reflejo en los contenidos publicados en la página web. Sin embargo, las *stories* de Instagram contarán con encuestas y respuestas que se publicarán para producir más atención y atracción por parte de los públicos objetivos. Toda interacción deberá ser positiva y si es posible, dar retroalimentación con corazones para causar más atracción. En *Twitter* se irán publicando periódicamente los contenidos de la página web, además de interactuar al menos tres veces al día. Las publicaciones serán programadas con herramientas como TweetDeck o Postcron en el caso de Instagram.

Mapa de contenidos

Los contenidos del sitio web serán los siguientes:

- Noticias: Contenido principal del sitio. Será una sección de actualidad donde se publicará toda la información relacionada a los proyectos.
- Reseñas: Revisiones de proyectos ya estrenados y disponibles para streaming o en TV.

- Entrevistas: estudios, animadores y productores de animación chilena.
- Artículos: artículos académicos sobre temas relacionados a la animación.

Por otra parte, las plataformas de redes sociales se utilizarán de la siguiente manera:

- *Twitter*: Se publicará y retuiteará noticias sobre la industria de la animación y los contenidos que se vayan publicando en el sitio web.
- *Instagram*: Noticias a través de publicaciones y *stories*. Estas últimas servirán para anexar enlaces del sitio y fomentar la participación con la gente.

Wireframes

Para la creación del sitio web, se trabajó con *wireframes* que muestran nuestro mapa de contenidos.

Se pensaron las siguientes páginas:

- **Página principal:** Se presenta en el centro un slider con contenidos destacados, y posteriormente contenidos en orden cronológico (anexo 1).
- **Directorios de noticias, artículos y reseñas:** Tres páginas dedicadas a alistar todas las publicaciones hechas en cada categoría (las entrevistas serán un sub-categoría dentro de noticias) (anexo 2).
- **Entradas:** Sitio visualizador de los contenidos. Puede incluir texto, imágenes, audios y vídeos (anexo 3).
- **Sobre nosotros:** Página con información acerca de *Actina* como misión, visión, y los editores del sitio (anexo 4).
- **Contacto:** Formulario de contacto para los usuarios (anexo 5).

Todas las páginas dentro del sitio web incluirán el *header* y *footer del sitio*, con enlaces a cada uno de los directorios, la página de contacto y sobre nosotros.

Prototipo interactivo

Para la prueba del diseño de nuestra arquitectura de información, se desarrolló un prototipo utilizando estos *wireframes*. Es posible acceder a este usando este link: <https://marvelapp.com/prototype/a5d548h>

Redes sociales

Actina contempla el uso de plataformas de redes sociales para la difusión de las publicaciones del sitio web y la interacción con el público. Las dos que se han considerado son *Instagram* y *Twitter*. Sus descripciones y objetivos se definirán a continuación.

Instagram

Se consideró el uso de esta red social por su amplia cantidad de usuarios en nuestro país y la naturaleza gráfica de su interfaz, que se centra en la publicación de fotografías.

De acuerdo con el informe anual *Digital 2021 Global Overview Report* de *DataReportal*⁶³, *Instagram* es la segunda red social más utilizada en el país, con 9.7 millones de usuarios a nivel nacional, es decir, un 60.6% de la población del país.

El perfil de *Actina* en esta red social es @actina.cl.⁶⁴

Objetivos

Los objetivos principales del uso de esta red social son:

- Anunciar cuando se sube contenido al sitio web.
- Publicación de noticias en *stories*.
- Compartir contenidos de las redes sociales de estudios de animación, festivales, etc.
- Interacción con el público a través de comentarios y mensajes directos.

⁶³ Véase nota 57

⁶⁴ <https://www.instagram.com/actina.cl/>

- Anuncios importantes acerca de *Actina*.

Publicaciones

Las publicaciones de *Instagram* serán para cumplir los objetivos mostrados anteriormente. Estas constarán de 2 tipos:

Promoción de contenidos del sitio web: Publicaciones que mostrarán las actualizaciones que se han subido al sitio web. Utilizarán la siguiente base:



El color de la base se alterará según que tipo de contenido se promocione, siendo:

- Noticias: Morado
- Entrevistas: Celeste
- Reseñas: Verde
- Artículos: Azul

Se anexa un ejemplo del uso de esta base (anexo 6).

Todas las publicaciones vendrán con una descripción. Estas estarán ubicadas debajo de la imagen principal y siempre tendrán una invitación al sitio web. Serán de esta forma:

- **Noticias:** Bajada de la noticia + Invitación al sitio web.
- **Entrevistas:** Cita del entrevistado + Breve presentación del invitado + Invitación al sitio web.
- **Reseñas:** Descripción del producto reseñado + Tecto: “En nuestro sitio web, hemos publicado una reseña de (...)” + invitación al sitio.

- **Artículos:** Breve resumen del tema central del artículo + invitación al sitio web.

Anuncios de Actina: Las publicaciones para los anuncios de *Actina* serán personalizadas, sin seguir una forma específica más allá de usar la paleta de colores de Actina. Sin embargo, consideran:

- **Uso de imagen con información general:** Esto incluye un titular que diga la noticia a anunciar más detalles importantes.
- **Uso del logo:** La imagen debe tener el logo de *Actina* visible.
- **Descripción:** Una descripción detallada del anuncio.

Métricas

Instagram da acceso a estadísticas de la cuenta, que facilitan el análisis de crecimiento a través de métricas. Entre estas se encuentran:

- Cuentas alcanzadas.
- Interacciones de contenido.
- Tu público (total de seguidores ganados y perdidos, lugares principales, rango de edad, etc).

El uso de estas métricas facilitará observar si la estrategia de redes sociales de *Actina* ha sido efectiva.

Twitter

Twitter se consideró por la instantaneidad de su uso, con publicaciones cortas y rápidas que permiten difundir el contenido rápidamente tras ser subido.

Según *DataReportal*, 2.25 millones de chilenos utilizan esta red social, correspondiente a 14.1% de la población.⁶⁵

⁶⁵ Véase nota 57.

El perfil de *Actina* en la red social será @ActinaNews⁶⁶.

Objetivos

Los objetivos principales del uso de esta red social son:

- Anunciar cuando se sube contenido al sitio web.
- Difundir publicaciones de estudios o productores de animación chilena.

Publicaciones

Las publicaciones que se harán en esta red social utilizarán las mismas imágenes que *Instagram*. Como esta red utiliza *Tweets* y no publicaciones, se deberán adaptar las descripciones de *Instagram* para ser más cortas.

La ventaja de usar esta red es que se pueden insertar enlaces de forma directa a cada *Tweet*, permitiendo que los usuarios puedan acceder a través de este al contenido promocionado.

Métricas

Twitter permite ver las métricas del perfil a través de *Twitter Analytics*⁶⁷. Estas permiten ver, entre otras cosas:

- Impresiones.
- Alcance.
- Número de seguidores.
- Tasa de engagement.
- Clicks en enlaces.

Este último punto es uno de los más relevantes para este proyecto. A través de esta herramienta, además de *Google Search Console*, seremos capaces de medir los datos del sitio web.

⁶⁶ <https://twitter.com/ActinaNews>

⁶⁷ <https://analytics.twitter.com/about>

Formato periodístico

El formato periodístico que desarrollará *Actina* será el de un portal noticioso que se actualice constantemente y publique y archive todas las noticias del campo de la animación en Chile.

Este formato permitirá cumplir con los objetivos propuestos en la fundación del proyecto. Utilizando el sitio web creado con *Google Sites*, se podrán publicar los contenidos de forma rápida y organizada.

Uno de los puntos relevantes durante la creación de este portal es que se mantendrán publicados los contenidos hechos anteriormente, de forma que estas sean fácilmente accesibles tiempo después de su publicación inicial.

Algunos ejemplos de portales noticiosos centrados en la animación son los anteriormente mencionados *Cartoon Brew*, *Animation Magazine* y *ANIMATION World Magazine*.

Manual de estilo, redacción y optimización

La creación de un manual de estilo para su uso en los contenidos de *Actina* es un paso primordial para asegurar que los contenidos del sitio cumplan con un estándar de calidad alto, y que la consistencia de estos también lo sea. El manual considerado para el sitio se divide en dos aspectos: un manual de redacción, y uno de posicionamiento SEO⁶⁸.

El primero de estos incluirá las consideraciones de estilo gramatical del sitio, y se basa en el de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile⁶⁹.

⁶⁸ “El SEO (del inglés, Search Engine Optimization) es un conjunto de acciones orientadas a mejorar el posicionamiento de un sitio en la lista de resultados de Google y otros buscadores”. TITULAR.COM. (2018). *Guía de posicionamiento SEO para negocios B2B*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://www.titular.com/blog/guia-de-seo-para-negocios-b2b>

⁶⁹ ESCUELA DE PERIODISMO INSTITUTO DE LA COMUNICACIÓN E IMÁGEN. (2020). *Manual de Redacción Periodística*. Escuela de Periodismo Universidad de Chile: Chile

En segundo lugar, está el manual de optimización de contenidos y posicionamiento *on page*, que apunta a la mejora de posicionamiento SEO del sitio.

Manual de redacción

Como se estableció con anterioridad, las normas generales de redacción del sitio web se harán sobre la base del Manual de redacción periodística de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Chile.

Algunas aclaraciones que es relevante destacar son:

- Se usará cursiva para los títulos de libros, nombres de películas, obras de teatro, diarios, revistas, medios digitales, periódicos, nombres de canciones y de programas de televisión.
- Las palabras en otro idioma —no aceptadas por la RAE— irán en cursivas, pero no se entrecomillarán. Tampoco llevarán comillas los nombres de animales, barcos, aviones, ni las marcas o modelos.
- Los nombres de organismos, entidades comerciales y formaciones políticas, nunca irán entre comillas Tampoco se empleará comillas en los nombres de calles, plazas, edificios, organismos y partidos escritos en un idioma distinto del castellano.

Estrategia SEO

La redacción del sitio se hará de acuerdo con una estrategia de posicionamiento SEO. A la hora de redactar notas, se harán de manera que favorezcan al sitio en cuanto a su aparición en motores de búsqueda, específicamente Google. Para lograrlo, se tomarán en cuenta las sugerencias de Nielsen Norman Group sobre cómo los usuarios leen contenidos web⁷⁰.

⁷⁰ JOHN MORKES, JAKOB NIELSEN. (1998). Applying Writing Guidelines to Web Pages. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://www.nngroup.com/articles/applying-writing-guidelines-web-pages/>

Uno de los puntos más importantes que aplica a la creación de contenidos web amigables para el usuario y para el SEO es el uso de textos escaneables, es decir, que sean descifrables sin leerse palabra por palabra.

Para lograr esto, es importante que se utilicen:

- Palabras destacadas y uso de hipervínculos que complementen la noticia.
- Subtítulos claros.
- Listados.
- Párrafos cortos con una sola idea.
- El estilo periodístico de la pirámide invertida.
- Menos de la mitad de las palabras que los medios convencionales.

Manual de posicionamiento

Esta sección del manual está enfocada estrictamente en la optimización SEO de *Actina* según sus elementos *on page*, es decir, los elementos internos del desarrollo del sitio web y sus contenidos que permiten que los buscadores encuentren y recomienden la página a los usuarios. Es decir, las optimizaciones *on page* “son aquellas que se basan en modificar el contenido de la propia página web, es decir, el código, los elementos que la componen, el contenido, la forma de generar las URL, etc.”⁷¹.

Realizar este manual es importante porque facilitará que, a la larga, la estrategia SEO se pueda cumplir según las expectativas y el sitio web cumpla con sus objetivos iniciales. Sin embargo, el éxito de esto no será medible en el corto plazo. “La estrategia SEO inicial debe implementarse durante un período de tiempo prolongado. En ningún caso menos de 3 meses. Preferiblemente durante 6 o 12 meses. Una vez llevada a cabo, debemos seguir realizando algunas tareas de posicionamiento para mantener los resultados”⁷².

⁷¹ AINOA CELAYA. (2017). *Posicionamiento Web (Seo/Sem)*. ICB Editores: España.

⁷² TOP POSITION. (2012). Manual de iniciación al SEO. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://t-position.com/documentos/manual-iniciacion-seo.pdf>

Consideraciones generales en el sitio

Cualquier contenido creado para Actina debe seguir, independiente de su tipo, las reglas aquí definidas para cumplir con lo establecido en la estrategia de optimización. Esto define los siguientes parámetros.

Palabras clave

Las palabras clave se definieron para lograr que se pudieran unificar los contenidos del sitio en base a ellas, facilitando, además, que el buscador posicione el sitio web cuando se busquen. Se utilizarán las siguiente:

- Animación.
- Animación chilena.
- Actualidad
- Producción(es) chilena(s).
- Dibujos animados.
- Serie/película/cortometraje animado/a.

Descripción del sitio

Es la descripción de la página web que aparece en Google. Debe ser sencilla, incluir la mayor parte de las palabras clave y debe tener máximo 155 caracteres para poder verse completa en la previsualización del buscador. Se usará la siguiente:

Actina: Noticias y actualidad de la animación chilena.

Estructura general de contenido noticioso

Cada parte dentro de las noticias deberán seguir los siguientes lineamientos:

Titulares: Los titulares serán siempre escritos en formato H1. De ser posible, deben incluir alguna de las palabras clave.

Bajada: La bajada será escrita en formato H2 y en negrita.

Autor: El autor irá publicado después de la bajada.

Párrafos: Los párrafos serán escritos en formato H2, en la fuente establecida. En el primer párrafo, el tema central será escrito en negritas, esto con el fin de facilitar la lectura y porque “reforzará aún más el tema central de la página que busca posicionarse” (Top Position, 2012, p.12).

Optimización de uso de imágenes

Las imágenes del sitio web serán publicadas en formato JPEG al ser el más ligero, con medidas 1080x720p.

El peso es uno de los aspectos más importantes al subir las imágenes, puesto que una imagen muy pesada puede hacer que la carga del sitio se vuelva lenta o directamente no se concrete. Esto puede afectar el posicionamiento SEO del sitio web, además de ser una experiencia de usuario desagradable. Por esto, se utilizará un software de edición de imágenes para reducir el peso de estas. Por esto, se utilizarán imágenes de un peso aproximado de 100 kb.

Uso de enlaces e hipervínculos

Los enlaces del sitio serán cortos y amigables. Este es un punto que apoya bastante en el posicionamiento SEO de cualquier web, además de facilitar a los usuarios encontrar el contenido que desean.

Enlaces anexados al sitio: Dentro de los contenidos, se buscará anexar enlaces a los sitios web y contenidos de los involucrados. Sin embargo, esto sólo se hará hacia sitios seguros, es decir, sitios https://

Ejemplos:

Correcto: el enlace es al sitio <https://www.sitiodeejemplo.cl/>

Incorrecto: el enlace es al sitio <http://www.sitiodeejemplo.cl/>

Planificación de contenidos

El sitio web se encontrará disponible a partir del lunes 20 de diciembre de 2021, y sus contenidos serán actualizados a medida que se publiquen y reporteen noticias. Se encuentran en etapa de planificación algunos contenidos a ser subidos en el corto plazo.

Entrevista a PATAKA

El primero de estos contenidos sería una entrevista con PATAKA Animation, uno de los estudios ya contactados. Esta se enfocará en la producción de la webserie Pajarones, los fondos concursables y el *stop motion*.

Artículo sobre animación y política en Chile

El segundo de estos contenidos sería un artículo acerca del uso de la animación en la propaganda política en Chile, específicamente durante las Franjas Electorales. Este tendrá un enfoque académico, y no buscará dar un punto de vista político.

La raíz de crear este artículo es el uso de técnicas de animación poco convencionales en la Franja Electoral de las elecciones primarias de julio 2021, como es el caso de la pixilación en la campaña de Gabriel Boric.

Artículo acerca de las primeras películas animadas chilenas

Contenido que hablará, desde un punto de vista histórico, acerca de las tres primeras películas animadas chilenas que influenciaron el desarrollo de la industria en Chile, siendo estas *La transmisión del bando presidencial* (1921), *15.000 dibujos* (1942) y *Ogú y Mampato en Rapa Nui* (2002).

CONSIDERACIONES ÉTICAS

Se tratará de dar a conocer de la forma más transparente respecto de los proyectos de animación tratados. No se contempla entrevistar a menores de edad. En todo momento se explicitará de quienes son los contenidos con tal de evitar problemas legales.

- Para uso de material con derechos de autor: Se pedirá autorización de los creadores o de quienes tengan los derechos para utilizar video u audio, o cualquier tipo de material redistribuido.
- Para entrevistas usadas en la memoria: Estas se harán considerando el documento de *Consentimiento de uso de entrevista* entregado por el Instituto de Comunicación e Imagen. Si el entrevistado no decide firmarlo, se considerará hacer la entrevista solo para contexto, y nada será publicado ni revelado.
- Para publicar: Se solicitará la entrevista por medios formales, dejando claro que esta se publicará en su totalidad.
- Para uso de material stock: Se trabajará con el sistema de *Creative Commons*.

La utilización de *Creative Commons* será a través de los materiales gratuitos que se puedan utilizar para la ejemplificación y creación de materiales de difusión. En ningún caso con el fin de poder beneficiarnos principalmente de alguna creación de estos materiales. Estos materiales se sacarán tanto desde el navegador de google como desde páginas especializadas con el *Creative Commons* y, de la misma manera, se dejarán los créditos cuando sean necesarios respetando los acuerdos de las licencias proporcionadas.

El uso de imágenes creadas por los productores de contenidos animados mantendrá siempre un aviso notificando que los materiales son solo para un uso informativo, ejemplificativo o educativo. De ser posible, estas se obtendrán de primera mano por parte de sus dueños durante el proceso de reporte y escritura de las notas a publicar.

POTENCIALES DEBILIDADES DEL PROYECTO

Entre las debilidades observadas del proyecto, se considera la publicación lenta de contenidos. Como la animación chilena es un área de nicho, existe la posibilidad de que haya largos periodos en los que no se puedan publicar noticias. En casos como estos, se fortalecerá la publicación de reseñas y entrevistas.

Otra debilidad observada es el uso de materiales con derechos de autor. Este se limitará a sólo imágenes, y, como se explicó en el capítulo anterior, se solicitará su uso a los respectivos dueños.

En el caso de animaciones que tengan una índole de temas sensibles o que requieran de un cierto grado de madurez, fuera de un aviso en cuanto a este tipo de contenidos, no podrá hacerse una restricción más que el de un aviso antes de la lectura respecto a los contenidos sensible y la discreción necesaria para la visualización de estos.

A largo plazo podría presentarse el problema de la página web y el orden de los contenidos. Google Sites proporciona una interfaz que es lo suficientemente amigable, pero no como para tener grandes bibliotecas de información recopilada, por lo cual deberá de mantenerse un orden sustancial generado manualmente durante el proyecto para que detrás de escenas no sea difícil de utilizar y postear contenidos.

ESTRATEGIA DE MONETIZACIÓN

Por el momento se tiene contemplada la creación de un *Patreon* a mediano plazo. Esto ya que actualmente la mantención del sitio web ronda en los \$10.000 CLP. Esto principalmente basado en el costo del dominio de actinaneews.com. Sin embargo, a medida que el proyecto obtenga más tracción se puede considerar cambiar el hosting a uno que pueda permitir un mayor almacenamiento y ordenamiento de los contenidos propuestos, con tal de poder invertir aún más en el sitio.

Patreon es una plataforma en donde se opta por *mecenas* que quieran poder aportar una cantidad de dinero de forma mensual con tal de que los creadores de contenidos puedan de poder mejorar la calidad de estos. En este caso no se tienen propuestos distintos tipos de tiers ni recompensas, sino que una retroalimentación activa con agradecimientos sería suficiente en lo que se trate de tener una tracción de seguidores.

Por otra parte, se considera publicidad pagada si es que llegase a ser el caso, además de en análisis y espacios para estos de ser así.

No se tiene contemplado el uso de Google AdSense por el hecho de que no hay un flujo de personas que visiten la página web al momento de la realización y entrega de la memoria. Este programa actúa a base de publicidad puesta en el sitio web y las interacciones que tienen los usuarios, proporcionando un ingreso en lo que se produzcan estos clics específicos de publicidades.

FUENTES

Fuentes entrevistadas

Como parte de la investigación de este proyecto, se ha buscado entrevistar a personas relacionadas con la animación de forma transversal. Es decir, que, para lograr los objetivos propuestos para *Actina*, es necesario no limitarse solo a un grupo de personas, sino buscar declaraciones de personas que son parte del mundo de la animación.

Para esto ya se han entrevistado a las siguientes fuentes:

Constanza Luzoro y Enrique Ortega: Socios fundadores del estudio PATAKA Animation. Actualmente se encuentran trabajando en la webserie *stop motion, Pajarones*, financiada a través del Fondo Audiovisual 2021.

Esta entrevista se enfocó en el financiamiento de proyectos y el área laboral de la animación en Chile, y la comunidad de animadores del país.

Cristián Freire: Coordinador de Animachi en festivales internacionales. Durante 2021, ha formado parte del equipo de este gremio en los festivales MIFA 2021 de Annecy y Pixelatl, organizando reuniones con agentes internacionales de la industria de la animación. La entrevista se centró en el desarrollo del campo de la animación en la actualidad y en su inserción en el extranjero.

Marcel Lagos: Executive Producer de Mandrill, estudio de animación enfocado en la publicidad y efectos especiales para fines comerciales. La entrevista trató acerca de financiamiento, publicidad, libertades creativas de los estudios y la animación en las industrias creativas.

Ignacio Ruiz: Docente en la carrera de Animación 3D en Instituto Arcos y socio fundador de Niebla Producciones. La entrevista se enfocó en financiamiento, fondos concursables, transformación del campo de la animación en los últimos 20 años y el trabajo de su estudio.

Francisca Silva: Estudiante de Animación en Instituto Arcos. Entrevista enfocada en las características de la carrera

CONCLUSIONES

Como se demostró durante el desarrollo de esta memoria, la animación nacional ha tenido un amplio desarrollo durante los últimos años, caracterizado por el desarrollo de proyectos audiovisuales que han tenido un alto impacto a nivel internacional.

El equipo de *Actina* busca establecer un medio de comunicación digital que se encargue de informar acerca de los avances y noticias que ocurran dentro de esta área, generando contenidos de calidad que puedan ser consumidos por el público objetivo que se definió a lo largo de este proceso.

Investigar acerca del desarrollo de esta industria en el país le permitió al equipo notar que, detrás de este desarrollo aparente, hay una larga historia de películas, series, producciones publicitarias y audiovisuales en general que han contribuido a llegar a lo que se ha logrado en la actualidad.

Hablar con distintos estudios de animación e *insiders* de la industria cinematográfica también ha sido un apoyo en ver cómo funciona la producción en Chile: los fondos concursables son la forma en que gran cantidad de animadores logran plasmar sus historias, la coproducción internacional es una realidad que se ha hecho cada vez más visible, y la participación en festivales y mercados internacionales permite que esto pueda seguir llevándose a cabo.

Pero la investigación fue sólo una parte del desarrollo de *Actina*. El desarrollo del sitio web y el uso de plataformas digitales también le ha permitido al equipo conocer una forma distinta del periodismo, que sin dejar de lado la certeza que debe traer la redacción periodística, permite adaptarse a nuevas formas de entregar la información.

Esto a través de escritura SEO y lo que conlleva en la forma de escribir, con sus características propias que mantienen los valores del periodismo.

Es increíble lo que el avance tecnológico puede proporcionar a los usuarios sin las capacidades o el conocimiento de programación. Es considerable el hecho de que existan instancias en las que todas las personas puedan llegar a hacer creaciones profesionales con solamente el esfuerzo de otras materias de diseño. Sin embargo, no todos los sitios suelen llevar al usuario por la misma senda en donde pudiese experimentar de una manera libre y sin restricciones o con las herramientas que les permitan hacer un trabajo más completo.

El medio aún se encuentra abierto a la expansión, con la incorporación de otros formatos periodísticos como el reportaje y la crónica a la plantilla de contenidos de *Actina*. Del mismo modo, las redes sociales también tienen que evolucionar a medida que el proyecto esté activo. Un medio periodístico digital no puede estancarse, debe adaptarse a las nuevas formas de generar contenido sin dejar de lado la calidad y rigurosidad que define a esta carrera.

La infraestructura del sitio web desarrollado permite que esto pueda llevarse a cabo, a pesar de ser creado con una plataforma de bajo nivel de especialización y costo de mantención como lo es Google Sites.

Actina como proyecto busca seguir creciendo tanto en un nivel periodístico como técnico. El objetivo principal siempre va de la mano con el progreso y la democratización de las artes y las culturas. Realizar este proyecto llevará a que haya un acceso mucho mayor y unificado a la información sobre la animación chilena, apoyando así a que su crecimiento pueda llegar a un público mucho mayor.

BIBLIOGRAFÍA

- AINOA CELAYA. (2017). *Posicionamiento Web (Seo/Sem)*. ICB Editores: España
- ALAN CHOLODENKO. (1991). *The Illusion of Life: Essays on Animation*. Power publications: Sydney, Australia.
- CAMILO BENAVIDES. CRISTÓBAL UGARTE. (2019). *Rediseño del sitio web Fútbol Joven Chile*. www.futboljovenchile.cl. Universidad de Chile: Chile.
- CARLOS OSSA. (1971). *Historia del cine chileno*. Quimantu: Chile.
- CHARLES SOLOMON. (1987). *The Art of the animated image: an anthology*. American Films Institute: Los Ángeles, California.
- CONSEJO NACIONAL DE LAS CULTURAS Y LAS ARTES. (2005). *Chile quiere más cultura. Definiciones de política cultural 2005 – 2010*. Consejo Nacional de las Culturas y las Artes: Chile.
- CONSTANZA RIFO, MATÍAS MUÑOZ, CARLA VARGAS. (2018). *Desarrollo del sitio web www.Picnictv.cl*. Universidad de Chile: Chile.
- DANILO ESPINOZA. (2015). *Animación artística en Chile 1995-2006*. Universitat Politècnica de València: España.
- ESCUELA DE PERIODISMO INSTITUTO DE LA COMUNICACIÓN E IMÁGEN. (2020). *Manual de Redacción Periodística*. Escuela de Periodismo Universidad de Chile: Chile.
- FELIPE SILVA MONTELLANO. (2011). *El perfil de la estructura narrativa de los audiovisuales animados chilenos 2000-2008*. Comunicación y medios n. 24 (2011): Chile. (pp. 244-258).
- JOHN HALAS, ROGER MANVELL. (1976). *The technique of film animation*. Hastings House: New York.
- KARINA CASTRO, JOSÉ RODRIGO SANCHEZ. (1999). *Dibujos animados y animación. Historia y compilación de técnicas de producción*. Editoriales Ciespal: Quito, Ecuador.
- NICOLÁS CABARGAS. (2018). *Desarrollo sitio web de entrevistas a mujeres*. <http://atrevidas.cl>. Universidad de Chile: Chile.

- PAUL WELLS. (1998). *Understanding Animation*. Routledge: Londres.
- VIVIENNE BARRY (2012). *Animación. La magia en movimiento*. Pehuén: Chile.

LINKOGRAFÍA

- ALEX DUDOK DE WIT(2021). *Annecy Pitches: The Future Of Chilean Animation*. Cartoon Brew. Recuperado el 16 de diciembre de 2021 de: <https://www.cartoonbrew.com/feature-film/annecy-pitches-the-future-of-chilean-animation-206147.html>
- ANIMACHI (2020) *Chilean Animation MIFA 2020*. Recuperado de: <http://www.animachi.cl/>
- ANIMACHI (2021). *Chilean Animation at MIFA 2021*. Recuperado de: <https://www.chileananimation.cl/>
- CHILEAN ANIMATION. (2021). *Nosotros*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://www.chileananimation.cl/nosotros/>
- CONSEJO NACIONAL DE LAS CULTURAS Y LAS ARTES. (2016). *Política Nacional del Campo Audiovisual 2017 – 2022*. Recuperado el 16 de diciembre de 2021 de: <https://www.cultura.gob.cl/politicas-culturales/audiovisual/>
- CULTO. (2021). *Premiado cortometraje chileno basado en una agente de la DINA competirá en festival Chilemonos*. Recuperado el 16 de diciembre de 2021 de: <https://www.latercera.com/culto/2021/07/06/premiado-cortometraje-chileno-basado-en-una-agente-de-la-dina-competira-en-festival-chilemonos/>
- DATAREPORTAL (2021) *Digital 2021: Global Overview Report*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://datareportal.com/reports/digital-2021-global-overview-report>
- ECRAN N° 562 (1942). *La primera película chilena de dibujos animados*. Recuperado el 19 de diciembre de 2021 de: <https://cinechile.cl/archivos-de-prensa/la-primera-pelicula-chilena-de-dibujos-animados/>
- EL MERCURIO. (1924). *Un gran éxito constituyó el estreno de la película de don Fausto*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://cinechile.cl/archivos-de-prensa/un-gran-exito-constituyo-el-estreno-de-la-pelicula-de-don-fausto/>

- FONDOS DE CULTURA. (2021a). *Convocatorias Fondo Audiovisual*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://www.fondosdecultura.cl/fondos/fondo-audiovisual/lineas-de-concurso/>
- GONZALO VALDIVIA. (2021a). *Corto chileno Los Huesos triunfa en Festival de Venecia*. Recuperado el 16 de diciembre de 2021 de: <https://www.latercera.com/culto/2021/09/11/corto-chileno-los-huesos-triunfa-en-festival-de-venecia/>
- GONZALO VALDIVIA. (2021b). *De Salvador Allende al retrato de una torturadora: la animación chilena aborda la historia política*. Recuperado el 16 de diciembre de 2021 de: <https://www.latercera.com/culto/2021/06/10/de-salvador-allende-al-retrato-de-una-torturadora-la-animacion-chilena-aborda-la-historia-politica/>
- GONZALO VALDIVIA. (2021c). *Los Huesos: así se hizo el corto chileno en stop motion con Diego Portales y Jaime Guzmán*. Recuperado el 16 de diciembre de 2021 de: <https://www.latercera.com/culto/2021/07/08/los-huesos-asi-se-hizo-el-corto-chileno-en-stop-motion-con-diego-portales-y-jaime-guzman/>
- GONZALO VALDIVIA. (2021d). *Los otros chilenos del streaming*. Recuperado el 16 de diciembre de 2021 de: <https://www.latercera.com/aniversario/noticia/los-otros-chilenos-del-streaming/YAUOTKHDFJBRPBR7D6WU6B6X6E/>
- GONZALO VALDIVIA. (2021e). *Petit: la serie chilena que va a los Emmy anuncia tercera temporada y su productora salta al cine*. Recuperado el 16 de diciembre de 2021 de: <https://www.latercera.com/culto/2021/09/16/petit-la-serie-chilena-que-va-a-los-emmy-anuncia-tercera-temporada-y-su-productora-salta-al-cine/>
- GONZALO VALDIVIA. (2021f). *Retrato de un alpinista: el viaje del galardonado corto chileno El Niño y la Montaña*. Recuperado el 16 de diciembre de 2021 de: <https://www.latercera.com/culto/2021/07/15/retrato-de-un-alpinista-el-viaje-del-galardonado-corto-chileno-el-nino-y-la-montana/>
- JOHN MORKES, JAKOB NIELSEN. (1998). *Applying Writing Guidelines to Web Pages*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://www.nngroup.com/articles/applying-writing-guidelines-web-pages/>
- MINISTERIO DE LAS CULTURAS, LAS ARTES, Y EL PATRIMONIO. (2019). *Análisis del Cine en Chile y sus audiencias 2019*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021

de: <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2020/09/analisis-del-cine-en-chile-y-sus-audiencias-2019.pdf>

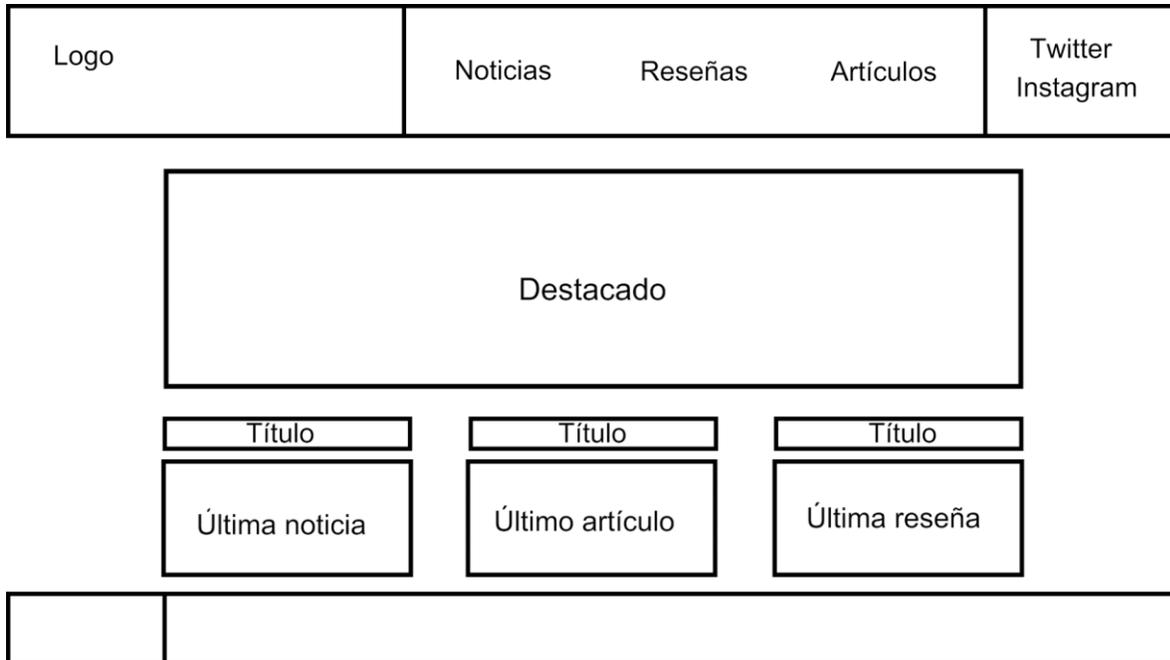
- MINISTERIO DE LAS CULTURAS, LAS ARTES, Y EL PATRIMONIO. (2020). *Nómina Proyectos seleccionados Fondo Nacional de Fomento Audiovisual Convocatoria 2021*. Recuperado el 19 de diciembre de 2021 de: <https://www.fondosdecultura.cl/resultados-antiores/>
- PROCHILE. (2021a). *Industrias creativas*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://www.prochile.gob.cl/sectores-exportadores/industrias-creativas>
- PROCHILE. (2021b). *¿Quiénes somos?*. Recuperado el 19 de diciembre de 2021 de: <https://www.prochile.gob.cl/quienes-somos>
- PROCHILE. (2021c). *Un cortometraje chileno en competencia y un proyecto en pitch llegan al Festival de Annecy*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://www.prochile.gob.cl/noticias/detalle-noticia/2021/05/20/un-cortometraje-chileno-en-competencia-y-un-proyecto-en-pitch-llegan-al-festival-de-annecy>
- TITULAR.COM. (2018). *Guía de posicionamiento SEO para negocios B2B*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://www.titular.com/blog/guia-de-seo-para-negocios-b2b>
- TOP POSITION. (2012). *Manual de iniciación al SEO*. Recuperado el 17 de diciembre de 2021 de: <https://t-position.com/documentos/manual-iniciacion-seo.pdf>

FILMOGRAFÍA

- GABRIEL BORIC. [Gabriel Boric – Vota 1]. (2021). *Franja electoral primarias Apruebo Dignidad - Gabriel Boric cap. 2* [Video]. Recuperado el 17 de diciembre de: https://www.youtube.com/watch?v=sPV4wbbVrLE&ab_channel=GabrielBoric-Vota1
- SAMUEL RESTUCCI, EMILIO ROMERO ARANCIBIA. (2021). *La copia feliz del edén* [Cortometraje]. The forest man: Chile.
- WALLACE A. CARLSOM. *How animated cartoons are made* [Cortometraje]. J.R. Bray Studios: Estados Unidos.
- ANIMACHI [Animachi AG] . (2021a). *Panel | Guadalajara en tu casa* [Video]. Recuperado el 19 de diciembre de 2021 de: https://www.youtube.com/watch?v=aV-tFQIWX5g&ab_channel=AnimachiAG
- ANIMACHI [Animachi AG] . (2021b). *Panel | Hot Docs en tu casa* [Video]. Recuperado el 19 de diciembre de 2021 de: https://www.youtube.com/watch?v=5dqC6tp3A1I&ab_channel=AnimachiAG
- ANIMACHI [Animachi AG] . (2021c). *Panel | Mifa en tu casa* [Video]. Recuperado el 19 de diciembre de 2021 de: https://www.youtube.com/watch?v=6AztNx-0pL0&ab_channel=AnimachiAG
- ANIMACHI [Animachi AG] . (2021d). *Panel | Pixelatl en tu casa* [Video]. Recuperado el 19 de diciembre de 2021 de: https://www.youtube.com/watch?v=1zpYZYATiOQ&ab_channel=AnimachiAG
- ANIMACHI [Animachi AG] . (2021e). *Panel | Sheffield en tu casa* [Video]. Recuperado el 19 de diciembre de 2021 de: https://www.youtube.com/watch?v=DKrAs2V7fiY&ab_channel=AnimachiAG

ANEXOS

- Anexo 1



- Anexo 2

Logo	Noticias	Reseñas	Artículos	Twitter Instagram
------	----------	---------	-----------	----------------------

Noticias

Imagen

Imagen

Imagen

Título

Título

Título

Fecha

Autor

Fecha

Autor

Fecha

Autor

Imagen

Imagen

Imagen

--	--	--	--	--

- **Anexo 3**

Logo	Noticias	Reseñas	Artículos	Twitter Instagram
------	----------	---------	-----------	----------------------

Título

Autor

Fecha

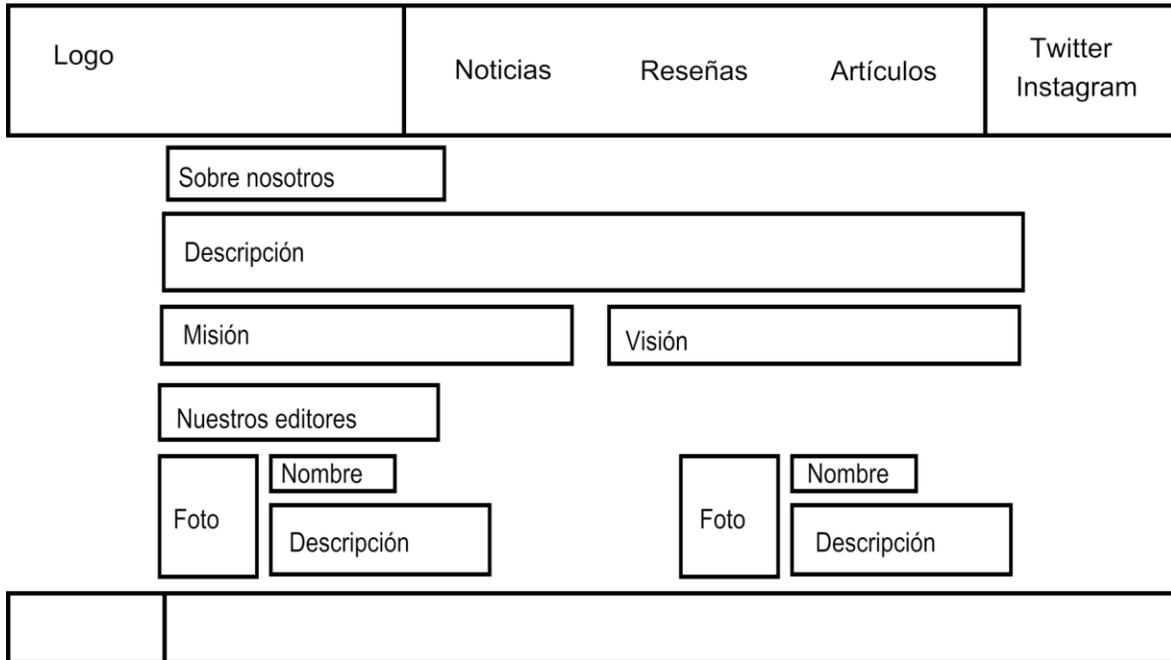
Imagen destacada

Cuerpo de la entrada
(aquí se tiene que poder
poner imágenes, videos y
audio)

Comentarios

--	--

- **Anexo 4**



- Anexo 5

Logo	Noticias	Reseñas	Artículos	Twitter Instagram
------	----------	---------	-----------	----------------------

Contacto

Texto de contacto

Nombre

E-mail

Texto

--	--

- Anexo 6



ENTREVISTAS TRANSCRITAS

- Marcel Lagos, Productor ejecutivo de Mandrill Studios:

Soy Marcel Lagos, uno de los socios director y productor ejecutivo de Mandrill Studio. Mandrill es una empresa que tiene tres años, la formamos Rodrigo Montti y yo, con quien llevamos 16 años trabajando en animación en diferentes empresas. Nos conocimos en una, quedamos de amigos y, hace tres años, decidimos finalmente formar la empresa.

La animación en Chile en general siempre ha sido una profesión o disciplina en la que la forma de ganarse las *lucas* es super difícil, y que ha funcionado, o solía funcionar, a través de la publicidad.

Yo partí en 2005 trabajando en Leyenda, una de las grandes empresas en ese minuto, y pensar en que esto se podría convertir en una industria, que podrías hacer series o películas era super poco probable, pero igual hay gente que lo intentó, que se dedicó a eso y le resultó a mi sorpresa.

Nuestro *background* con Montti siempre ha sido la publicidad. Con el tiempo hemos estado tratando de meternos en otras cosas y hemos tenido suerte. Hemos trabajado en cortometrajes, videojuegos y en videos para empresas. No solo para publicidad, sino para eventos, presentaciones, cosas así, pero nuestro foco está en el círculo de la producción y va orientado a la publicidad.

Este último año y medio yo he estado metido harto en festivales y en cosas que me han abierto el abanico de posibilidades, y tenemos ganas de comenzar a producir cosas propias. Estamos generando las ideas y viendo cómo producirlas.

Hace poco participaron junto con Animachi en Pixelatl, ¿cómo fue la experiencia?

Super buena. Pixelatl y la mayoría de estos festivales que funcionan a través de Animachi y también fomentados por ProChile están enfocados en la producción propia, o a la oferta de servicios para otras producciones de tipo series, cortometrajes o largometrajes. Acá en Chile, con las carreras de animación, ha habido una explosión de gente talentosa, así que se están exportando

hartos artistas o importando trabajo. Pixelatl tiene mucho de eso, de series, cómics. Mi participación este año fue para empapar me bien de conocimientos para poder presentar nuestros proyectos el próximo año.

Dentro de los trabajos que han publicado pudimos ver que trabajan en distintos estilos y técnicas de animación 2D y 3D, ¿de qué forma esto los puede ir ayudando para insertarse en el mercado de la animación?

Sobre todo, tiene que ver con cómo funciona la publicidad. La cadena publicitaria va desde un cliente, que tiene una necesidad. Esta generalmente pasa por una agencia, que define cuál es la mejor manera de atacar ciertas formas de promocionar sus productos o servicios, y definen el estilo y la técnica de animación. Ahí llega el punto donde a veces no saben qué hacer. Otras veces lo tienen super claro, pero ahí es cuando uno puede ayudar.

Hay alternativas de hacerlo de una u otra forma. Cada una tiene sus gracias, sus pros y sus contras, sus tiempos de producción, sus valores, etcétera. Generalmente las técnicas van orientadas a solucionar distintas problemáticas. Nosotros tratamos de ofrecer todas las posibilidades para que el cliente siempre nos elija.

Entre sus producciones vimos que han trabajado con empresas de distinto tipo. Hicieron un *bumper* para el bloque de películas de Canal 13, y también un comercial para *Stones*. ¿Hasta qué punto tienen libertad creativa a la hora de trabajar con publicidad? ¿Tienen que seguir una pauta que les indica el cliente, o pueden meterle más mano propia?

Justamente tocaron dos ejemplos super específicos que contestan esa pregunta. A veces los clientes tienen una idea súper clara, como *Stones*, que tenían super claro lo que pasaba en cada toma, y lo presentaban de una forma en que es super difícil equivocarse. Entonces es super poco lo que tenemos que ver, básicamente las iteraciones, pero el concepto y la idea está super clara. Y probado que funciona. Las agencias hacen *focus group* y tienen dibujantes que hacen el boceto y storyboard.

Casos como el de Canal 13 vienen con una idea, con un concepto. “Queremos que en un video cortito se alcancen a ver cuatro géneros de película, y que pasen como con una cámara continua”. Originalmente el primer concepto venía acompañado con un guion que no se cuadraba

mucho con el presupuesto, y nosotros dijimos: “dinos el presupuesto, y con eso te damos una idea de que se puede contar, de que manera, y como logramos hacer que se vea como tú quieras y en cuanto tiempo”. Ahí nuestra propuesta fue mucho mas creativa, hicimos el guion, el storyboard, etcétera. Dirigimos toda la pieza. Entonces claro, son distintos procesos y experiencia.

Pero no es que no exista directamente una libertad creativa, depende del caso.

Siempre va a depender un poco de quien te lo está pidiendo, para que te lo está pidiendo y para cuando. El factor tiempo siempre es uno de los más importantes. Plata y tiempo siempre están en la discusión.

Para llegar a esa variedad de estilos de animación, es necesario tener gente especializada, profesionales muy distintos con distintas experiencias en las áreas. Como estudio, ¿cómo logran llegar a un producto de calidad con estos distintos tipos de animación?

Nosotros tomamos la decisión de ser una empresa modular. Tenemos un equipo de trabajo chico, con los que siempre trabajamos. Estamos Rodrigo y yo, que somos los socios, y tenemos un director de arte y un animador fijos, que nos ayudan a diseñar.

Una vez que entra el proyecto, dependiendo de como sea y la técnica que requiera, nosotros armamos un equipo en torno del proyecto. Nosotros no trabajamos con artistas fijos, sino que los contratamos por proyectos, y eso nos permite tener todo el abanico de artistas que existen en el país e incluso afuera. Hoy las fronteras están super abiertas, entonces es incluso más fácil trabajar con artistas de Latinoamérica. Nos ayudan hartos de Canadá y de Asia.

El equipo que se arma en torno al proyecto, y eso nos permite hacer prácticamente cualquier cosa. No tenemos la restricción de tener un equipo contratado, grande o chico, que limite nuestra producción.

Quizás nuestras ganancias y utilidades no son tan altas, pero funcionamos como un colectivo, tratamos de apoyarnos como artistas. Rodrigo y yo fuimos artistas también, trabajamos con amigos y conocidos, y nos permite surfear olas difíciles como por ejemplo una pandemia. Nos cayó como anillo al dedo la fórmula. Muchas empresas tuvieron una baja fuerte de pega, y tuvieron que cerrar y quebrar. Nosotros no vivimos eso, porque nuestra estructura nos permitió continuar

con el mismo ritmo. La gente que está trabajando freelance siempre lo está. Cada vez hay más gente senior trabajando freelance, y cada vez más las industrias grandes de animación, norteamericanas, sobre todo, se están llevando a los artistas latinoamericanos. Las empresas grandes de Chile están sufriendo hartito de que los buenos artistas se les están yendo a Canadá y Norteamérica. Hay una explosión de necesidad de animadores y artistas de la animación en los diferentes pasos del proceso.

Nosotros funcionamos como funcionamos, y nos ha servido super bien para sufrir las menos casualidades posibles dentro de lo difícil que fue ser una empresa medianamente desconocida en la pandemia. Ese es otro tema, hacerse conocido aquí significa mucho. Ir a ver a las personas cara a cara, que te conozcan como persona, presentar tu trabajo, portafolio, y eso no se ha podido hacer. Como empresa nueva podríamos haber tenido muchos más problemas.

Como estudio, ¿consideran que es necesario abrirse al mercado internacional?

Por supuesto. Acá en Chile la industria es principalmente de publicidad. Los estudios más grandes que se dedican a eso, los que están mejor posicionados tienen representantes internacionales. Las pegadas más importantes vienen de fuera de Chile. Aquí el consumo es super nicho, limitado, chico, y con presupuestos limitados, así que en realidad tener una gran empresa de publicidad en Chile, solo para Chile, no se justifica, no da.

Las empresas que se dedican a hacer series y películas también están haciendo este trabajo de ir a presentar a mercados internacionales como Pixelatl para poder vender sus historias, porque aquí el mercado nacional consume muy poca animación chilena. Los canales de televisión prácticamente están desapareciendo, las plataformas de streaming son la forma de consumir audiovisual hoy día, y no hay una plataforma chilena. Es difícil hacer una empresa para producir para Chile cuando no hay consumidores de productos chilenos. Siempre la mira tiene que ir para afuera para poder sobrevivir y crecer.

Mientras más grande uno pueda llegar a ser, más trabajo puede llegar a ofrecer, y más gente se puede dedicar a algo que como la animación, que genera vocación, por decirlo de una manera. Alguien que se dedica a la animación es porque quiere animar, no porque lo obligaron.

La publicidad es el nicho que se ha desarrollado, porque la animación llega a ser un accesorio en la mayoría de los canales nacionales, como con el Canal 13, que no hay mucha animación fuera de aquello

Es difícil que un canal tradicional acceda a un presupuesto que igual es alto. Hacer una serie de animación no es barato, son muchas horas de trabajo de mucha gente. Producir una serie, por ejemplo, requiere una inversión muy alta. Los canales generalmente están atacando a las licencias norteamericanas, el programa de concursos gringos que lleva como veinte años con éxito, que lo chilenizan y lo meten en una parrilla. Arriesgarse a hacer algo propio, chileno, con la inversión que requiere, que, si no causa un efecto positivo y no se vuelve famoso, importante o viral, va a ser plata perdida y algo que los canales no están dispuestos a hacer.

Acá en Chile como no existe la industria como industria, los fondos también son limitados. Generalmente la gente que hace series, películas o cortometrajes, busca el cofinanciamiento con otros países. Aquí en Chile se accede aun poco de plata con los concursos del estado, pero no es suficiente. Como país, aparte de que somos super poquitos, no es para pensar que es un gran mercado para consumir animación como para que salgan muchas series chilenas de animación todos los años.

A pesar de eso, igual hay hartos proyectos.

Si, claro, y eso es algo super bueno que está pasando cada vez más. El mercado se está abriendo a través del *streaming*, que permite que un chileno pueda armar una serie, hacerla acá en Chile, y venderla.

Actualmente están coproduciendo un cortometraje, Teo, junto con Nabe, ¿Qué tal ha sido la producción?

Ese cortometraje en este minuto está en el circuito de festivales. Se está estrenando en muchos lados, y le ha ido bastante bien. La idea del proyecto nació desde los directores, de Eduardo Bunster y Belén Abarza. Ellos nos llamaron para resolverles el problema de los efectos visuales del cortometraje tiene. Dura poquito más de 12 minutos, y ese porcentaje de trabajo en papel es caro. Nosotros quisimos ayudar y participar en el proyecto.

Entramos en su fase inicial, que fue para concursar a los fondos. Lamentablemente no pudimos ganar ninguno, y el cortometraje lo tuvieron que financiar los chiquillos de su bolsillo. Y como fue así, en el fondo, nosotros cambiamos la figura y dijimos “ya vale, nosotros también ponemos de nuestro bolsillo, nos volvemos coproductores, y terminamos el cortometraje así”, básicamente cada uno poniendo su trabajo.

La historia nos pareció entretenida. Originalmente era una película, que era super interesante, super buena. Todo lo que pasa en el corto era un capítulo, que iba a tener otras intervenciones de efectos, pero hacer ciencia ficción chilena es medio complicado, y una película de ese nivel, de esa cantidad de producción, necesita un presupuesto alto. Ninguna de las dos partes, ni la productora Nabe ni Mandrill tiene un bolsillo tan grande como para financiar una película por el amor al arte. Así que dejamos solo la parte de la química como cortometraje, y funciona super bien. La historia es medio rara, medio complicada, y nos gustó hartito el proceso, fue una experiencia super buena. Con ganas de que hubiera sido el largometraje, hubiera sido una experiencia super bakan, pero no lo fue.

Anteriormente dijeron que estaban viendo comenzar otros proyectos, ¿buscaran financiamiento del Fondo Audiovisual?

Claro, con postulaciones a fondos de estado para partir. Las producciones generalmente tienen varias fases, y la preproducción es de las más baratas. Igual el estado tiene también financiamientos de distintas etapas de producción, y eso ayuda un poco a planificar, pero lo más importante es ver tu historia, que finalmente es lo que uno quiere vender como creador. También la parte técnica de producción, pero lo primero está en la historia y la historia tiene que pasar como por varias fases de aprobación y de interés, y esa es la que será nuestro foco para el próximo año.

Queremos pulir las historias, hacer buenas biblias de animación, postular a los fondos del estado para llegar con un financiamiento chileno, porque eso ayuda mucho. Pero llegar a festivales en el fondo con una historia robusta. Siempre es bueno que el *jab* sea bueno, para rematar con un financiamiento. Ahí las cosas ya se van dando mucho más fácil.

Uno entra en el mundo de la animación con esa idea. Yo estudié diseño y mi tesis fue un cortometraje. Siempre quise contar historias, y ese era mi norte cuando estaba estudiando. Cuando

me di cuenta que me iba a dedicar a otra cosa como la publicidad, igual se cortó un poco ese espíritu de creador. Pero ahora, que se está dando, sobre todo con el *streaming* que generó una necesidad súper grande de nuevas historias y nuevos contenidos, te motiva.

- Cristián Freire, Coordinador de Animachi:

Antes de comenzar la entrevista, nos gustaría si usted se puede presentar y decirnos cuál es su cargo dentro de Chilean Animation

Bueno, soy Cristian Freire, soy animador. Trabajo en un estudio de animación que se llama Pájaro. En las próximas semanas estaremos en la competencia de los Emmy internacional a mejor serie animada con Petit. Además, soy coordinador de la asistencia chilena a mercados como Mifa y Pixelatl, mi labor en Chilean Animation es apoyar a los participantes para que la experiencia en la participación en mercados sea óptima, sea lo mejor que puedan tener, ayudándolos a organizar sus viajes, sus guías, reuniones si es necesario, poniendo en contacto a unos con otros. Si se conoce gente de otras delegaciones, ver si se organiza algún encuentro.

En las versiones online hay apoyo 1 a 1 a personas que vienen entrando en la animación o en el mundo de los mercados, para que puedan entender qué esperar de los mercados, con quien conectarse y con quien ni soñar conectarse. Tal vez hay gente que cree que solo juntarse con Netflix y Amazon vale la pena al ir a un mercado, entonces queremos conocer la experiencia como coordinador pero también como productor ejecutivo de un estudio exitoso.

Y en estos festivales y mercados internacionales, ¿qué tarea cumple Chilean Animation?

Chilean Animation cumple un rol más grande. Es la marca sectorial con que se está promoviendo la animación chilena en el mundo, es una marca, es algo que le queda a la gente en la cabeza, algo por lo que nos reconocen. Y esta marca lo que está detrás es la Animachi, la asociación de profesionales y productores de animación, que es una asociación gremial que reúne a una serie de actores importantes de la animación chilena, ya sean profesionales o empresas, para hacer que los intereses de la animación sean escuchados a nivel político, gubernamental, social, y llevar adelante un plan de fortalecimiento de nuestro sector para transformarnos en industria. La idea es fortalecernos, y esto incluye a la postulación a fondos de la cultura y de Prochile, para agrupar los esfuerzos de diferentes personas en una postulación para que el grupo entero sea fortalecido. La idea es que una asociación pueda postular a organizar esta misión a un mercado internacional, y personas *linkeadas* (no a Animachi, hay personas que no están en la animación

pero también se ven fortalecidas por esta, porque trabajamos con animación chilena no sólo para la asociación).

Chilean Animation es un esfuerzo, una marca de Animachi que es la que hace estas postulaciones a los fondos para organizar estos mercados, dando apoyo a los que asisten, ya sea presencial o online, en todo lo que necesitan.

En este momento de pandemia las cosas que se necesitan es entender cómo interactuar con la plataforma de los mercados, ayudarlos con sus reel, armar un folleto, una presentación general, darle presencia mediante actividades pagadas, incluso en los eventos con sus proyectos. La Animachi paga a los organizadores del festival para que den un espacio para que gente de todo el mundo venga a mirar nuestra animación, en general, es un acompañamiento completo de las personas que están asistiendo.

En ese sentido, Animachi y Chilean Animation como marca han tenido una importancia grande, de mucho apoyo para la animación chilena. ¿Cómo es que han funcionado estos festivales, han sido exitosos? ¿Cómo funcionan dentro de la organización, internacionalmente, y nacionalmente?

Medir el éxito de un mercado particular es bastante difícil, porque rara vez pasa que vas a un mercado, conoces a alguien y firmas. Eso no pasa casi nunca. Son relaciones que se van construyendo de festival en festival, mercado a mercado, que tal vez tienen impacto dos años después de haber participado, si entendiste a la persona con quien te juntaste y hubo una comunicación fluida. Si mostraste tus proyectos y fueron interesantes, al otro lado se abre una oportunidad para tus productos. Ir al mercado es una parte súper importante del proceso, pero casi nunca yendo a un mercado logras concretar un negocio. Pero que si se concretan, se concretan.

Entonces, estas instancias son para poder conocer gente, ¿no?

Totalmente. Tu a un mercado de Animación por lo menos vas a eso. Todo lo que pasa, pasa en una interacción humana, en encontrarte, en ir caminando. Aparte de las reuniones y los eventos que se organizan por delegaciones, tiene mucho que ver con conocer a alguien que conoce a alguien que te presenta a alguien. Juntar gente maximiza, multiplica las oportunidades de entablar conversaciones que tal vez no empiezan por hablar de animación, que empiezan por hablar del día,

de “oye mira, que buena tu camiseta”, o “mira, tu bolso que dice Chilean Animation, ¿que es esto de Chilean Animation?”. Asistir a esta congregación de gente en un lugar bien limitado, facilita que la gente se conozca. y esto ayuda a que luego se generen negocios, relaciones profesionales. Son muy importantes, y las versiones online no pueden replicar o aspirar a replicar lo que sucede en la interacción humana entre personas con intereses comunes.

Incluso por lo que se ve en el último panel que subieron al YouTube de Animachi, sobre Pixelatl, varía mucho entre uno y otro festival. Explicaban que en Mifa las interacciones de los estudios chilenos fueron mucho menos que lo que hubo en uno más pequeño como Pixelatl. En ese sentido, ¿cómo fue la experiencia en este último?

El Pixelatl online para mi fue ejemplar. Llevamos solo dos años en esta versión online o híbrida, entonces hay muchas cosas que se dan por sentadas, como la libertad. Esto es de lo más importante, la libertad de que cada persona se junte con quien quiera. Yo podré pedir una reunión con Amazon o Netflix, tengo esa libertad, pero esto favorece solo a los grandes, que pueden elegir. En cambio, en Pixelatl la libertad era recreativa. Se te asignaba un número de reuniones por defecto, que a veces eran con gente importante del mercado mundial, Disney, gente de estudios grandes, y estas personas se les asignaba un número y tenían que aceptarlo en la mayoría de los casos. Entonces, esto generó una posibilidad para los estudios pequeños y los países que están ofreciendo otro tipo de producciones como Chile, de conocer gente que tal vez en Mifa al pedir la reunión esta hubiera tenido la libertad de no aceptarla. Creo que el gran acierto de Pixelatl es obligar a un número de seis o siete reuniones a todos los participantes. Y te tocaba con gente impensada, que nunca tu hubieran aceptado la reunión

De esa forma se aseguran que estudios más chicos puedan tener las reuniones, de otra manera tendrían la libertad las productoras más grandes de decir “no nos interesa este proyecto, mejor nos saltamos la reunión”.

Exacto, y ni siquiera de rechazar el proyecto, ni siquiera alcanzan a mirarlo. Dicen que a esta persona no la conozco, no me suena su nombre, no me reuniré. Entonces creo que probablemente por que los organizadores son mexicanos, de un país que no tiene una tradición de animación como Estados Unidos o Francia, que los miraron de esa manera y lo hicieron

especialmente apropiada para países y productoras que están ofreciendo otro tipo de animación, que están creciendo y empezando a tener reuniones con gente que pueda tomar decisiones.

En una nota de prensa acerca del mercado de Mifa, Prochile se refiere a la animación chilena como una industria robusta. ¿Se podría decir que la animación chilena ha tenido el crecimiento como para llamarse una industria?

No se si podemos todavía llamarlo industria. Por ahora diría que todavía no es una, o sino podríamos decir una pequeña que está creciendo

¿Incipiente podría ser la palabra?

No. Yo creo que incipiente tiene una cierta asociación a algo que está más primario que lo que es la animación chilena. Yo creo que está en desarrollo, pasando de ser un sector comercial o industrial a una industria formalizada. Incipiente siempre nos queda con esa sensación que todavía no cuaja. Yo creo que estamos cuajando, los estudios tienen gente contratada año a año, está creciendo, salvo que el tamaño no es tal vez lo que impacta al PIB mayormente todavía. Y creo que esto va creciendo sobre todo en el último año, que ha habido una explosión de búsqueda de estudios pequeños, de países como el nuestro, en nuestra región, para realizar servicios de animación que no solo son animar piezas, sino que codesarrollar y animar series, comerciales, cortos, planos de películas. En nuestro propio estudio hay una gran demanda por producción de cosas que vienen de afuera, Europa y Estados Unidos. Eso está creciendo muchísimo, de hecho en estos momentos nos cuesta más encontrar animadores buenos que den respuesta a las necesidades que encontrar gente dispuesta a encargarse de trabajo. Antes el desafío era “oye, ¿quién nos da trabajo?”, ahora es como dar respuesta satisfactoria a un nivel de exigencia alto a producciones que tal vez te piden más minutos de los que tú puedes hacer al mes. Cómo crecer. Creo que los estudios están enfrentando un problema maravilloso que es el cómo doy abasto, como armo mi estructura para poder dar servicios que me están pidiendo constantemente, y esto es un trabajo conjunto entre lo que ha hecho Animachi en los mercados, en lo que hace Prochile, lo que hace Corfo, CNTV, lo que hace el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, que sumado a una coyuntura comunicacional, tecnológica y social del momento está necesitando animación a un nivel sin precedentes .

Es llamativo eso considerando que en los últimos años se han desarrollado las carreras universitarias de animación.

Para mi gusto hay una sola carrera en los últimos años. Si mencionas los últimos 15 años, si, pero si consideras que los últimos son los últimos tres años, se ha creado solo al de la San Sebastián. Todas las otras existen hace como 10 años. Hay unas como la de la UDLA que tiene como 17 años. No es que las carreras sean muy jóvenes, sino que la importancia que ha tomado el estudiar animación ha hecho que esté más visible a partir del Oscar de Punkrobot. Se ve desde el punto de vista de los postulantes a una carrera, se ve como una oportunidad laboral, una pasión tal vez con una salida profesional posible, que antes no pasaba. Esta se valida con los padres o las personas que pagan la educación de los hijos e hijas, donde ven que se puede estudiar esto, ahora lo ven como una posibilidad. Por lo tanto está entrando gente a estudiar animación que en el caso de la UDLA, donde trabajo, tienen puntajes muy altos en la psu y ptu, muy buen nem, son muy buenos estudiantes, podrían haber estudiado otras carreras más prestigiosas, pero han elegido animación digital. Es un grupo muy importante de personas estudiando animación, y está muy bien, porque se van a necesitar buenas animadoras y animadores, porque esto al parecer no tiene mucho final. No sé en qué momento los robots van a empezar a animar, pero sigue habiendo demanda por material animado.

¿Cómo se ha dado la relación entre Animachi, el Mincar y Prochile? ¿De qué manera han apoyado al desarrollo de la animación chilena?

Hay fondos concursables, y también existen siempre ventanillas abiertas para, por ejemplo, obras que están participando en festivales. Nosotros estuvimos participando con Petit, del estudio Pájaro, el 2019, en festival Annecy, compitiendo por mejor serie animada. Y existen instancias en que tu no tienes que esperar un proceso para postular a que te ayuden con los gastos, el pasaje, estadías, sino que existe una política de ayudar a los estudios que estén en los festivales.

Pero las personas cuando se postulan a ir a un mercado como Mifa o Pixelatl, lo hacen personalmente, y hay un cupo limitado. Además, Animachi o Chilean Animation también lo hacen para ser el gestor de la misión, es decir, personas por un lado están postulando, con una serie de requisitos, y por otro lado está la Animachi postulando como el gestor de esta misión.

Estos procesos tienen fecha, y la relación siempre es buena. Obviamente nosotros creemos que podría haber más dinero dedicado a la animación, naturalmente. Siempre es posible ayudar un poco más a las industrias creativas, que generan poco impacto ambiental. Hay pocas disciplinas que generan tan poco impacto pero tanto dinero. Viajar sin emitir demasiadas emisiones de carbono, tras medios económicos y recursos al país, da trabajo especializado a personas. No hablamos de trabajos básicos, sino que de gente que estudió carreras, que son artistas, y de alguna manera aunque estemos trabajando en producciones de afuera, estamos representando un poquito de la cultura del país en estas relaciones comerciales, de producción de segundos animados para afuera.

Siempre se dan oportunidades de desarrollo, de coproducciones, que tienen partes culturales de todos los países que están produciendo. Es una industria que es rentable, que tiene bajas emisiones de carbono, y que es especializada, y que es una de las cosas que necesitamos como país, es vender u ofrecer servicios especializados, no servicios básicos. Ofrecer productos y servicios con alto valor agregado, artístico, cultural y tecnológico.

Es importante notar que no es que no haya aporte del estado, lo hay y es muy agradecido, por Animachi y todas las personas que trabajan en el medio. Pero siempre se puede aportar más, siempre se pueden mejorar las condiciones, aunque no estamos descontentos con la relación que tenemos con los organismos estatales y gubernamentales.

- Francisca Silva, estudiante de Animación 3D en Instituto Profesional Arcos:

Me llamo Francisca Silva, tengo 20 años, y decidí estudiar animación porque me gustan los videojuegos. Desde pequeña siempre he tenido contacto con ellos, y he estado en ese mundo. En algún momento me llegaría a hacer uno o ser parte de una empresa importante. Aparte, también me gusta el anime y otras cosas que tienen que ver con la animación.

En su instituto también tienen la carrera de diseño de videojuegos, ¿no?

Si, pero no me metí en esa carrera porque pasaban programación y cosas así, y sentía que eso me limitaba en el área, porque sería directamente hacer videojuegos. Algunos programan, otros diseñan, y por eso me guié más por la animación.

¿Hay algo en particular que consideres importante en la malla curricular de animación, sea de esta u otra universidad que quizás hayas considerado?

Me voy a guiar en este instituto. Sería el 3D, que lo empiezan desde segundo año, pero sería mucho mejor que lo empezaran desde primero, mas que nada para familiarizarse.

¿En primero ven más que nada 2D o los conceptos más básicos de animación?

Si, más enfocado en lo tradicional, en dibujo, anatomía, perspectiva.

No era utilizar los programas más complejos

Si, por eso supongo que empezaron en segundo con eso

Antes de entrar a tu carrera, ¿tuvo alguna influencia la animación chilena o ibas más bien por las cosas internacionales?

Más internacionales, pero igual en mi niñez veía series como Los Pulentos. Eso igual fue parte de mi infancia, entonces como que se fue desarrollando, pero casi todo fue internacional, o la mayoría.

¿Consideras que es importante que acá en Chile haya acceso más abierto a contenidos de animación nacional?

Si, porque lo que te enseñan en general en básica y media es para las carreras más tradicionales, científico o matemático. No se amplía más. Por ejemplo, si yo no hubiera estudiado

esto, quizás estaría en una carrera humanista. Tal vez si yo no hubiera indagado más o hubiese dicho “esto me gusta”, tal vez estaría en una carrera humanista porque si y no por lo que me gusta.

Más que nada eso. Tal vez si dieran más charlas de animación, o no simplemente de las carreras tradicionales, tal vez a alguien más le interesaría. Por lo menos de mis amigos casi nadie sabía que había una carrera de animación o videojuegos, o que había muy pocas. Si no la investigan no saben.

En las ferias que hacen de universidades casi no hay

Son de ingeniería y todas las carreras tradicionales. Fome, ahí quedas si no te llama nada de esto, o si te gusta el arte en general, no sabes si algo de eso te sirve. Tu mente está cerrada en que tienes que ir por esas carreras.

¿Consideras que hace falta más difusión de parte de las universidades?

Si, siento que podría ser mejor, más que nada porque si a alguien más le gustan los videojuegos o estudia programación, tal vez no le guste y quiera diseñar más que nada. Y eso uno no sabe, todo lo asimilan con eso.

- Constanza Luzoro y Enrique Ortega de PATAKA.

Para comenzar, nos gustaría que ustedes pudieran presentarse, decirnos qué es lo que hacen sus nombres.

Coti: Voy yo.

Kike: Por favor, adelante.

Coti: Bueno, yo soy Constanza Luzoro. Me dicen Coti. Soy guionista de profesión. Estudié en la Uniac, donde teníamos ramos comunes con Comunicación Audiovisual, y después especialidad de cine, guión y tele. Yo me fui a guiones, así que soy guionista de distintos formatos. He escrito documentales, ficción, y hace un tiempo, yo creo que ya como tres años o cuatro años, me llevo dedicando exclusivamente a la animación, principalmente a la animación infantil, que es una de las más de las que más consigue financiamiento en Chile. Para preescolares y también para público infantil de 6 a 12 años.

En eso nos conocimos con el Kike. Fue en un en un evento que se llama Fan Chile, que no sé si lo están haciendo todavía, era un festival en septiembre, que era de contenido para niños, niñas y adolescentes, no solo animación, sino que también live action y documentales. Pero se enfocaban en la infancia, digamos, y el público juvenil. Y ahí, en uno de los mercaditos, en uno de los cocteles varios que se hacen después de esas actividades, nos conocimos con el Kike, que él era director de animación especializado en animación.

Y ahí empezamos a trabajar juntos en algunos proyectos y de ahí no paramos más. Decidimos hacer nuestra productora, nuestra pequeña casa productora, que le llamamos de Garage Party, porque era una cosa muy, muy pequeña, ahora recién le sacamos la personalidad jurídica. De hecho, por un tema, así como de postular a cosas y todo que te piden, pero en realidad nosotros queríamos trabajar en conjunto. O sea, Pataka nace desde ser una guionista y un director que como que son por sí solos.

No podíamos trabajar mucho en nuestro proyecto, entonces decidimos unir fuerza y los dos hacemos un poquito de producción también cuando toca, pero este fue un poco el origen de pata acá. Ahí dejo al Kike para que se presente.

Kike: Gracias Constanza. Mi nombre es Kike Ortega y soy director de cine, como dijo la Cote. Yo salí de la Universidad Católica como director audiovisual, pero después me enfoqué directamente en la animación y principalmente en esto. Hice la práctica en Solo por los niños, animación en plasticina. Y después continué trabajando con ellos en Puerto Papel. Hice mi proyecto de título en animación. Este tuvo una buena vuelta por festivales y participamos en el primer Chilemonos, y ganamos ya hace ya primera 10 años.

Coti: Fue el primer año y 10 años se cumplieron este año. Claro.

Kike: Y después de eso me seguí picando. Como decía, trabajé en Puerto Papel, dirigí en la segunda temporada. Ahora recién se estrenó Zander. Es la primera serie donde ya dirigí todos los capítulos, que tiene un corte ya un poquito más personal. Y como le decía la Coti, nos conocimos en una instancia que entonces fue en Chile y escogimos, claro, porque de alguna forma nos complementamos muy muy muy bien. En cuanto a lo que podíamos hacer, ella ya trabajaba, ya había tenido harta pega de guionista y tenía mucho en mente de productora.

Coti: Creo que a mí también me faltaba un poco de eso, pero principalmente como tuvimos una coincidencia creativa que subimos, y gracias a esa coincidencia logramos hacer varios proyectos. Teníamos mucho en carpeta y ahora específicamente nos encontramos trabajando en nuestra primera webserie, donde nos ganamos financiamiento completo del de fondo audiovisual también y ya deberíamos entrar a rodaje el próximo mes.

Buenísima, en súper poco tiempo.

Kike: Si, sucede muy rápido, cuando las voluntades se alinean. Lo que pasa es que nosotros tenemos una visión. Llevamos harto rato en la industria, nosotros salimos hace más de 10 años de la U, viendo desde distintos lados, y hemos trabajado mucho en festivales de cine, siendo coordinador de Industria y de programación y después ya nos metimos a trabajar en proyectos en particular, y uno siempre ve un poco.

La cadena de producción está plagada de fondos concursables y de fondos estatales, entonces muchas veces los proyectos quedan fuera. Yo creo que un porcentaje, no me atrevería a decir hace un número, pero debe ser un 5 por ciento de la gente que postula la que queda en realidad, pero a ese nivel extremo. Y nosotros estábamos como bueno, tenemos que entrar a esta máquina ya. Necesitamos lucas para poder producir algo, algo original, porque uno tiene dos opciones: o

sigue siendo un trabajador, un técnico dentro de esta gran industria, o te contratan para un proyecto por encargo.

Coti: A mí como guionista o como director o uno ya se atreve. Si hiciera lo que hiciera, postula con su propio proyecto. Y eso significa, por un lado, la gracia de hacer algo propio, pero también la responsabilidad de que uno, el que postula, es el que rinde y que les paga a otros como técnicos o más especialistas que vienen a trabajar. Pero, en ese sentido, Pajarones es un proyecto súper especial porque nosotros no quisimos pensar en un proyecto grande.

En el caso de Pájaro, que era una idea antigua que fuimos adaptando hasta que llegó a ser una webserie. Originalmente queríamos que fuera una serie stop motion, pero era muy caro, y llegamos a esta idea diciendo “hagamos algo que podamos producir con los fondos que hay”. En el caso de Corfo había un fondo muy chiquitito de 5 millones, que lo teníamos que complementar, y llegamos en total eran siete para poder desarrollar un piloto, un set y todo para una webserie.

Y luego venía el fondo audiovisual, que es de alrededor de 31 millones de pesos que te dan para producir toda una temporada. Entonces, nosotros ya con eso empezamos a reducir y a ver qué podíamos hacer con la técnica stop motion, que de por sí un poco cara, pero que es la que a nosotros más nos gusta y la que más sabemos hacer, como animador y director. Y dijimos “ya, hagamos un presupuesto que en el fondo responda a esto, y no al revés”.

No es como hacer un gran proyecto y después tratar de conseguirse todas las lucas que necesita para hacerlo, sino que lo contrario, hacerlo un poquito más autoral y también un poquito más de garage, y en el fondo decir “OK, si el fondo da 30 millones, vamos a producir una serie en seis meses, porque no tenemos más que eso”. Entonces, dijimos, hagamos una serie, o una webserie en este caso, que se pueda realmente producir a seis meses para grabar las voces, la animación, el desarrollo de arte, la posproducción incluida, y que sea eso en el fondo.

Porque también, claro, existen otros proyectos que se alargan y después las lucas no te dan, y si realmente uno quiere producir con el dinero que te da el fondo, tienes que poder modificar un poquito los proyectos y bajar, por ejemplo, de 10 capítulos a 8.

“Tenemos esta idea, pero estos son los recursos”. Entonces hay que aterrizar esa idea a partir de los recursos que se nos van a entregar, que finalmente es lo único fijo. Otras cosas como

la interpretación o la conceptualización de mi idea de llevar la imagen, o a una propuesta audiovisual, son variables y se pueden modificar.

Kike: Y ha sido un poco, como bien decía Constanza, la línea editorial y la propuesta de experimentación e investigación que hemos desarrollado los últimos años. Todo esto con las experiencias acumuladas de antes, también nuestro trabajo por encargo. Por ejemplo, toda la pega que yo hice en Puerto Papel iba dirigida a cómo hacer más eficiente una producción. Todo el trabajo que tiene Constanza con una gran productora como Punkrobot, también habla de una metodología y de cómo hacer más eficiente el uso del tiempo y el flujo de información y la comunicación dentro de los equipos.

Y claro, todo nuestro trabajo como ejecutores y como técnicos dentro de otros proyectos nos ayuda a ser gestores de los proyectos con nuestra propia línea editorial, que tiene que ver con hacer lo realizable. Es que uno en el fondo está dependiendo de esos fondos estatales para poder desarrollar los proyectos, entonces hay que ajustarse a ellos eventualmente. Ojalá fueran mayores y pudiéramos hacer algo más acabado, pero mientras estén así como están el día de hoy, hay que pensarlo desde ahí, desde esa limitación, claro.

En Chile, en todo lo que tenga que ver con una producción audiovisual, los fondos concursables son la principal manera en que cualquier productor, cualquier guionista, cualquier persona que esté en el ámbito, puede acercarse a financiar su proyecto independiente del tamaño que tenga.

Coti: Exacto, exactamente. Es la posibilidad. Entonces ahí uno tiene dos cosas que hacer. Por un lado, responsabilizarse de la cantidad de pega que va a dar por ese monto que está. En realidad, los fondos son muy muy poco lo que dan. Entonces, a mí me parece un poco injusto que muchas productoras que se lo ganan tratan de hacer proyectos grandilocuentes a pesar de que saben que no van a poder pagarle bien a la gente.

Eso por un lado. Después hay otras casas productoras que sí saben que pueden hacer coproducciones y ahí se complementan los fondos. Es lo que hace Punkrobot, como decía el Kike, que son con quienes yo más trabajo. Generalmente producen con al menos dos o tres países de Latinoamérica como mínimo, además de ganarse el fondo CNTV para las series de animación infantil. Y en el caso del fondo audiovisual, bueno, solo tiene largometrajes.

El largometraje solo se puede financiar ahí. No sé realmente cuánto alcanzan a completarlos, creo que solo Nahuel y el libro mágico sería como el primer gran largo que se ganó y financió con ese fondo.

Kike: Claro, eso es cómo lo terrible de que todos compitan como en el mismo saco. En el fondo, Juanito Pérez, que se acaba de titular y tiene una buena idea, compite con el estudio Fábula. Incluso Fábula tiene por otro lado, otras posibilidades de financiamiento, porque tiene una credibilidad y una presencia en industria, tiene contactos, participa, mercado. En cambio, Juanito Pérez no va a vender, explotarse a sí mismo. Pero en general, incluso las productoras grandes necesitan de los fondos.

Coti: O sea, si bien puede levantar coproducciones y todo, se esperan, esperan los coproductores afuera que al menos ya vengan con el financiamiento mínimo y base de Chile. Y solo hay, como bien decía, eso de los fondos estatales, porque hasta el momento no existe alguna entidad privada fundación que dé al menos ese mismo nivel como de presupuesto y que realmente vaya a competir con el fondo audiovisual.

Y ahí hay otra arista que es súper interesante, que es que, si bien nos financian solo entidades públicas y no entidades privadas, la línea editorial de las cosas que se hacen en Chile son muy propias de las productoras, o sea, no hay realmente focus group.

Y también por eso nuestra idea, que es hacer una serie simple, una webserie y que no responda sea por querer hacer una producción hermosa con que nos ganamos muchos premios, sino que también sabemos que el espectador promedio muchas veces no se da cuenta de esas pequeñas cositas que para nosotros como audiovisuales son importantes y que son caras.

Regalemos esta serie a la audiencia. Hablemos de temas que igual son nuestros, pero que en el fondo también tienen algo relacionándose con el público y que sea para ellos finalmente, en los impuestos de todos ellos quieren lo financiaron.

Hay que pagarle bien a la gente que está trabajando, y también hay que tratar de hacer una serie lo suficientemente buena para que ellos la disfruten y no una cosa así autoral, que nadie va a entender solo para ganar premios fuera.

Aquí es todo al revés. La estamos haciendo para la audiencia chilena, y que la vean gratis por YouTube, porque para eso el fondo nos financia

Sí, eso nos llamaba la atención. Pajarones llegaba a ser como bastante juvenil, por así decirlo, bastante contingente en lo que era en el teaser que vimos.

Coti: Si, ese fue el que financiamos con Corfo el año pasado. Y claro, teníamos el material guardado y los personajes igual van a mantener el vestuario y todo. Entonces dijimos lancemos la obra a pesar de que es material un poquito antiguo, pero en realidad es la serie, va a ser, va a verse así, esa es la propuesta.

Así que conversamos con equipo TVV que son nuestros coproductores nacionales, que lo digo así para que suene bacán, pero en realidad son nuestros amigos que están haciendo las voces y que van a subir también a su canal, porque ellos tienen mucho más seguidores que nosotros. Entonces ahí hicimos como una pequeña alianza interna.

Pero claro, nos pasó incluso que escribiendo la serie por un lado hay algo que es muy nostálgico de nuestra generación como millennial, porque igual va a apelar a como era un poco la vida de cuando nosotros nos vinimos a Santiago. El Kike y yo somos de la Quinta Región, entonces nos tocó vivir esa realidad de estar en Santiago por primera vez, de no entender el metro, de no saber cómo salir de una estación y no saber cuál era el norte y como para qué lado había que ir y extrañar a la familia. Conocemos esa experiencia y también nos ha pasado que muchos de nuestros amigos y personas cercanas a nuestra edad nos han dicho que les encanta la serie. Entonces yo creo que va a tener un público medio milenial finalmente, porque va a ser bien nostálgica.

Pero también hay todo un tema como más juvenil. Si bien no queremos adoptar modismos tan juveniles porque no los manejamos y no pretendemos manejarlos. En verdad nosotros ya tenemos 30, ¿cachai? No estamos hablando como las niñas de 18 ahora y está bien, habría que hacer una investigación ahí. Pero en el fondo empezamos a decir cómo no, no importa si hablan un poco más adulto, así queda media nostálgica. Igual está bien, como que podemos utilizar modismos más de pájaros también y como tratar de hacer una conversión ahí como de varias generaciones. Pero lo que sí fue interesante, como decía Max, es que nos pillaron hartos temas muy contingente que nosotros pusimos en la producción y en los guiones cuando postulamos al fondo audiovisual el año pasado, onda literalmente en septiembre del 2020, y la serie se lo gana cuando ya pasó un año y eso ya dejó de ser contingente.

Y ahí uno se pregunta bueno, ¿cómo lo hacemos? Porque nosotros hablamos cuando estaba la pandemia, nosotros tiramos un par de tallas sobre la pandemia y ahora como que ya fue, es algo que ya sucedió. Entonces nos cuestionamos si mantendremos los guiones tal cual como están, así como que ellos están yendo a clases y de pronto hay una pandemia en el capítulo 7, como cuando ellos están ya en la universidad y fue como “sí, hagamos eso”. O sea, no pretendamos adelantarnos o hacerlos como que estén todo el rato con mascarilla o que están yendo a la universidad en este régimen mixto, presencial, semipresencial o virtual, sino que hagamos la serie que nosotros queríamos hacer desde un principio y que a ellos les vayan pasando las cosas que a nosotros nos pasaron durante estos dos años.

Y en el fondo lo que va a pasar es que si la logramos lanzar en marzo del 2022, que no tenemos idea todavía si va a haber vuelto algo a la normalidad o no, pero igual se van a reír. Yo creo que los cabros de región y también la gente que está empezando en la U, porque van a ver que esto es como que es contemporáneo, pero a la vez tiene como un desfase de dos años, y no sé, quizás solo lo más chistoso, pero nosotros queríamos hablar de esos temas desde el ir viviéndolo y no así el pasado.

Kike: Bueno, y en temas de producción también tiene como toda la idea de ser una producción sustentable económicamente. Porque claro, como había, como estábamos conversando, el tema de los fondos, del financiamiento de la cultura y de hacer esta como lógica inversa desde lo con lo que finalmente teníamos y el tiempo que tenemos, construir la serie que nos alcanza para eso y ver qué tan atractiva la podemos hacer en ese sentido., Tiene que ver con eso, con que esas no son las lucas y en el fondo también toda esta representación de lo que se menciona la Coti en cuanto a todo nuestro marco temático tiene que ver con hacer lo sustentable, con que las personas trabajen en un tiempo razonable y que tengan una remuneración acorde con lo que efectivamente están produciendo. Porque finalmente, tal como dice, hay productoras generan estas grandes producciones que prometen y prometen y prometen y de repente, al momento de revisar dónde aprieta el zapato, no es en la productora necesariamente o los directores, sino que es en la persona que los animadores, los ejecutores y en lo técnico.

Y eso también es una producción que no es sustentable en el tiempo. Y eso es algo de lo que estamos, que estamos experimentando con un proyecto que sí lo sea. Si nos resulta, es un

modelo que podemos seguir proyectando a futuro y con el que se puede seguir trabajando con el financiamiento actual incluso, y solo mejorar.

Mencionaron el tema de la pandemia, o sea, es obvio que estamos viviendo esto, pero el tema de producción, ¿qué tanto llegó a cambiar? ¿Fue algo mucho más complicado traer al equipo, que por lo que vimos en las redes sociales, son unas siete personas?

Coti: Así como el equipo de voces, sí. Pero somos muchos más. O sea, como que estamos trabajando un poco en paralelo y disperso, cosa de que nunca se junten más personas de las que necesitas estar. Por ejemplo, el equipo de arte también es cuatro, se juntan con el Kike y ya son cinco o seis. En el caso de las voces tenemos dos voces principales, un director de actores que también es productor ejecutivo, y otros dos con el técnico de sonido. Pero, por ejemplo, la compositora musical que podría haber estado en esa sesión, finalmente no fue porque no era indispensable, sino que iba más como que iba ya a sacar ideas.

Pero como nosotros estábamos recién empezando, la estrategia primero fue postular para que el proyecto empezará en agosto, porque también pensábamos hagámoslo lo más lejos posible y a ver si las cosas van mejorando ya con todo el mundo vacunado. Pero, aun así, aunque nosotros lo tiramos como segundo semestre, en junio julio, todavía no se veía tanto la luz. Entonces igual decidimos cambiar algunos ítems, por ejemplo, la oficina, el estudio, el arriendo del espacio. Nosotros dijimos mejor que cada uno trabaje desde su casa y hacemos nuestros encargos. Por ejemplo, la directora de arte está trabajando desde su casa o su taller y manda la escenografía en un taxi, en el que van al estudio donde está trabajando el Quique, para animar ahí.

Entonces redujimos algunos ítems, por ejemplo de gastos de oficina, internet, que se yo, y los llevamos a los sueldos de los trabajadores, cosa de que cada uno pudiera tener un sueldo líquido un poquito más alto y con eso cubrir sus gastos de internet y arriendo de su espacio, etc.

Kike: Y en base a mi experiencia con Zander, y con el mismo teaser que nosotros lo realizamos en medio de la pandemia, nosotros diseñamos esta serie que estamos realizando ahora para ser hecha con el mínimo de contacto posible y las menores posibilidades de fracasar o de ser constreñido por las limitaciones de la pandemia.

Y como bien decía Coti, y todo se encarga y se lleva al estudio donde yo puedo ser director y animador, pero también eso se podría extrapolar y es muy económico en ese sentido, no barata,

sino que es muy eficiente en el uso de los recursos, En ese sentido, toda la serie está muy preparada para seguir también en una tecla como la que parece todavía no cambiar tanto en cuanto a la pandemia y a las limitaciones de traslado y aforo.

Coti: Pero claro, también había cosas que se perdieron, como por ejemplo el equipo de arte. Si bien no es necesario ahí mismo, los únicos que tienen realmente que estar son los animadores y el director mirando, sí o sí son los animadores porque el mono no se va a mover solo.

Kike: Sin duda los animadores sintieron el peso de la carga extra. Si bien sería bacán tener como un robotito que poder programar para animar, eso está lejísimos, no por un tema tecnológico necesariamente, sino también porque el animador es un actor. interpreta movimientos, lee el guión, trabaja con las voces. Hay un tema humano irremplazable, absolutamente irremplazable, que tiene que ver con distinto talento también que se desarrolla. Esa comunicación hizo falta, o sea, Pajarones se sustenta en que yo soy animador y director, entonces puedo tener una autonomía impagable, pero, con gran producción, es complejo.

- Ignacio Ruiz, socio fundador de Niebla Producciones

Para comenzar la entrevista nos gustaría saber para que te presentaras primero y nos contaras qué es Niebla y a qué se dedican tanto en sus producciones *live action* como las de animación.

Soy Ignacio Ruíz. Soy director y productor, uno de los socios fundadores de Niebla Producciones, que es una empresa dedicada a la producción cinematográfica en todo el espectro de lo que eso significa. Partimos haciendo cosas de animación, que es por lo que llegamos al cine, y de ahí empezamos a trabajar en paralelo ficción. Hemos ido evolucionando hasta meternos a la no ficción, híbridos, documentales y por ahí estamos explorando ahora. Desde que estábamos en la universidad, desde hace 13, años en donde hemos ido probando cosas, películas autorales desde siempre en todo los géneros hemos tratado de mantenerlas muy autorales. Por eso nos ha costado producir algunas cositas, pero en general ha sido una buena opción.

Nos hemos enfocado también en producir desde distintas regiones de Chile. Si bien estamos con una base en Santiago, todos los directores y directoras que trabajamos generalmente o sus proyectos son en regiones, desde Arica hasta Magallanes y hemos tratado de velar por una forma de producir muy colaborativa en todos los ámbitos (animación, ficción, documental) siempre en una generación en particular de alianzas y colaboratividad en todo, desde la gestión desde todo lo que tiene que ver con producción, lo que tiene que ver con la ejecución misma de las obras o también la distribución de nuestras producciones. En particular hay algunas y algunos colegas que están más metidos en eso. Eso es Niebla básicamente hacemos películas con mirada autoral y por ahí el resto, lo que venga.

Ha cambiado hartito el tema de la animación de por allá 2005 o 2006, y recuerdo que en algún momento se intentó hacer un medio. Todavía no se sabía nada cómo con el diseño y la animación. Por ahí salieron algunas revistas en algún momento que nos invitaron y ha sido difícil seguir el rastro, como que han ido abriendo y cerrando y así que, feliz y puedo darle información y pistas del pasado.

Claro, igual en Chile al menos ha sido en los últimos años que el lado autoral de la animación ha podido tomar vuelo. Antes de eso, especialmente antes de que saliera *Historia de un oso* y de que ganaran el Oscar estaba muy enfocado a la publicidad.

Mira, sí. Yo tengo ahí una visión un poco no disidente sobre eso porque creo que el hito de la *Historia de un oso* es como lo que impulsa, pero antes de eso había un camino de animación. Claro, no ligado al CGI ni al 3D, y que es un poco de donde se forman los chicos, el Gabriel y el Pato, con profesores y otros autores de por allá. Entonces entre el 2002 y el 2010 estaban haciendo otras cosas.

Hay una productora llamada Icono anima en Valparaíso, que hacían muchos cortos, y aquí es donde te digo que es algo disidente esta pasión, porque creo que antes se hacían muchas más cosas autorales y como que, desde *Historia de un oso* y *Here is the plan* comenzaron a haber unos contenidos que eran, claro, con mi mirada autoral por supuesto, porque son cortos independientes así hechos a pulso y con mucha garra, pero un poco más amables con la audiencia. Antes había un autor de Valparaíso, que se llama... No me acuerdo, hizo un corto de animación 2D es muy como un bestiario de Valparaíso, y hay otra productora llamada Icono anima que hizo un corto en particular que se llama *Golpe de espejo*, que es un corto muy muy *heavy*, con tema político social hecho por allá por el 2010 y bueno, todo el trabajo de Tomás Welss y Vivienne Barry, que es un poco los que nos llaman por allá en algún momento en el 2006 o 2007. Y nuestras propias producciones en esos años también.

Nosotros llegamos a la animación desde la experimentación y era una búsqueda mucho más de rarezas, así mezclando todo, dibujos en el celuloide, *stop motion* con personas o muñecos, dibujos animados, sin saber hacer nada. Y por ahí en algún momento después de todas esas rarezas que eran más 2D me acuerdo, por una cosa de recursos empieza a surgir algo como de *stop motion* por allá algo de 2007-2008, con el Hugo Covarrubias y con los chiquillos de Árbol Naranja que existía en Valpo, que hicieron *La niña del viento* y un par de cortos más *stop motion* y por ahí hay un *boom* de la técnica hasta por el 2010 y se empieza a desarrollar el 3D con ese antecedente de la evolución de la tecnología y habiendo más tecnología y que había mucha rareza, pero era muy de nicho.

Estaba el festival *noche de monos* y estaba el otro festival de cine llamado *FIDA* en Valparaíso, que eran los dos festivales donde confluían todas estas cositas. Había un corto que se llamaba *La cruz* que es 2D y también era como una rareza. Y confluían puras rarezas recuerdo. Por ahí el 2010 empieza a identificarse algo que hace que la animación sea más amable con la audiencia, bueno, el Hugo Covarrubias siempre tuvo, por venir del teatro y por lo que hacía con Maleza, una cercanía a la audiencia distinta. El resto partimos, pucha, casi desde la timidez haciendo animación porque puedes hacer mucho solo sin compartir con nadie y eso nos pasó mucho al inicio, como, salir de un problema solo y mostrarlo cuando esté listo. Pero claro, todo ese *backstory* le da un impulso a Gabriel y Pato, que son como, *no se po'*, algunas mejores versiones de todos nosotros. ¿cachai? Para lo que lograron hacer, lo que confluye, lo autoral y que es abierto a una audiencia es algo bacán. “Es algo super difícil, me cuesta y dejó de intentarlo porque no es lo mío”, no es lo que estamos haciendo de animaciones mucho más hermético. Y ellos logran hacer eso, qué es lo que le pasa también a Fernanda Frick, que tiene ese corto *Here is the plan* que también tiene una cosa fotográfica autoral muy bella, pero también es abierto a un público.

Claro, y eso en específico tuvo igual harto éxito internacional. Al menos yo lo vi en inglés, no estoy seguro si tiene actuación de voz en español.

No, está en inglés, tiene actuación de voz en inglés solamente pues es el mercado que ella está tratando de abarcar. Es al que siempre ha apuntado Fernanda.

Ahora con lo que nos comentaste estamos llegando a uno de los temas que te queríamos preguntar. Hemos visto que llevan más de diez años trabajando con animación, en especial nos llamó la atención *Humanoide no robot*, el corto que tienen en su sitio. Ya nos respondiste ampliamente, pero ¿cómo percibes el cambio que ha habido en el área de animación desde el 2009?

Siento que ahora al hacer animación hay más noción de lo que se está haciendo. Antes era como buscar algo en la oscuridad sin tener un método, sin la tecnología, sin internet y sin entender la tecnología necesaria para poder hacer las cosas. Eso marca un hito de profesionalización, porque, el nivel al que trabajábamos el 2010 era correcto, pero por el impulso y el ánimo que teníamos

¿cachai? Desde el 2010 en adelante se empiezan hacer accesibles un montón de otras tecnologías que van de la mano de la profesionalización del oficio. Muchos de quienes animábamos antes, porque producíamos cosas de animación, no teníamos formación de animación. Era una curiosidad por descubrir algo más del lenguaje del cine y esa es una de las grandes diferencias, hay una formación profesional que da un plus inmediato a quienes hacen animación ahora. Yo trabajo en la Escuela de Animación de Arcos, soy docente de la carrera de animación 3D y claro, veo algunos de mis estudiantes que ya en primer año manejan todo lo que yo no tenía idea cuando empecé a hacer animación. Es una subida de nivel bacán. Y eso, es como una profesionalización del medio, no sé si impacto en recursos o más financiamiento para proyectos, pero sí una mayor consciencia con la que se tiene más expectativa propia de lo que uno puede lograr. El resultado es más o menos seguro, no como antes en lo que algo "probablemente salía" o que funcionase algo. Ahora se puede planificar mejor una estrategia de producción y un posible impacto asociado a eso.

Y en el tema de la planificación en específico nos fijamos que en el sitio trabajan con el tema de planificación para los fondos concursables. Estos ahora en Chile son la mayor forma de financiarse en animación. ¿De qué forma este servicio y trabajo ha podido apoyar a la productora en su crecimiento?

Mira, nosotros somos mayormente fondo-dependientes y es una de nuestras mayores frustraciones, y bueno, como casi todas las y los colegas estamos en ese dilema de preparar infinitos proyectos todos los años para que salga uno con suerte y... nada... ya vivimos en esa lógica.

Pero, hemos tenido también la suerte de que somos, pucha, super aplicados porque tenemos pocas opciones al igual que muchos de los colegas. Finalmente ganan poquito y nos repartimos los mismos fondos y estoy seguro de que preparamos mucho lo que vamos a hacer. Tú ves, por ejemplo, nuestras carpetas de arte o de otros colegas, los *teaser* que se hacen y dices "wow... ¿Todo esto para postular a un fondo?" A nosotros nos ha servido, nos ha permitido ser constantes haciendo obras de varios tipos como ficción últimamente o post-humanoide. Tuvimos un hito con otro corto llamado *Enco. Travesías a vapor*, que es un stop-motion, y después de eso empezamos a hacer una coproducción con Japón, *Green Grass*, que es una ficción, y en paralelo llevar algunos proyectos

de animación que han ido más lento como uno en 3D que fue previo a *Historia de un Oso* para el que ganamos un fondo.

En ese tiempo, te daban un fondo correspondiente al tercio del fondo de producción de ahora para toda la producción, desarrollo y postproducción. A nosotros no nos alcanzó para terminar solo con eso y un par de años después, gracias a *Historia de un Oso*, ese fondo se expandió a como tres veces la cantidad de lucas que daban. Si hubiéramos calzado en esa época quizás lo hubiésemos terminado.

Es un corto de una autora chilena que se llama Pascal Castro, su nombre es *Killer*, y tiene que ver con violencia hacia los animales y los animales como objetos de validación social a través de la violencia. Estamos haciendo otro corto que se llama *Pianola* con fondos adjudicados en Argentina y Chile, y ahí hay un tema relacionado con el fondo de argentina que está medio complicado por liberarse y no hemos podido partir todavía esa producción, es un stop-motion con Pato Alvarado como director y mi colega Jennifer Fasciani está más a la cabeza de su producción. Y estamos ejecutando una animación mucho más autoral, más experimental que se llama *Heart* que es un corto de ciencia ficción medio postapocalíptico, pero con una visión muy desde las artes visuales, artes plásticas que estamos ejecutando justo ahora. Tenemos el estudio en Valparaíso, estamos grabando fondos de video de maquetas iluminadas para que haya texturas y sobre eso animar 2d y algunos otros retoques digitales.

Ahora estamos retomando harto estos últimos tres o cuatro años la animación desde una perspectiva mucho más autoral que el corto de Fernanda o que *Historia de un Oso*. La búsqueda que hacemos va más desde las artes plásticas que desde la narrativa, y ha sido uno de nuestros problemas de pronto para financiar alguno de los proyectos porque son rarezas y son medios herméticos, lo que nos pone contentos también. Tenemos por ahí una beta en todos nuestros proyectos con esa cosa media extraña y que es un poco transversal en la productora. Por ahí en 2017 nos juntamos con los chiquillos para trabajar juntos en cosas, no sé si diferentes, pero sí que no se completen narrativamente de una forma normal.

En realidad es super bueno tener esa variedad en Chile porque, tal como decías, en los últimos años se ha vuelto muy amigable para el público la animación y han sido pocos los estudios o autores que siguen manteniendo esa visión media rara de hacer cuestiones experimentales, de trabajar en el fondo lo que quieren ellos plasmar y no algo que vaya a tener el éxito masivo.

Exacto. Es raro porque finalmente, pucha, no sé, yo veo a Cristóbal y Joaquín, que ellos se van por las ramas de la rareza y como que si insistes en hacer lo que te gusta de pronto igual la audiencia engancha. Hay una audiencia para todo, el gran tema, con el cine-ficción también, son las pocas ventanas de difusión que hay o no quedarnos pegados en esto de "nosotros ver nuestras propias películas" que es lo que pasa ¿cachai? Es uno de los riesgos de lo que hacemos, ponte tú, el corto *Heart* que estamos haciendo.

Yo sé que para las audiencias va a ser más complicado, pero también es porque es difícil tener los espacios dado que se produce mucho. Se producen muchas cosas y muchas cosas son buenas, entonces estás compitiendo con el mismo colega que hizo algo la raja y bacán que se pueda mostrar. Pero claro, por un colega que puede mostrar algo quedan otros diez con cosas bacanes que no pueden mostrar y es una paradoja muy rara. Pasó con el cine ficción y el documental que ya están con un cuello de botella mucho más grande con eso y la animación va un poco similar. Al menos está Chilemonos, que es la gran nación que ordenó o vino a ordenar el tema de la discusión o el cómo fluir en un mismo lugar y bueno, está pasando esta semana el mercado de Chilemonos. Ha sido una instancia ,no sé, como que hay un antes y un después de Chilemonos en relación con tratar de armar industria.

Disculpa, me llamó la atención algo que comentaste antes cuando hablabas sobre las diferencias técnicas y el avance tecnológico. Según tú, a través de los años ¿ha sido solo un tema de cambios técnicos, o también de visiones? Por el hecho de que por lo menos cuando hablas de Niebla y de estas visiones autorales suelen darse de una forma distinta a lo que puede ser quizás el *mainstream*, por así decirlo.

Claro, es que, en algún momento se separa u ordena un poco la expectativa frente al resultado de una animación. Recuerdo que hasta el 2010 todo estaba muy ligado a lo artístico, al cine y a algo muy de nicho y una búsqueda casi expresiva. Y por ahí, en algún momento más que con los cortos empieza a haber la expectativa de la animación infantil. Por ahí aparecen algunas series como *Block*, algunas como *Zumbástico*, *Diego y Glot*. Hay varias cosas que funcionan en otro ámbito como el masivo televisivo, que tiene otra construcción que nace desde algo artístico como una propuesta estética artística, pero que tiene que tener otro lenguaje, otro código.

Ahí se abren dos ramas de lo que está pasando hoy o pasaba en ese momento. Se sigue explorando por el cine, pero también se sigue explorando en algo que ya está mucho más relacionado al mercado en el buen sentido o en el consumo para que una audiencia más grande pueda verlo que son las series y por ahí hay un tema de punto de vista que es distinto. O sea, cuando uno trata de hacer un contenido para televisión estamos pensando en otros códigos, otras cosas, otras formas de plantear guiones. Hay series muy buenas, hay una que se llama *Petit*, que me encanta, y que van hacia un lado en que sabes que debes tener un impacto más grande, sabes que puedes proyectar esto a gran escala en distintos mercados y espacios de distribución.

Y, lo otro, se mantiene en el ámbito un poco más hermético, se mantiene en esta mirada un poco más artística autoral en donde hay hitos, siempre esta *Historia de un Oso*, el corto de Fernanda, *Bestia*, hasta *Los huesos*, que están antecedidos también por *La casa lobo*, pero todo eso sigue corriendo en la línea con guiones más o menos amables, pero apuntan hacia el cine.

Hay un tema de tecnología que ayuda, pero siempre es una herramienta la tecnología. Yo creo que depende de quién esté detrás de lo que se está haciendo, puedes hacer con un lápiz lo mismo que con ochenta computadores si tu punto de vista es bueno. Lo que sí, siento que hay más consciencia de cómo puedes usar tus herramientas y cómo sacarles el mayor provecho a esas herramientas. Son esas dos cosas, un tema de que se abren opciones hacia un mercado distinto o hacia un público-audiencia específico y mucho más grande a través de la televisión, y esta la otra ventana que es seguir haciendo cine desde la autoría. Es más raro o menos raro, pero teniendo en cuenta que hay más herramientas y saber cómo usarlas. Antes era ensayo y error solamente hasta cierto punto.

Si logran hacer ese rastro como del año 2000 al 2010 de animación casi todo es como una búsqueda siempre, probar cosas con algunos hitos por ahí como el corto que les nombro de Valparaíso que es un musical, *Golpe de espejo* que les nombraba. También *Humanoide no robot*. Bueno, *La niña del viento* también, que es un *stop motion* con hartoo trabajo pero en que uno nota todavía las costuras, uno dice como "están haciendo lo que pueden con lo que tienen". Creo que ninguno de nosotros o nosotras en ese tiempo cachábamos bien lo que estábamos haciendo. Compartíamos, nos topábamos, nos tirábamos flores entre nosotros, pero muy desde la tincada. Yo creo que ahora tenemos a disposición el saber qué podemos hacer e incluso cómo acceder a cosas que no tenemos para poder ejecutarlo.

En Niebla es importante poder trabajar en regiones fuera de la metropolitana. ¿De qué forma han ayudado ustedes, por decirlo de alguna manera, a atacar la descentralización? Porque igual acá en Chile hasta el día de hoy siempre ha sido todo muy Santiago.

Claro. Es otra paradoja. Nosotros somos un equipo conformado mayormente por gente de región. Todo el mundo, desde quienes escriben, producimos y quienes post producen, incluso nuestro productor de sonido, animadores, somos todos de regiones. Pero debemos tener un pie en Santiago siempre para decir "oye, existen las regiones".

Eso nos ha hecho ruido siempre, hemos tratado de hacer harta animación en región, apoyar hartos proyectos chicos, hacer hartoo contenido de animación para región incluso siendo cosas pobres. Poner un sello estético, artístico, y estar presente en regiones produciendo constantemente.

Lo otro ha sido la presencia más gremial, que en el caso de nosotros, tendríamos el doble o triple de militancia. No estamos en Animachi pero si estamos en Api, que es la Asociación de Productores Independientes, en donde en algún momento había más productores de Santiago y de a poco se fue abriendo a que hubiese más gente de región, representatividad de las producciones de regiones, y visibilización de las producciones de regiones. Hemos tratado siempre de transparentar eso. Nos interesa hacer películas en regiones distintas de la Metropolitana, ya no está siempre en nuestra descripción pero era como una de las primeras frases de nuestra empresa, y nos ha servido hartoo. Nos sentimos súper orgullosas y orgullosos de ser de región con lo que eso aporta

a favor y en contra, no desde la caricatura de la región como lo folclórico, sino desde el "se pueden hacer cosas con profesionales de regiones y van a quedar bien igual".

Hemos tratado principalmente de profesionalizar y armar equipo desde siempre, pucha, desde el 2007-2008, con gente de regiones. Yo creo que por ahí va nuestro mayor logro o intento de aporte, es formar equipos de regiones desde el minuto cero. Claro que trabajamos con gente de Santiago en algunas cosas muy específicas también, pero como decía, incluso para post producir tenemos un equipo que es de región. Trabajamos con productores de Quilpué, ahora estamos trabajando con gente de Valdivia, y así hemos tratado de ir haciendo una rotación en todos los ámbitos que sea regional

Es dar voces en este caso, a gente de otras partes

Claro, y que tengan la oportunidad de sumarse a producciones. Nosotros confiamos mucho en la gente, ¿cachai? Como en las ganas de hacer cosas, y de pronto tener tanta experiencia no es equivalente a tener ganas. Nos hemos encontrado muchas veces con que las y los profesionales que trabajamos en regiones están esperando la oportunidad de poder producir, trabajar y ha resultado bacán. Hemos seguido trabajando siempre, muchas veces con las mismas personas en distintas regiones, y eso ha sido súper bonito. Ellos a su vez después siguen trabajando con otras personas de regiones.

Me atrevo a decir que en muchas regiones hay mucho nivel importado, puedes armar equipos de producción en muchas regiones no solo por lo que hemos hecho nosotros sino por muchas otras productoras. También tiene que ver con la profesionalización del cine y de la animación. Ahora tú ves que se producen cosas de animación en varias regiones. Bueno, en Puerto Varas ahora la Camila terminó un corto *stop motion* hace poco con la Amanda Puga, que está por allá.

Es lo mismo con el cine. Como que el cine y la animación han ido creciendo en profesionalización y hay como un estándar mínimo que ya está posicionado. Una producción de bajo presupuesto ya no parece una producción pobre, ya hay un mínimo garantizado cuando

produces que no se veía hasta el 2008. Me acuerdo de todos los chicos y las chicas, Claudia Guaiquimil, Hugo Covarrubias, Carlos Leiva, Felipe Azuar. Varias directoras y directores con que compartíamos en aquellos tiempos, y todo era un poco las ganas, el impulso de intentar hacer cine. Ahora los chiquillos y chiquillas saben lo que quieren, y eso es bacán.

Terminando la entrevista, queríamos preguntarte sobre el tema de la internacionalización y el trabajo con otros países. Vimos que *Green Grass* fue un caso emblemático en que trabajaron con Japón, nos comentaste también con *Pianola*, que coprodujeron con Argentina. ¿Qué tan importante es para una productora en la actualidad poder abrirse hacia el trabajo con otros países? ¿Cómo se lleva a cabo la comunicación en esos casos para poder organizarse y trabajar?

Mira, de nuevo, hay nuevas paradas. Por una cosa de impacto y de credibilidad, muchas veces es bacán trabajar con coproductores. Pero tienes que asociarte con la gente, o al menos en nuestro caso, nos ha funcionado muy bien asociarnos con gente que confía en nosotros. No ha sido muy desde lo empresarial realmente, sino en el afán de hacer proyectos que tengan cierta calidad, y la compañía con directores y productores es ese... no sé... cuando hay onda para hacer algo, es ese momento en el que hay una chispa y dices cómo "trabajemos juntos", eso es lo que ha pasado en nuestra coproducción.

En *Pianola* pasó entre Jennifer y Pato, hay una onda profesional en que dices "¿te apaño?". El proyecto que tenían ellos era súper bueno y salió andando. Intentamos coproducir también con Polonia ese proyecto, pero no nos salió el fondo.

Y bueno, con Japón, difícil relación. A nivel de impacto mediático es bacán, suena casi como un buen gancho promocional para algo hablar de eso. pero la diferencia cultural fue difícil de llevar. Pero tratamos de seguir haciéndolo porque la película va de eso también. Diría que la película se expandía al ámbito de la coproducción también.

Creo que te abre puertas el trabajar con coproductores pero, de pronto, hay que ver hasta dónde crecer con eso o qué expectativas reales hay porque es difícil trabajar con gente que no hay

química o dónde no te pescan. Muchas veces intentamos hacer coproducciones donde claramente no fluía la cosa y hemos ido tratando de evitar eso. Estamos en busca de algunas coproducciones pero más cercanas porque nuestras películas son más pequeñas.

No tenemos un afán comercial. Estuvimos apuntando en algún momento a algo con un afán comercial, pero desde proyectos que no calzaban con esa mirada, y lo descubrimos hace muy poco, yo creo que hace un año y medio o dos años. De a poco estamos achicándonos un poquito más nosotros al menos para reordenarnos. En algún momento teníamos muchos proyectos, y estábamos intentando muchas coproducciones. Por eso nos estamos achicando con producciones más chiquititas.

En el caso de querer hacer una serie, yo creo que aplicaríamos lo contrario, porque, como te decía, se planifica de otra manera. Una serie si tienes que pensarla con internacionalización y muchas alianzas desde el inicio, y por ahora queremos centrarnos en Latinoamérica. Nuestro foco es mantenernos ahí y que la marca siga existiendo. Estamos en un periodo de reestructuración de toda nuestra empresa que ha sido bacán, hartas cosas bonitas con nueva gente, con nuevos coproductores, pero en una escala un poco más pequeña de lo que intentamos o quisimos hacer con Japón.