



Universidad de Chile
Instituto de la Comunicación e Imagen
Escuela de Periodismo

LOS 80: LA PRODUCCIÓN EN LAS BASTILLAS

VALENTINA PAMELA ANDREA CARVAJAL GALLARDO

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA

Categoría: Reportaje periodístico

PROFESOR GUÍA: JAVIER MATEOS PÉREZ

**SANTIAGO DE CHILE
JUNIO 2016**

AGRADECIMIENTOS

A Pamela, Miguel y Macarena por ser mi apoyo en este proceso.

A Benjamín por siempre creer en mí.

A mi profesor Javier Mateos por la dedicación y la confianza.

A Rocío por ser mi compañera oficial en este camino y por las tardes de biblioteca, ideas y colaciones compartidas.

A Camila y María Jesús por su constante preocupación y apoyo.

A Macarena, Francisca, Silvana, Isabela, Javiera, Paula y Florencia por siempre tener un oído para escuchar y una palabra para decir.

A todos los entrevistados, profesores y amigos que hicieron posible la realización de esta memoria.

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	2
ÍNDICE	3
INTRODUCCIÓN	4
LOS 80: LA MODA CHILENA	8
DE PRECIPICIO A MINA DE ORO	15
MUEVAN LAS INDUSTRIAS	19
LA TRIADA DE NOSTALGIA, TERROR Y ODIO	23
EL ORIGEN	29
ARMAR EL ARCA DE LOS HERRERA	31
CONSTRUIR EL BARCO	34
UNA CASA DE ANTAÑO Y LA SONRISA CON EL DIENTE PICADO	37
LA FAMILIA A BORDO	41
CÓMO ARMAR UNA FAMILIA	46
LAS POSTALES DE LOS HERRERA LÓPEZ.....	52
VIVIR EN OTRA ÉPOCA.....	57
CADA AÑO UNA NOTA NUEVA	62
EL ROMPECABEZAS DE LAS LUCAS	66
OTRO JUGADOR EN EL PARTIDO.....	72
VENDER PARA CREAR.....	77
EPÍLOGO	89
ANEXOS	94
BIBLIOGRAFÍA	100

INTRODUCCIÓN

Al buscar en *Google* “*Los 80*, serie de televisión chilena” aparecen aproximadamente 444.000 páginas de internet para visitar. Los enlaces van desde un sitio en *Wikipedia* y fotografías de los actores hasta innumerables noticias sobre la aparición de la serie en los diarios o medios en línea. Al repetir la misma operación en *Youtube*, se encuentran más de 547.000 videos disponibles con contenidos como las escenas emblemáticas de cada temporada, compilados con entrevistas a sus creadores o los videos de las siete versiones de la canción encargada de abrir los capítulos.

“*Los 80*: última temporada de la serie que marcó un hito en la TV”; “Empezaron las apuestas: ¿quién será el muertito de *Los 80*?”; “*Los 80*: un clásico de la TV chilena”; “Lo mejor de *Los 80* ” o “*Los 80*, escenas memorables” son sólo algunos de los titulares de noticias o nombres de videos que entregaban ambas búsquedas. Sin embargo, hay sensaciones y matices que esas palabras no transmiten al leerlas por separado. A la historia que cuentan le falta un contexto.

Porque al pensar en la serie *Los 80*, es inevitable que el espectro de posibilidades se abra más allá de esos titulares. Al recordar su emisión, se escuchan las voces de Ana y Juan conversando en su habitación, suenan los acordes melancólicos del piano del músico Camilo Salinas y es irremediable que las diversas escenas de la familia Herrera comiendo juntos asalten la mente como un *deja vú*.

Intentar comprender a través de esa búsqueda y de esos enlaces por qué *Los 80* fue una serie de televisión que caló en el público de una manera especial era quedarse con la mitad de la historia. No daban una explicación a las infinitas imágenes que la serie dejó desparramadas en el imaginario colectivo del público que la veía cada domingo.

¿Cómo es posible comprender el fenómeno? ¿De dónde venían los altos índices de *rating* de la serie? ¿Cuál fue el origen de los Herrera? ¿Cómo sería adentrarse en la piel de un mismo personaje durante siete años seguidos? ¿Por qué contar la historia de

esta familia? ¿Cómo el público recibió a la serie? ¿Quiénes fueron los encargados de darle vida?

El objetivo principal de este relato nace de la necesidad de saciar esas curiosidades y de soñar con explorar cómo es trabajar detrás de cámara en un género como la ficción. Por eso, esta historia pretende indagar en las condiciones creativas, económicas, industriales y de producción que permitieron que la serie de ficción nacional *Los 80* se convirtiera en lo que fue para el público, para Canal 13, para Wood Producciones y para la industria televisiva del país.

La primera tarea fue entender quiénes eran realmente los Herrera. La respuesta lógica al comenzar la investigación hubiese sido “la familia de Juan, Ana, Claudia, Martín y Félix”, pero después de visionar los 78 capítulos de la serie fue notorio que esa premisa era errada. El ser un Herrera era una construcción más compleja que sólo ser el apellido de los cinco protagonistas. Detrás de los personajes hay un engranaje pesado y engorroso que guía los movimientos de la producción audiovisual.

El pilar para escribir sobre una serie de televisión es que hay que entender que el proceso de realización no se remite sólo a los actores y a las grabaciones. Producir *Los 80* era armar un rompecabezas donde los personajes y la trama son una construcción hecha por piezas clave como la cercanía de los guiones, las instrucciones de los directores, la estética del equipo de arte, la mirada aguda del equipo de marketing, el ritmo del área de post producción, el dinero necesario para hacerla realidad y el espacio que tenía en los medios de comunicación.

Bajo ese alero, la única forma de lograr que este relato se impregnara realmente de esa atmósfera era a través del testimonio de quienes trabajaron en la serie. Por eso, las fuentes primarias corresponden a productores ejecutivos y generales, actores, directores, investigadores, entre otros, que tuvieron directa relación con *Los 80*.

Sin embargo, el proceso ameritó cruzar e interpretar los relatos del equipo de producción con entrevistas a personas más distantes al círculo ochentero, pero a la vez no ajenas al mundo televisivo. Los conocimientos y opiniones de académicos, una

funcionaria del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) y realizadores audiovisuales fueron el eje que dio una visión más amplia de lo que significó la serie.

A lo largo de las entrevistas, surgió una tendencia fue necesario subsanar: a casi ninguno le gustaba hablar de plata. *Los 80* no se puede separar de las *lucas* que se necesitó para ser producida. Gran parte de los entrevistados omitían el tema con excusas como que no recordaban cuánto dinero usaban para realizar sus faenas. Otros creían que no era ético revelar los presupuestos de producción de la serie. Habría que llegar a esas cifras a través de otras fuentes.

La visión de los testimonios se complementó con documentación como artículos académicos sobre series de ficción, informes financieros de los canales de televisión, análisis a industrias relacionadas a la TV y estudios realizados por el CNTV. La importancia de estas fuentes secundarias recayó en que aterrizaron a la serie dentro de un contexto y de ellas aparecieron las cifras que esclarecían parte del valor de la producción de la serie.

La investigación continuó con la revisión de noticias sobre *Los 80* publicadas en los diarios *La Tercera* y *Las Últimas Noticias* entre octubre y diciembre desde 2008 hasta 2014. La información recopilada ayudó a comprender cómo los medios de comunicación y el público sintieron y experimentaron la producción; esclareció cómo la percepción de la audiencia varió o se mantuvo a medida que pasaron los años y fue una forma de conocer el debate público que había entorno a la serie.

Finalmente, las innumerables idas a Canal 13, conocer el ex estudio de grabación de *Los 80* y visitar la casa que fue la fachada del hogar de los Herrera, ayudó a que esta memoria se llenara de los colores, sensaciones y el tono necesario para narrar esta visión sobre la producción de la serie.

Las técnicas periodísticas de investigación descritas previamente que se utilizaron en esta memoria no ocurrieron en el orden establecido. Al igual que en la producción audiovisual, fueron procesos paralelos e integrales que se intercalaron a medida que el tiempo pasaba.

Después del proceso de investigación, los 444.000 enlaces de *Google* y los 547.000 videos disponibles en *Youtube* sobre *Los 80* ahora hacen sentido. El *puzzle* de los Herrera ya está armado y su totalidad fue una forma de diálogo con el país. Ahora sí es descifrable por qué muchos se encantaron con la serie en 2008 y en 2014 se despidieron de ella como si lo hicieran de un viejo amigo. Sin embargo, ese no fue un adiós sin memoria porque *Los 80* dejó un rastro que desbordó las bastillas de la televisión chilena.

LOS 80: LA MODA CHILENA

La pantalla del televisor sale del negro. Un grupo de personas lanzan volantines al cielo y unos adolescentes juegan fútbol reluciendo sus largos calcetines blancos. Al son de “El tiempo en las bastillas”, la canción del cantautor Fernando Ubierno interpretada por la banda juvenil *Los Difuntos Correa*, emergen imágenes de archivo que vuelven a un Santiago más antiguo, con buses destartados y pantalones amasados.

Comienzan los primeros versos y el vocalista canta “dicen que el tiempo guarda en sus bastillas, las cosas que el hombre olvidó, lo que nadie escribió, aquello que la historia nunca prescindió”. Las imágenes borrosas que acompañan a las estrofas parecieran ser un recuento de lo que alguna vez fue Chile.

Cinco pares de ojos oscuros miran a la cámara. Una familia sentada a la mesa saluda entusiasmada mientras comen helado. Juan Herrera agita la mano desde atrás reluciendo su pelo perfectamente engominado. Ana López sonríe escondiendo la mirada tras los anteojos de marco grueso. Félix, el hijo menor de ambos, lengüetea el barquillo sentado en el regazo de su madre. A la izquierda, Claudia, la hija mayor, mira atenta y sonriente. Su cabello negro está coronado por un cintillo blanco que le da un toque inocente. Al otro extremo de la mesa Martín, el hijo del medio, saluda con la misma mano que sostiene el cucurucho, sin importarle que su helado se pueda caer con el movimiento. Los Herrera visten ropas ochenteras en un patio ochentero con colores ochenteros.

La música disminuye su volumen y el verso “guarda el tiempo en las bastillas, unas cuantas semillas que entrega una canción, pero hay un lugar donde el olvido floreció” queda suspendido en el aire mientras la familia se ríe y se despide de la grabación que pareciera ser un video casero. Las letras naranjas con negro dominan la pantalla: “*Los 80*, más que una moda”.

Los creadores de la serie nunca dimensionaron lo que ese eslogan marcaría. El 12 de octubre de 2008 instauró un antes y un después. Con la primera emisión de *Los 80*

(Canal 13, 2008-2014) aterrizó en la programación televisiva una de las series más emblemáticas de la producción audiovisual en Chile.

La serie no fue una ficción más del saco. *Los 80* quedó grabada en la retina y en el imaginario colectivo de la audiencia por sus entrañables personajes, la aparición en pantalla de una época controversial para el país y por la recreación estética de una década nostálgica y gris. El fenómeno ochentero era un producto audiovisual diferente a lo que la audiencia estaba acostumbrada y se instaló como un nuevo modelo de producción para quienes trabajaban tras bambalinas.

Durante siete años fue un ritual de domingo por la noche. Según cifras de *Time Ibope*¹, la empresa que estudia los hábitos de la audiencia televisiva en Chile, 457.000 hogares, en promedio, sintonizaban Canal 13 después del noticiero *Teletrece* (1970 – actualidad, Canal 13) para viajar a esa época construida por Wood Producciones y la señal privada.

En el marco del Bicentenario del país, la pantalla volvía a saludar a un pasado triste, melancólico, despojado de libertades, y que, para parte importante de sus espectadores, era conocido sólo a través de las voces y recuerdos de los mayores.

La serie fue catalogada por la prensa como “uno de los programas más exitosos de Chile”², otorgándole ese adjetivo por su triunfo en las escalas del *rating* y por lograr que el contenido traspasara las pantallas y se asentara en la vida cotidiana del público.

La producción generó un fenómeno no se había visto: a la audiencia le gustó y por siete años fue leal a la nostalgia que traía impregnada. En la historia de la familia Herrera, coexistían elementos tangibles y otros más imperceptibles que se relacionaban con la caracterización de “*lo chileno*” y llamaban la atención del público. Y con esa atención llegaron las marcas, los auspiciadores y los medios de comunicación dispuestos a subirse con ellos al podio del éxito.

¹ *Time Ibope* es la alianza entre el Grupo Time y el Grupo argentino Ibope, dos grandes compañías que miden los hábitos de la audiencia televisiva en países como Argentina, Colombia, Brasil, Estados Unidos, Venezuela y México. En 1991, la fusión ganó la primera licitación que la coronó como la empresa a cargo de esta misión en Chile. La historia se volvió a repetirse en 1998 y actualmente los canales de televisión abierta volvieron a renovar el contrato que tienen con la empresa, interrumpiendo el proceso de licitación que comenzó a finales de 2015.

² *Portal Terra* (11 de diciembre de 2011): “*Los 80: el fenómeno en backstage y cifras*”. Extraído el 16/05/2015 de: <http://entretenimiento.terra.cl/tv/los-80-el-fenomeno-en-backstage-y-cifras,657d12dd1c224310VgnVCM20000099f154d0RCRD.html>

La serie dirigida por Boris Quercia (primera a quinta temporada) y Rodrigo Bazaes (sexta y séptima temporada), y producida por Alberto Gesswein (Canal 13) y Wood Producciones, relata la vida de una familia de clase media baja durante la dictadura militar de Augusto Pinochet (1973 - 1990).

Con la década de los ochenta como telón de fondo, la familia compuesta por el matrimonio de Juan y Ana y sus hijos, lucharon contra cualquier obstáculo social, político, económico o de género que provocara la disolución del núcleo familiar. En el camino contaron con la ayuda de sus amigos, familiares y vecinos.

Juan Herrera (interpretado por Daniel Muñoz), es el patriarca de la familia y quien lucha constantemente por mantener la estabilidad económica y moral del hogar, intentando hacer perdurar valores que parecieran ser ajenos a esa época. Ana López (Tamara Acosta), es una mujer esforzada y con un mundo interior profundo. Se desenvuelve entre las labores del hogar, su inserción al mundo del trabajo y por romper el rol de madre tradicional que Juan piensa que debe tener.

Claudia Herrera (Loreto Aravena) es la hermana mayor de la familia y una estudiante que se sumerge en el mundo de la política universitaria. En esa escena, vive historias de amor que guiarán su destino hasta finalizar la serie y que determinan la evolución de su personalidad. Por su parte, Martín Herrera (Tomás Verdejo) es un joven conflictivo que descubre la movida cultural ochentera y se desenvuelve a través de las decepciones que va sufriendo en el paso de la adolescencia a la adultez.

Finalmente, Félix Herrera (Lucas Bolvarán), comienza como un niño curioso que ve todo desde una perspectiva inocente y traviesa, generando más de un conflicto por su forma de entender las cosas. Con el paso de las temporadas, Félix aumenta su protagonismo hasta que, en el cierre de la serie, la historia se centra en el pasado del personaje.

En el último capítulo de la segunda temporada, nace la hija menor del clan: Anita. A medida que va creciendo, la niña cambia la dinámica familiar con sus comentarios ingenuos que delatan las intenciones del resto de los Herrera.

Juntos transitaron por siete años de la historia de Chile, viviendo parte de los hechos y transformaciones políticas, culturales, sociales y económicas más icónicas de la década. El escenario económico que dejó la crisis financiera de 1981; los clásicos concierto en el Café del Cerro que marcaron a una juventud anti-pinochetista; la despedida del futbolista Carlos Caszely de las canchas; la llegada del *Atari* a las familias con mayor estatus económico; la implantación de la publicidad para crear necesidades en el público; la inserción de la mujer al mundo laboral; la internación de armas de Carrizal Bajo en 1986; el fallido atentado contra el dictador Augusto Pinochet en el mismo año; la coronación de Cecilia Bolocco como Miss Universo en 1987 donde las mujeres gritaban “las chilenas somos buenas”; la visita del Papa Juan Pablo II, Karol Wojtyla; las emisiones radiales del periodista Sergio Campos para *Radio Cooperativa* y el disparo del carabinero Orlando Sotomayor en contra de la estudiante María Paz Santibáñez en medio de las protestas de la Universidad de Chile y el terremoto de 1985, son sólo un trozo de los acontecimientos característicos en los que la familia estuvo involucrada.

El recorrido comenzó con la imagen en blanco y negro de una pantalla. En el primer capítulo, los Herrera cenaban mientras que en la televisión el noticiero anunciaba la despedida que realizó Pinochet para la selección de fútbol chilena antes de partir al Mundial de España de 1982. Una escena después, Félix jugaba un partido de fútbol con sus compañeros en la clase de educación física mientras que su profesor jefe lo animaba desde las graderías.

Una de las tramas principales del capítulo giraba en torno al fútbol. En la cotidianidad de la familia, Félix necesitaba unas zapatillas nuevas para jugar la final del campeonato escolar y, en el acontecer nacional, la televisión transmitía información sobre qué estaba sucediendo con la selección nacional de fútbol.

La conexión entre ambas escenas es sólo un ejemplo de la forma en la cual lo histórico y la vida de los Herrera se relacionaban. Lo fundamental del vínculo recaía en cómo ellos presenciaban, sentían y les afectaba ser parte de esos acontecimientos. El

relato de lo familiar era medular y atravesaba con potencia el recuento histórico de la década.

Los Herrera López acumularon experiencias que los espectadores sintieron como propias, ya sea porque las habían vivido o por que les recordaban momentos que sus familiares, amigos o conocidos mayores habían presenciado.

El final de la sexta temporada usó como sello el triunfo del *No* en el plebiscito de 1989 y la deslegitimación de Pinochet de su cargo. Todos los hermanos Herrera participaron en la campaña en contra del dictador: Félix como mensajero en el recuento de los votos, Martín cubriendo las votaciones para *Teleanálisis*³ y Claudia como contadora en una de las mesas de votación. Los Herrera volvían a estar involucrados en la historia del país.

El tránsito cronológico que comenzó en 1982 se rompió en la última temporada cuando el guión obligó a la audiencia a dar un salto abrupto al 2014. Era la vuelta al presente. No más autos antiguos, ni almacenes de barrio, ni faldas bajo la rodilla. Los espectadores volvieron a ver celulares y computadores de última generación; los personajes aterrizaron en un Santiago más ruidoso y bañado en edificios.

Aunque la audiencia se enfrentó a la actualidad temporal, los hechos históricos de los ochenta permanecieron en la historia por medio *flashbacks*⁴ que conectaban el pasado con el presente. Sin embargo, en las secuencias que correspondían al 2014, aún permanecía el espíritu con que se construyó la imagen del primer capítulo que mostraba a la familia mirando el noticiero en blanco y negro. El cierre de la historia condujo a la audiencia a una cena con todos los protagonistas mientras que Martín proyectaba fotografías antiguas de la familia. Un ejercicio grupal y nostálgico de volver juntos al pasado a través de la televisión.

Esa fue la última vez que los espectadores se sentaban junto a los Herrera. Jugar con los tiempos cronológicos significaba que el pasado ya estaba escrito en sus vidas. El

³ Noticiero en contra del régimen y la censura militar que operó entre 1984 y 1989.

⁴ Los *flashbacks* son una técnica recurrente en las producciones audiovisuales que altera el orden cronológico de la historia a través de secuencias que remiten al pasado del relato que se cuenta.

ciclo de la trama estaba cerrada. No habían más sorpresas ni espacio para suposiciones sobre qué pasó con ellos.

La protagonista de *Los 80* es la familia y ese eje para estructurar una serie televisiva es una fórmula reiteradas veces vista. La receta se puede encontrar en series estadounidenses como *The Wonder years* (ABC, 1988 – 1993), la actual *Modern Family* (ABC, 2009 – actualidad), *The Middle* (ABC, 2009 – actualidad) y en Chile con la teleserie *El Litre 4916* (Canal 13, 1965 – 1968), *Los Sasá* (Canal 13, 2007) y la serie *Los Venegas* (TVN, 1989 – 2011), entre otras.

En la televisión chilena de mitades de la década del 2000 no había ninguna producción nacional que combinara la reconstrucción de la memoria reciente, la nostalgia por lo que ya pasó y la estructura de una familia. El equipo de *Los 80* descubrió la mezcla perfecta que haría que la serie fuera más que una simple narración sobre una familia en el pasado.

El motor de *Los 80* era la identificación que atraía una época representada con mucho cuidado estético. En momentos, la serie podía llegar a ser narrativamente inverosímil con tal de mantener su hilo narrativo: la familia siempre unida. La historia oficial no era contada desde el horror, sino que desde la emotividad, añoranza y cercanía con el público.

Los intentos que hicieron TVN, Mega y Chilevisión⁵ por competir contra el formato fueron en vano. Mientras la serie se mantuvo en pantalla, se enfrentó en la misma franja horaria *prime* (22:00 horas) a espacios tan variados como programas deportivos, de actualidad, teleseries nocturnas, estelares de conversación o películas chilenas.

En la parrilla programática de ese horario, *Los 80* se destacó por ser una ficción de confección más pausada que las ágiles –y a veces más descuidadas- teleseries. Canal 13 no dudó en utilizar la producción como caballito de batalla en la guerra por la audiencia. Su época dorada la tuvo durante la segunda, tercera y cuarta temporada (emitidas en 2009, 2010 y 2011, respectivamente), alcanzando hasta 28 puntos de

⁵ Esos canales forman junto a Canal 13 las cuatro emisoras generalistas de la televisión abierta en Chile.

audiencia. La recepción cayó en la quinta y sexta, finalizando en 2014 con la temporada menos vista.

La victoria en la competencia por la audiencia se reflejó en la exposición de *Los 80* en los medios de comunicación y en las redes sociales. Diarios, revistas y medios *online* se aferraron a entrevistas de los actores, a sus productores o los dueños de las locaciones donde se grababa la serie, para generar contenido que se desprendía de la historia y terminaba plasmado en una publicación o un artículo que ya tenía lectores asegurados.

El público no se quedaba atrás y creaban sus propios contenidos sobre la producción. Hubo dinámicas que convirtieron en actualidad a las temáticas retratadas en los capítulos. Sentarse frente al televisor, analizar cada detalle de época y encontrar errores que hicieran referencia al presente, se transformó en un pasatiempo que la audiencia compartía en las redes sociales.

La primera vez que *Las Últimas Noticias* (LUN) se apropió de esas falencias para generar una noticia fue en 2009. En un plano apareció un paradero de micro del Transantiago y en el mismo episodio Exequiel⁶ (interpretado por Daniel Alcaíno) utilizó la expresión ‘*la raja*’, siendo un modismo que aún no estaba instaurado en la época. Se rompió abruptamente con la temporalidad del relato.

El pasatiempo no se quedaba sólo en la anécdota y la producción tuvo que responder al respecto. Boris Quercia comentó a *Las Últimas Noticias* que ellos hacían lo posible por controlar todos los factores, incluso los actores sincronizaban sus relojes para que la hora del día coincidiera con la hora en que supuestamente ocurría al escena. “Algunos errores que reclama la gente son discutibles. Obviamente no se puede controlar todo, esto es una ficción, no es que agarremos una máquina de tiempo y nos vayamos al pasado a hacer la serie”⁷, comentó el director.

Una de las tendencias en las redes sociales que se vio a lo largo de la emisión de *Los 80* fue odiar a Juan Herrera por considerarlo machista en su pelea incesante con Ana. *Las Últimas Noticias* sacó una nota con las frases más pesadas del personaje según

⁶ Exequiel es el mejor amigo de Juan y padrino de Anita.

⁷ *Las Últimas Noticias* (15 de noviembre de 2010) “Fanáticos ociosos buscan condoros”.

los comentarios de la gente en *Twitter*. En cada capítulo frases como “ni perdón ni olvido a Juan Herrera...” o “Juan Herrera capítulo a capítulo LA CAGA MAS !!!!”⁸ abundaban en las redes sociales.

Los comentarios del público fueron una de las tantas aristas que logró involucrar al espectador en la serie, distinguiéndola de su competencia. Diversos artículos académicos⁹ han declarado que el éxito de *Los 80* se debe al sentido de pertenencia e identificación que generaba tratar temáticas cercanas a la audiencia.

La opinión de los espectadores no se quedó sólo en las redes sociales y traspasó la tecnología. En la calle, los actores y actrices recibían saludos, quejas y felicitaciones que muchas veces mezclaban la realidad con la ficción. “No haga sufrir tanto a su mamita, la señora Ana” o “Claudita, que bueno que sale con el guerrillero ese” eran comentarios que Loreto Aravena escuchaba y recibía con una sonrisa en el rostro. Para el público *Los 80* realmente fue más que una moda.

Las emociones, las desgracias, el melodrama y los triunfos que acarrea la construcción de la historia de los Herrera es sólo la punta del iceberg. *Los 80* fue el resultado integral de múltiples procesos que revelan parte del panorama en que se encontraba la producción audiovisual en el país. Por esto, contar la historia de su creación, producción y gestación durante los siete años que se mantuvo en la parrilla programática de Canal 13 es, al mismo tiempo, relatar e indagar en una forma de producción única con ventajas y problemáticas que no se ven a diario.

De precipicio a mina de oro

2009. Diciembre. Lunes. Tras el final de la segunda temporada de la serie, la sección de *Tiempo Libre* de *Las Últimas Noticias* lanzó un especial sobre la década de

⁸ Publimetro (4 de noviembre de 2013) ““Los 80”: Juan Herrera se gana el odio de los tuiteros”. Obtenido de internet el 04/10/15: <http://showbiz.publimetro.cl/los-80-juan-herrera-se-gana-el-odio-de-los-tuiteros/showbiz/2013-11-04/090440.html>

⁹ Estudios: Evolución de la ficción en la televisión abierta chilena (2013) y La reconstrucción del pasado reciente a través de la narrativa televisiva. Estudio comparativo de los casos de Chile y España (2012).

los ochenta. En la fotografía de la portada, Juan Herrera, vestido con una gorra verde y ropa de pabellón, mira hacia abajo. “Medio Chile lloró con el final de los 80”, titulan.

El interior de ese “Grosso especial retro”¹⁰ une entrevistas a Óscar Contardo, Carlos Caszely y Claudio Narea buscando evocar la época. En la sección de moda del especial, Gonzalo Cáceres comenta sobre la moda de la década y en otra página los actores relatan su momento favorito de la serie. El infaltable comentario del periodista Larry Moe alabando a *Los 80* corona el cierre de la edición.

No fue la última vez que LUN utilizó a la serie para componer su portada. La historia se volvió a repetir con el *Especial ochentero* de diez páginas completas que sacó para el final de la tercera entrega.

Durante siete temporadas *Los 80* se tomó la sección de *Tiempo Libre* con entrevistas a sus actores o pequeños breves sobre lo sucedido en capítulos anteriores. El fenómeno no era exclusivo de ese medio en particular. Los sábados o los domingos, *La Tercera* y *La Cuarta*, denominado el diario *pop*, repetían el método de LUN.

A partir del 2010, *Twitter* ardía los domingos con el *hashtag* #los80 o cualquiera que hiciera referencia a la serie. Era la carta segura. La tradición continuó todos los lunes o domingos entre octubre y diciembre durante siete años, incluso cuando la audiencia disminuía.

El éxito que tuvo la serie en los medios de comunicación, con la audiencia y en términos financieros es indudable en la actualidad, pero esa certeza no era compartida cuando comenzó la producción. Al principio, la planta ejecutiva de Canal 13 no le tenía fe.

Alberto Gesswein cuenta que Vasco Moulian, director de programación del canal durante 2008 y 2009, apostó una botella de vino a que la serie no era exitosa; y Mercedes Ducci, directora ejecutiva, tampoco estaba convencida¹¹. En las reuniones de pauta, los otros productores ejecutivos de las áreas de producción del 13 le preguntaban con ironía cuántos puntos de *rating* creía que iba a sacar. La serie *Los 80* era un salto al vacío y Gesswein estaba preparado para caer con ella.

¹⁰ Nombre que le dio *Las Últimas Noticias* al especial.

¹¹ *La Tercera* (22 de diciembre de 2012) “Los secretos tras el padre de ‘Los 80’”.

Embarcar a la serie dentro de la posible parrilla programática de Canal 13 era una idea absurda al observar los programas que tenían los otros canales en horario *prime* los domingos por la noche. Felipe Camiroaga animaba el estelar de conversación *Animal Nocturno* (TVN, 2006 – 2011), Mega emitía la serie estadounidense *Prison Break* (creada por FOX, 2005 – 2009) y Chilevisión continuaba con el panel de conversación *Tolerancia Cero* (1999 – actualidad). *Los 80*, como producto audiovisual, conquistó un horario que anteriormente no era propio de la ficción nacional (ver anexo 1). Fue una serie pionera dentro de esta tendencia programática que explotaría al llegar el 2014 (ver anexo 2).

Antes del 2008, las series de ficción se limitaban a ser reconstrucciones de época del discurso instaurado por la historia oficial. Gesswein y su equipo querían confeccionar un relato familiar donde la vida de los personajes trascendiera más allá de los acontecimientos históricos con los que se encontraban. Lo importante no era lo que los libros de historia decían, sino cómo los Herrera, y por ende los chilenos, vivían esos procesos.

En 2006, Patricio Hernández, director de programación de Canal 13 durante ese entonces, le había propuesto realizar la versión chilena de la serie española *Cuéntame cómo pasó* (Televisión Española, 2001-actualidad). La ficción revisaba la historia España a partir de 1968 en adelante, usando como hilo conductor la vida de una familia de clase media, los Alcántara.

Cuéntame es una de las series emblemáticas de España. Aún continúa en la parrilla programática obteniendo excelentes índices de audiencia y en 2015 se convirtió en la serie más longeva de la televisión del país ibérico. Durante sus dieciséis temporadas emitidas, la producción ha mantenido la cercanía con los ciudadanos a través de la construcción de personajes con los cuales es sencillo identificarse.

La producción utilizó la voz en *off* y el punto de vista de Carlos, el hijo menor de la familia, para darle subjetividad a los acontecimientos con un narrador personalizado. Según lo que escriben Rueda Laffond y Guerra en su artículo “Televisión y nostalgia. *The Wonder Years* y *Cuéntame cómo pasó*” la serie hace un tránsito físico, psicológico y

social, evolucionando desde la niñez de Carlos hacia su adolescencia. Es la alegoría “a la maduración colectiva desde un régimen autoritario a otro democrático” que vivió España.

Anteriormente, Canal 13 le había encargado a Wood Producciones un presupuesto para la adaptación de *Cuéntame*, pero la negociación no llegó más allá por el desinterés del canal. Un año después, Hernández le volvió a insistir a Gesswein. El productor ejecutivo tomó el desafío y juntó a un equipo para comenzar a estructurar la serie ochentera.

Una vez reunido con Alejandro Goic –asesor de investigación- y Rodrigo Cuevas –guionista principal- se dieron cuenta que sus expectativas iban mucho más allá de chilenzar *Cuéntame cómo pasó*. Lo que tenían en mente era realizar una serie distinta, con la estructura de una familia de clase media y la reconstrucción histórica que hace *Cuéntame*, pero con un guión, trama, recursos narrativos y personajes que no ameritaban la compra de los derechos de la producción española.

Durante el año de elaboración de la primera temporada, la administración de Canal 13 dio muchas vueltas. Se fue Hernández, entró Moulian a utilizar su cargo y Mercedes Ducci pasó a ser parte del Directorio Ejecutivo. En medio del caos, el equipo de producción de *Los 80* pasaba desapercibido.

Un día, Gesswein subió con el primer capítulo a las oficinas a la plata ejecutiva del 13. En el piloto no había muertes ni sexo ni grandes crímenes que resolver. Tampoco había tensión ni terror ni suspenso. Los problemas que se presentaban eran mundanos: al menor de la familia se le rompían las zapatillas, la familia no tenía dinero para comprar otro par, la madre de la familia pensaba que su esposo olvidó su aniversario de matrimonio y el hermano del medio era humillado por el menor en mientras jugaba en un *flipper*. No habían dificultades pretensiosas, nada que asegurara que a los ejecutivos le darían el visto bueno a la serie y que sería una de las producciones favoritas de la audiencia.

Sin mucha fe, destinaron los domingos por la noche para ubicar la serie. Nadie esperaba que la situación se diera vuelta. Para el 2014, *Los 80* ya contaba con once

Premios Altazor¹² correspondientes a las categorías de guión, dirección, actriz y actor, que acumularon mientras estaba en pantalla. También fue acreedora del Premio a la Excelencia del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) en 2009 y ganadora del fondo que entrega la entidad durante cuatro años consecutivos. La producción se convirtió en un éxito sin precedentes.

La serie, que había comenzado con sólo dos tandas de comerciales, para la emisión del último capítulo de la primera temporada incluía, aproximadamente, cincuenta avisos publicitarios vendidos y cinco tandas publicitarias que debían coexistir con el guión y se comían líneas narrativas.

Según información de *La Tercera*, los treinta segundos costaban alrededor de 3,9 millones de pesos¹³. Una cifra similar a los 3,4 millones que cuesta un anuncio publicitario durante la emisión de *Teletrece* y muy por sobre los 2,5 millones de pesos aproximados que vale el espacio en una teleserie nacional¹⁴. *Los 80* era demasiado cara de realizar, pero que vendía bien por el horario en que estaba ubicada y por la fiel audiencia. Canal 13 encontró el camino para hallar la mina de oro.

Muevan las industrias

Los 80 inició sus transmisiones en 2008, en un escenario particular para los canales de televisión. Televisión Nacional (TVN), Canal 13, Mega y Chilevisión tenían un *rating* promedio anual semejante. Según las cifras emitidas por el anuario del Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva (Obitel) del 2009, las cuatro estaciones televisivas ondeaban entre los 6 y 7 puntos de promedio anual, alcanzando un empate casi histórico.

Hacia tres años que TVN, el canal estatal, lideraba los índices de audiencia y en 2008 fue superado por Mega, la señal privada que en ese entonces pertenecía al

¹² El Premio *Altazor* es uno de los reconocimientos más importantes del país que reconoce el trabajo de artistas nacionales en las áreas de literatura, artes musicales, teatro, danza, artes visuales, cine y televisión, con sus respectivas categorías cada una.

¹³ *La Tercera* (19 de diciembre de 2008) “Último capítulo de “Los 80” recaudará cerca de \$90 millones”.

¹⁴ Cifra extraída del documento proporcionado por el Área Comercial de Canal 13 en junio 2014. Extraído de internet el 10/03/2016.

conglomerado empresarial Grupo Claro¹⁵. Los cambios en la industria también afectaban a la sociedad chilena, la penetración de los televisores era casi completa en el país (en el 99,2 por ciento de los hogares de Chile había por lo menos una TV) y a partir de ese año, la televisión por cable extendió considerablemente su alcance. Según datos revelados por Time Ibope, a comienzos del 2009 ya habían más de 830.000 hogares con televisión pagada en el país. Es decir, aproximadamente un 45% de los hogares chilenos tenían acceso a casi cualquier tipo de programa televisivo. TVN, Canal 13, La Red, Chilevisión y Mega ya no se enfrentaban sólo a sí mismos, sino que ahora competían con una programación diversa que podía complacer hasta el más quisquilloso de los espectadores.

Las cifras de la Sexta Encuesta Nacional de Televisión del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) indicaban que un poco menos de la mitad de sus encuestados estaban satisfechos con los contenidos de la televisión abierta. La televisión por cable no sólo había aumentado su presencia, sino que también tomaba la delantera en la carrera por la preferencia del público.

Casi tres cuartos de los usuarios encuestados decían estar satisfechos con el contenido que emitían los canales de la TV pagada.¹⁶ Las críticas más álgidas a la televisión abierta apuntaban a que los programas eran de poca calidad, había demasiada programación de farándula y existía una escasez de programas culturales.

Al comienzo de la emisión de *Los 80*, la tendencia en el ámbito de contenidos era producir telenovelas. En Chile, la producción de teleseries comenzó a ser constante tras el éxito de *La Madrastra* (Canal 13) en 1981. El horario clásico de estas producciones era de lunes a viernes entre las 20:00 y las 21:00 horas. Sin embargo, esta franja horaria disminuyó gradualmente su público, casi como un adelanto al poco éxito que tuvieron las teleseries en ese espacio durante el 2013 y 2014.

¹⁵ Desde 2011, Mega pertenece al Grupo Bethía y aunque cambió de dueño, sigue en manos de una empresa privada.

¹⁶ Los porcentajes corresponden a un 46,1% y 69,2%, respectivamente.

Paulatinamente, la ficción nacional presenció un descenso en las horas de ficción de creación propia. La moda era emitir producciones estadounidenses como la serie *Prison Break*, o las películas *La ley de la selva* y *Flashdance*¹⁷ (ver anexo 3).

La aminoración de las horas de ficción tuvo directa relación con una menor producción de telenovelas. Sin embargo, se vio compensada con el aumento de emisión de otro tipos de formatos de ficción como series, *sitcoms*¹⁸, mini series y ciclos de cine. Según el anuario de la Obitel del 2009, “la diversificación de formatos puede ser interpretado como un elemento de madurez en la producción y como un enriquecimiento de la oferta de pantalla”.

El escenario para la industria se volvía particular. En el horizonte económico, se comenzó a medir el aporte económico al Producto Interno Bruto (PIB) por parte del sector cultural, reconociendo y valorando el aporte monetario que esa área hace al conjunto de bienes y servicios del país.

Según las cifras emitidas por el Consejo Nacional de la Cultura y el Instituto Nacional de Estadísticas (INE), en 2007, la cultura contribuyó con 1.500 millones de dólares al PIB, correspondientes a un 1,3 por ciento de la cifra otorgada por todas las áreas que son clasificadas dentro del sector cultural.¹⁹ Para el final de emisión de *Los 80*, esta cifra había aumentado a un 1,6 por ciento, reflejando una evolución en la industria más allá de la serie en si misma.

En ese escenario, Canal 13 dio el visto bueno para que el equipo de *Los 80* comenzara a preparar la segunda temporada. En marzo de 2009, la serie recibió del Consejo Nacional de Televisión (CNTV) 400 millones de pesos. La producción ganó el “Premio a la Excelencia”, una condecoración que el Consejo comenzó a entregar ese año con el fin de promover la televisión de calidad.

¹⁷ Según los datos de Obitel 2009, las horas de ficción nacional correspondían a un 28% de la parrilla programática mientras que la norteamericana corresponde a un 36% y la latinoamericana a un 32%.

¹⁸ Tipo de serie televisiva, generalmente comedia, que se desarrolla en un mismo espacio.

¹⁹ Se clasifican como áreas del sector cultural las siguientes: la industria audiovisual, el libro y el área musical. “Sector cultural aporta más que la pesca y la agricultura al Pib” *El Mercurio* (19 de junio de 2008) Obtenido el 10/7/2015: <http://www.emol.com/noticias/magazine/2008/06/19/309324/sector-cultural-aporta-mas-que-la-pesca-y-la-agricultura-al-pib-segun-estudio.html>

Los 80 se posicionó como una de las series más caras de producir en Chile. Cada temporada costó, aproximadamente, 600 millones de pesos, mientras que el *Bim Bam Bum* (TVN, 2012), una de las series más costosa hecha en el país, invirtió 700 millones de pesos en su única temporada²⁰. El factor común que une el valor de ambas producciones fue la recreación histórica y la gran cantidad de jornadas laborales necesarias para grabar.

Uno de los elementos que incide en el descenso del valor de una producción es la velocidad con la que se elabora, y hacer *Los 80* era un proceso lento. A mayor lentitud, más jornadas de trabajo que aumentan el costo del presupuesto.

El primer año de emisión fue una gran pérdida monetaria para Wood Producciones. Alberto Gesswein cuenta que con la primera temporada postularon al fondo del CNTV, pero no lo ganaron. Cuando llegó a sus manos la evaluación del Consejo, se rió. “No quedamos porque encontraron que la serie era poco televisiva... y fue chistoso porque la evaluaron como un producto que no iba a tener éxito”, relata el productor.

Canal 13 y Wood Producciones tuvieron que aliarse para poder llevarla a cabo. Wood Producciones, una productora con una relevante trayectoria en el mundo del cine y la televisión, asumió gran parte de los costos y posibles inconvenientes. Patricio Pereira, productor ejecutivo de la empresa, cuenta que el primer año de realización sólo sacaron diez mil pesos en utilidades, es decir, las ganancias por el servicio correspondieron a ese monto. Era parte de los riesgos que corrían al aceptar ser los productores de la serie.

Los 80 era el peligro financiero por el cual el CNTV apostó cuando la serie ya estaba asentada. El respaldo de la institución se prolongó por otras cuatro temporadas, por lo que el peso del *rating* fue clave para continuar con el financiamiento de la trama las temporadas siguientes. El registro final sobre el éxito de la serie la tenían los registros de audiencia que cada domingo tomaba *Time Ibope*.

²⁰ *La Tercera* (30 de octubre de 2012) “Javiera Díaz de Valdés se incorpora a serie sobre el Bim Bam Bum”.

La empresa realiza los estudios y la toma de muestras sólo en el Gran Santiago, Antofagasta, Valparaíso, Viña del Mar, Talcahuano, Concepción y Temuco. El sistema de medición refleja a un 52 por ciento de la población en Chile y es un referente en audiencia para los canales de televisión. Según lo que explica Buzeta en “La medición de las audiencias de televisión en la era digital” es el estudio “de mayor envergadura de campo desarrollado en el país. En él se incluyen los consumos de TV a escala del hogar y de individuos caracterizados por edad (desde los cuatro años), sexo, grupo socioeconómico sin incluir al segmento E) y tenencia de televisión de pago. Hoy el estudio representa a un universo urbano cercano a las 6.511.540 personas (Time Ibope, 2012)”.

El aparato utilizado para la medición es el *People Meter*, un sistema introducido en una caja que permite medir la audiencia minuto a minuto e identificarla según individuos, hogares o clase socioeconómica. Las personas que tienen en sus casas el aparato sí saben que son poseedoras de éste y son parte activa del estudio que realiza la empresa. En la página de *Time Ibope*, se señala que los hogares muestra reciben regalos e incentivos para mantenerlos entusiasmados con el estudio.

La influencia del *rating* es un fenómeno que determina las decisiones de los canales de televisión sobre qué colocar en la parrilla programática, por ende, la producción audiovisual de series de televisión. Sin embargo, al ampliar la mirada, se puede distinguir que es sólo un elemento más de todos los que componen a la industria. El resultado de *Los 80* en el *People Meter* sólo capta una parte de la percepción de la audiencia, pero no determina, necesariamente, la opinión del público sobre los contenidos que tocaba.

La triada de nostalgia, terror y odio

En 2011, *Los 80* fue la serie financiada por el CNTV mejor valorada en la encuesta de satisfacción realizada por la misma entidad. La temporada de *Los 80*

correspondiente a ese año fue coronada por *Time Ibope* como la más vista dentro de la historia de la serie, sintonizada por 543.820 hogares, aproximadamente. En segundo lugar le seguía *Los Archivos del Cardenal* (TVN, 2011 y 2014,), una ficción histórica estrenada ese año que relataba los casos de violación a los Derechos Humanos tratados por la Vicaría de la Solidaridad en plena dictadura.

Chile se enfrentaba a desafíos sociales que marcaban el acontecer nacional. Era el segundo año de mandato del Presidente Sebastián Piñera, el primer gobierno declarado públicamente de derecha tras el fin de la dictadura pinochetista veinte años atrás. Se acercaba la conmemoración de los 40 años del golpe de Estado y la juventud salió a las calles con las movilizaciones estudiantiles que reivindicaban la educación gratuita y de calidad. La ciudadanía se manifestaba con tintes críticos respecto a lo que sucedía dentro del gobierno de turno. *Los 80* no se quedó atrás potenciando una temporada combativa que cuestionaba más directamente la dictadura de Pinochet con la inserción de temáticas como la tortura, asesinatos y secuestros.

En la industria audiovisual iberoamericana existe desde principios del siglo XXI la tendencia a relacionar la ficción con la historia. Países como Venezuela, Argentina, Colombia y Estados Unidos emitieron ficciones que criticaban al gobierno de turno o relacionaban sus historias con la memoria del país.

En Chile, el fenómeno se venía dando desde el 2007. Primero, en el marco del próximo Bicentenario de la Primera Junta de Gobierno y series como *Grandes Chilenos* (TVN, 2008) *Héroes* (Canal 13, 2007 – 2009) y *Paz* (TVN, 2008). Después, aparecieron series como *Los Archivos del Cardenal* y *El Reemplazante* (TVN, 2013) que desafiaban más la historia institucional o el contexto político-social y económico que estaba presente al momento de su emisión.

Los 80 se ubica en la cuerda floja entre las series históricas del 2007 y las ficciones que desafiaban la historia de 2013. Según Obitel, las series históricas anteriores al Bicentenario, “asignaron a estas obras un carácter de búsqueda - precisa y verdadera o falsificadora y desajustada- por definir qué es lo chileno, qué es ser chileno”.

Al inicio, *Los 80* no trataba temáticas incómodas para el país y buscó representar parte de la identidad de la clase media en Chile. Los Herrera vivían en una época social y políticamente conflictiva, pero no parecía afectarles directamente.

En 2011 la serie dio un giro narrativo para construir su cuarta temporada, la cual fue señalada –y a veces duramente criticada– como la “más política”. El público ya no necesitaba que le contaran qué es ser chileno, sino que premió con óptimos índices de audiencia el salto hacia una producción más crítica con el régimen militar. Ya era hora de relacionar las tramas de los personajes con procesos y hechos históricos que eran dolorosos para los sectores afectados por la dictadura de Pinochet.

El final de la tercera temporada (2010) dejó un final abierto donde la estructura familiar se resquebrajaba. Por primera vez veíamos a los Herrera separados. Claudia se va a Argentina a vivir con Gabriel, su pareja y miembro del Frente Patriótico Manuel Rodríguez, debido a que ambos eran perseguidos por la Central Nacional de Informaciones (CNI). Con aquello, la propuesta de la familia como núcleo central en la sociedad parecía desmoronarse.

La nostalgia que provocaba *Los 80* devino en un malestar para los espectadores e incomodidad para los sectores e instituciones a favor de la dictadura pinochetista que estuvieron directa o indirectamente involucrados con la violación de los Derechos Humanos. Periodistas como Vicente Ruiz y Larry Moe²¹. planteaban en columnas de opinión de *Las Últimas Noticias* que *Los 80* había evolucionado. Ahora ni los Herrera se salvaban de vivir los horrores de la dictadura. La década de los ochenta dejaba de ser un tiempo edulcorado.

Los creadores de *Los 80* tocaron temas como la tortura, la persecución, los secuestros y los asesinatos de la época, sólo en situaciones que involucraban a Claudia y Gabriel. Era como si mostrar esas temáticas en pantalla se justificara por las dificultades que configuran una canónica historia de amor.

Esbozar una época política y socialmente dura para el país y mostrar en televisión temáticas controvertidas, evidentemente venía de la mano de la época

²¹ *Las Últimas noticias* (18 de octubre de 2010) “Los Herrera lo hicieron de nuevo”. Obtenido el 06/06/2015 de: <http://www.observatoriofucatel.cl/los-herrera-lo-hicieron-de-nuevo/>

retratada. “La reconstrucción del pasado reciente a través de la narrativa televisiva. Estudio comparativo de los casos de Chile y España” de la *Revista Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales* plantea que la reconstrucción presentista del pasado posicionó al guión en una situación donde muchas veces se le reclamó no tomar partido por los acontecimientos políticos que relataba.

El guión apuntó al consenso y al concilio dentro de la familia, el mismo Juan Herrera lo esbozó en una comida familiar de la primera temporada, casi como una cábala que duraría siete años: “En esta familia no hay pinochetistas ni comunistas. Hay personas”. La situación no se reflejaba en la representación de la clase política de la época, donde Rodrigo Cuevas, el guionista, retrató a dos extremos específicos.

La serie sí caricaturizó y representó figuras clásicas de una época. El guerrillero valiente que luchaba y moría por sus convicciones, el agente de inteligencia que torturaba para obtener información, el agente de la CNI que se arrepentía de su actuar o el estudiante universitario involucrado en movimientos clandestinos fueron caracterizaciones que se utilizaron para representar dos polos políticos. Los personajes dentro de la serie tendían a instalarse a un lado o a otro de la balanza, pero la línea que buscaba Boris Quercia, el director, apuntaba a retratar a seres humanos que siempre creían que estaba haciendo lo correcto.

La llegada de Gabriel a la vida de Claudia y la desaparición de ésta fue el inicio de la desintegración de la familia. Más adelante, en la sexta temporada, Juan y Ana se separan, marcando un quiebre impensable en la primera temporada.

Para ese entonces, la serie ya arrastraba un público constante y fiel. Hubo cambios dentro de la producción y Rodrigo Bazaes –antes director de arte- asumió la dirección, dejando a José Luis Muñoz en su puesto anterior. Boris Quercia anunció vía *Twitter* que se retiraba de la producción de *Los 80* debido a que tomaría otros rumbos profesionales dentro de Canal 13.

La rotación en los roles dentro del equipo de trabajo se volvieron frecuentes. Sin embargo, Rodrigo Cuevas, sintió las transformaciones ligadas a la producción como una posibilidad de que la trama respirara. Con Juan nuevamente sin trabajo y Claudia de

vuelta a la casa parecía que el caos político de las temporadas anteriores se estaba tomado una tregua momentánea y los problemas volvían a recaer en el día a día del hogar. Soplaban nuevos aires para los Herrera.

En 2013, la recepción favorable del público aminoró de 29 puntos de *rating* a 23,6. La audiencia prefirió programas informativos en un año donde la televisión en Chile estuvo marcada por emisiones que apelaban a la memoria histórica de los 40 años del golpe de estado.

Mientras Chilevisión mostraba *Chile, las imágenes prohibidas* (2013), uno de los programas con mayor audiencia del año y con mayor cantidad de denuncias al CNTV, y TVN abordaba temáticas actuales y críticas con la segunda temporada de *El Reemplazante*, la serie de Canal 13 regresaba a sus inicios y volvía a ser un retrato de una familia apolítica. Parecía desencuadrar de la realidad que vivía el país con la conmemoración de los 40 años. Poco a poco, los espectadores fueron disminuyendo y las apariciones de la serie en los medios de comunicación fueron cada vez más esporádicas. Nadie se esperaba ese declive.

Años más adelante, el actor Daniel Alcaíno, quien interpreta a Exequiel, comentaba en el programa *Mentiras Verdaderas* (La Red, 2011-actualidad) que para él *Los 80* habían terminado en la cuarta temporada²². El fallecimiento de Gabriel, el personaje de Mario Horton que representaba el lado militarizado y menos institucional de la historia, provocó que la serie tomara un rumbo más tradicional en cuanto a cómo se retrataban los hechos históricos. Para el actor, la temporada del 2011 fue la que más le revolvió el estómago.

En 2013, el portal de internet *No es na' la feria* publicó una especulación sobre el futuro de los personajes después de la vuelta a la democracia. Una burla a la triada de *retail*, emprendimiento y concertación que vendría después de *Los 80*: “Ese es el futuro de la familia Herrera, según la ruta trazada por los guionistas de la serie *Los 80*, que en su sexta temporada nos explica en cada capítulo la transformación a la que se

²² Daniel Alcaíno habló del tema en la entrevista que le hizo la periodista Julia Vial en enero de 2015 en el programa de La Red. Extraído de Youtube el 26/6/2015.

encaminaba la sociedad chilena: desde la humildad y los valores políticos, hacia el éxito y los valores económicos”²³.

El futuro que predijo *No es na' la feria* fue la transformación que Félix vivió en la última temporada y que reflejó el Chile actual. En el primer capítulo, el público lo vio conversando por teléfono mientras entra a una moderna oficina ubicada en la Ciudad Empresarial, el símbolo del sistema económico y comercial de hoy. Un espacio impersonal y con colores fríos, muy distinto al hogar cálido de los Herrera que la audiencia vio durante seis temporadas.

Ana y Juan estaba separados y esa división generó opiniones diversas entre el público. A medida que la última entrega avanzaba, el guionista movía los hilos narrativos hacia los valores que en un principio habían instaurado. Al finalizar la temporada, la familia retornaba a ser parte del núcleo estructural de la sociedad. La esencia del último capítulo de *Los 80* recordaba a ese momento, siete años atrás, a cuando los creadores de la serie forjaron a los Herrera como una referencia del que creía el núcleo estructural de la sociedad: la familia.

²³ *No es ná la feria* (27 de octubre de 2013). “Descubre que fue de los Herrera después del regreso a la democracia”. Obtenido el 06/07/2015 de: <http://noesnalaferia.cl/television/los-80-descubre-que-fue-de-los-herrera-despues-del-regreso-a-la-democracia/>

EL ORIGEN

Alberto ‘Tito’ Gesswein no encontraba lo que quería. Corría el invierno de 2007 y en su pequeña oficina del Área Bicentenario de Canal 13 tenía una pila de guiones con posibles inicios de la serie ochentera que construía en su mente. Ninguno le convencía lo suficiente. Faltaba un elemento que ni él mismo podía descifrar. Simplemente, las historias que le habían entregado no se sentían reales. Hojear los guiones era ver el primer capítulo de cualquier serie estadounidense y *Mi vida en los 80*²⁴ debía contar una historia diferente a la encontró en esas páginas.

La tarea que le otorgó Patricio Hernández se estaba volviendo un dolor de cabeza que no tenía remedio claro. En 2004 ya había dejado el proyecto de lado para dedicarse a la producción de *Héroes*, la ficción histórica que recreaba la historia de Diego Portales, Arturo Prat, José Miguel Carrera, Bernardo O’Higgins, Manuel Rodríguez y José Manuel Balmaceda, personajes clave dentro de la historia oficial de Chile. No era una opción volver a pausar el proyecto ochentero.

Durante largas reuniones trató de convencer a Hernández de que la historia sobre la familia que quería construir debía transcurrir en los ochenta y no en los sesenta, como proponía el director de programación. Ya había supuesto que sería más sencillo encontrar imágenes de esa época en los archivos y documentación del canal. Además, creía que las fachadas santiaguinas no habían cambiado tanto en comparación al momento histórico que iban a retratar. Sin embargo, la decisión traspasaba los factores de producción. El afán de Gesswein era más profundo que eso. Para él, la década de los ochenta representaba el fin de una era y el comienzo de otra.

Junto a la pila de guiones tenía el informe que le había entregado la asesoría histórica y social del periodista e investigador Ascanio Cavallo. Tras leer el documento le había quedado claro lo que quería retratar. La dictadura que azotó el país en 1973 instauró un nuevo modelo político, económico y social al cual los chilenos tuvieron que

²⁴ Primer nombre que tuvo la serie. El Área Comercial de Canal 13 le cambió el nombre por *Los 80* porque creían que así era más vendible.

acostumbrarse a golpes. Durante la crisis económica que vivió el país en 1982, ese cambio quedaría plasmado de forma explícita en la vida cotidiana de los ciudadanos.

El país fue forzado a afrontar una transformación dura y compleja, y ese era el cambio que lo incitaba a defender la década de los ochenta con tenacidad. Lo movía poder representar la pérdida de la inocencia que tuvo la generación que creció bajo la ordenanza sesentera de un estado benefactor y que tuvo la mala fortuna de recibir la dictadura militar como una bomba imparable. A sus ojos, “eso iba a afectar a los Juanes Herrera (...) Esa generación era una especie de dinosaurio que iba a desaparecer”.

Le desesperaba no encontrar el tono que quería. Ya había probado con todos los guionistas que Canal 13 le había sugerido y hasta conversó con el renombrado director de cine Ricardo Larraín para que dirigiera el proyecto.

Como se mencionó anteriormente, con Freund no concretaron la compra de *Cuéntame*. Los guiones eran caros y Gesswein junto al equipo que iba formando paso a paso, era una producción pequeña a la cual nadie les tenía mucha fe. Y en el mundo de la televisión sin fe no hay plata.

Antes de *Héroes*, Gesswein nunca había trabajado en ficción, sino que su especialidad eran los documentales y reportajes periodísticos. Le calzaba a la perfección el apoyo de Freund. Éste, por su lado, había sido el productor ejecutivo de la versión chilena de la serie argentina *Simuladores* (Canal 13, 2005 y 2010), la película de Andrés Waissbluth, *Los Debutantes* (2003) y estaba al mando de las teleseries que en ese momento producía el canal. Además, se encontraba realizando la segunda temporada de *Huaiquimán y Tolosa* (Canal 13, 2006 y 2008), la serie protagonizada por Daniel Muñoz y Benjamín Vicuña que relata las andanzas de dos detectives privados que defienden la seguridad en el Barrio Patronato de Recoleta, Santiago. Tenía la experiencia que se complementaría con la visión más periodística de Gesswein.

Al poco andar Freund se cayó del proyecto para dedicarse netamente a la producción de *Huaiquimán y Tolosa*. En ese momento, al productor ejecutivo no le importó. Le respondió a Freund que se lanzaría solo. Meses más tarde, seguía sin encontrar el elemento que convertiría a *Mi vida en los 80*, en lo que hoy conocemos como *Los 80*.

Varado en esa soledad, sabía que debía continuar con la búsqueda para que la serie se hiciera realidad.

Casi como una ilusión, la respuesta apareció caminando con seguridad en medio de los pasillos anaranjados del canal. A lo lejos, Gesswein vio a un hombre delgado, de cejas gruesas y la mirada enfrascada en un par de anteojos de marco cuadrado. Era Rodrigo Cuevas, el guionista proveniente de Osorno que había escrito los capítulos de Manuel Rodríguez y José Miguel Carrera en la producción de *Héroes*. En ese momento se encontraba trabajando en el Área Dramática del canal. Lo saludó y le comentó del proyecto.

Cuevas no tardó en aceptar la propuesta que le había hecho el productor ejecutivo: se uniría junto al actor y dramaturgo Alejandro Goic a formar parte del equipo de la futura serie ochentera. Goic como asesor de investigación y él como guionista. La primera misión: sacar a flote la construcción de una historia que estaba recién en pañales.

Armar el arca de los Herrera

- No sé, *hueón*. Haz lo que *querai*'.- le espetó Alberto Gesswein a Rodrigo Cuevas cuando éste le preguntó por las indicaciones básicas que debía tener el guión que le tocaba escribir.

En el Área Bicentenario de Canal 13 reinaba el caos. Sobre el escritorio de Gesswein estaban escritos los primeros seis capítulos de la serie *Mi vida en los 80* y, de un momento a otro, habían decidido desecharlos. Estaban *ad portas* de comenzar la pre producción de la serie y no tenían nada claro. A Cuevas le habían encomendado rehacer la historia a su pinta y sin ninguna instrucción clara. No era que Gesswein quisiera desafiarlo, sino que aún, después de meses de elaboración de la familia Herrera, no daban con el tono de escritura exacto.

El guionista y Alejandro Goic establecieron los dos pilares clave que sostendrían la serie y serían los cimientos de las siete temporadas que ni ellos mismos sabrían que

vendrían. Primero, *Mi vida en los 80* contaría la historia de una familia de clase media baja, y, segundo, ésta familia no estaría políticamente comprometida con ningún conglomerado social de la época. Buscaban representatividad, decidieron construir la historia de esa clase media baja “que no tiene pitutos, ni conexiones, ni redes. Dependen netamente de su trabajo y eso la pone en un lugar vulnerable porque tampoco son objeto de las ayudas sociales”, comenta Cuevas ocho años después instalado en las oficinas del Área de Ficción de Mega, su actual casa televisiva.

Su plan era hacer un viaje social con los Herrera, de manera que poco a poco fueran adquiriendo consciencia sobre lo que estaba ocurriendo políticamente en la época. “Había miembros de la familia como Juan que sí había tenido un pasado más claro en términos ideológicos como un hombre de izquierda, pero como pasó en ese entonces, mucha gente enterró u ocultó esas convicciones con la necesidad de sobrevivir”, acota el guionista.

La historia desechada comenzaba en la víspera de año nuevo de 1982, pero para Cuevas esa fecha no tenía ningún significado en especial. Gran parte de la historia de la primera temporada se escribió así: bajo el criterio errático, azaroso y nostálgico de Cuevas, Gesswein, Goic, y más adelante de Boris Quercia y Andrés Wood. Sus recuerdos, experiencias y sensaciones eran la intuición que guiaba a Cuevas a preferir retratar ciertos acontecimientos por sobre otros.

No existía un equipo de investigación establecido como sucedió desde la segunda temporada en adelante. Una estudiante en práctica le dejó un informe con los hitos más importantes del año, pero Cuevas confiesa que escribió gran parte de la temporada recurriendo a *Google* y a la buena voluntad de Miriam Salinas, la encargada de documentación de Canal 13 de ese entonces.

En su cabeza el año nuevo del 82 no marcaba ningún hito importante. La historia debía comenzar con algo que sí hubiese definido a los chilenos. Recordó el Mundial de España de 1982 donde el futbolista Carlos Caszely perdió un penal frente a la selección austriaca, dejando a Chile fuera del mundial. Su navegación en *Google* le indicó que,

para esa misma época, se devaluó el peso chileno. En esos dos acontecimientos Cuevas encontró la salida del laberinto que tenía atrapado a Gesswein y al resto del equipo.

Cuevas tocó la puerta de la oficina del productor ejecutivo y le pasó el guión que sería el primero capítulo de *Los 80*. Gesswein supo de inmediato que eso era lo que quería mostrar. Encontró el elemento esencial que anteriormente faltaba: una chilenidad implícita que se sentía verosímil. No sabía si eran las palabras, los diálogos o la forma en que estaban descritas las escenas, pero Cuevas había logrado contar el cuento de una familia con la que cualquiera podría identificarse.

Era extraño encontrar esa chilenidad porque los asaltó la pregunta sobre qué entendían por '*lo chileno*' y esa es una expresión que da para debates eternos. Sin embargo, Gesswein explica que más que racionalizar el término decidieron crear un producto sumamente identitario que fuera un referente de la realidad de la mayoría de los chilenos: la clase media. "Se dio la característica de que Rodrigo Cuevas es del sur y eso también de alguna manera le imprimió una característica (...) Hay anécdotas que nos pasaron a nosotros, que me pasaron a mi o que le pasaron a amigos. Tiene mucho de elementos propios y auténticos", comenta el productor ejecutivo. "Rodrigo Bazaes es un tipo muy anclado a lo chileno, él es de Iquique. Yo tengo la hipótesis que la gente de regiones está más cerca de lo que es ser chileno que los contaminados de Santiago", continúa Gesswein.

Tal vez la hipótesis del productor fuera la distinción que marcó la diferencia, pero esas especulaciones sólo quedaron en teorías. Lo que sí concretaron fue que los referentes para realizar la serie estarían en la literatura y en el cine chileno, y para eso necesitaban un director acorde compartiera su visión.

Las conversaciones con Ricardo Larraín no habían prosperado y Gesswein tenía en mente a Boris Quercia. El actor, productor y director tenía un currículum atractivo. Había sido el director de *Sexo con Amor* (2003), la película más vista por los chilenos del siglo XXI hasta la llegada de *Kramer versus Kramer* (2012). El film de Quercia llevó a casi un millón de espectadores a las salas de cine, una cifra abismalmente superior al promedio de espectadores que acarrearon las películas chilenas a las butacas

en 2003 ²⁵. Además, le gustaba el trabajo que había realizado en *El Rey de los Hueovones* (2006) y creía que podía ayudar a darle un sentido más particular a la producción. Quercia tenía experiencia en la realización de series de televisión. Había sido director de la producción de ficción *Geografía del Deseo* (TVN, 2004) y trabajó junto a Freund en la realización de la segunda temporada de *Huaiquimán y Tolosa*. Lo citó en un café en La Reina y Quercia llegó tarde, pero con una idea relativamente clara según lo que Gesswein le había comentado por teléfono: la familia debía ser el núcleo central de la historia y los personajes de *Los 80* siempre creerían que estaban haciendo lo correcto. Gesswein podía perdonarle el atraso.

Con Boris Quercia y Rodrigo Cuevas construyendo el barco, faltaba un elemento para zarpar: una casa productora. Debido a las condiciones de producción a las que se enfrentaban era imposible levantar la serie sólo con el financiamiento del 13. Hasta el momento el canal se encargaría del marketing, contrataría a los actores principales y sería el centro de operaciones de la creación de la serie. Faltaba que alguien se comprometiera en darle vida a la realidad que querían mostrar.

Construir el barco

Canal 13 funciona bajo un sistema de arriendo. Sus propias áreas de producción deben arrendar los equipos del canal para realizar su trabajo. Es decir, del dinero que entregaba el 13 para hacer la serie, Gesswein debía descontar los valores que la misma casa televisiva le ponía al préstamo de sus equipos. Esta práctica es común entre las producciones de los canales de televisión y cae en lo absurdo. Al equipo de *Los 80* le resultaba operacionalmente más barato contratar cámaras y un equipo de producción que arrendarle los equipos propios del canal.

²⁵ El promedio anual de datos fue extraído del Informe de Oferta y Consumo de Cine en Chile del año 2003.

La llegada de Wood Producción a la elaboración de *Los 80* no fue casualidad. En 2004, Sebastián Freund tocó la puerta de la oficina de Patricio Pereira, productor ejecutivo de la empresa productora, con un DVD de la serie *Cuéntame cómo pasó* en la mano. “Veamos lo que puedes hacer”, le pidió Freund.

Pereira tomó el DVD y junto a Andrés Wood realizaron una propuesta económica que tenía como objetivo adaptar la serie española a la realidad chilena. El resultado simbolizaba un costo económico que Canal 13 no estaba dispuesto a tomar en ese momento. Abandonaron las negociaciones y Pereira se quedó con el presupuesto guardado en el escritorio.

Pereira explica que los canales hacen análisis internos que constatan la necesidad de productos audiovisuales para un futuro, pero “no se proyectan mucho más allá”. Canal 13 vio que rehacer *Cuéntame* era más engorroso de lo que creían en un principio y decidieron desechar la propuesta.

Nada indicaba que tres años después el proyecto volvería a asomarse en la casona blanca de Providencia que alberga a Wood Producciones, esta vez bajo el brazo de Boris Quercia y Alberto Gesswein. La historia se repetía pero con una variante: ya no venían sólo con una idea, la propuesta incluía un guión, y eso significaba que Wood Producciones sólo ocuparía el rol de ejecución en la serie. La autoría (y las ganancias) quedaba en manos de Canal 13.

Boris Quercia había trabajado con Andrés Wood como actor en la película *Historias de Fútbol* (1997) e hicieron juntos el guión de la serie de ficción *El Desquite* (TVN, 1999). Quercia conocía la meticulosidad del trabajo de Wood y sabía que sus trabajos trascendían en el tiempo, y Gesswein seguía encantado con la forma en que el director había logrado plasmar el Chile de 1973 en *Machuca* (2004). El arte y la reconstrucción que hicieron en la película marcaba un precedente que querían plasmar como un sello en la producción de *Los 80*.

Wood Producciones es una productora de cine y televisión que había realizado coproducciones con países como Francia, Argentina, México, España, Inglaterra y Brasil. Fue fundada en 1997 por el mismo Wood y colaboró con la producción de

Diarios de Motocicleta (2004), la película de Walter Salles nominada al Óscar por Mejor guión adaptado y ganadora del mismo premio por Mejor canción original.

Actualmente, es una de las productoras más emblemáticas de Chile y dentro de su filmografía se encuentran las películas *La Fiebre del Loco* (2001), *Machuca* (2004), *La Buena Vida* (2008), *Lección de Pintura* (2011) y *Violeta se fue a los cielos* (2011). En el ámbito televisivo han sido la casa productora de la serie documental *Nuestro Siglo* (TVN, 1999), *El lugar más bonito del mundo* (TVN, 2001), la mini serie de cuatro capítulos *Ecos del Desierto* (CHV, 2013) y *Pulseras Rojas* (TVN, 2014).

Quercia y Gesswein le mostraron a Wood y a Pereira el guión, y ambos estuvieron inmediatamente de acuerdo en colaborar. Sin embargo, debieron establecer parámetros administrativos y de producción que buscaban que *Los 80* no se convirtiera en un pozo sin fondo.

Era el momento de negociar la participación de la productora en la serie. Quercia pidió trabajar con Paola Zoccola (productora), Eduardo Pacheco, Rodrigo Herrera (asistentes de dirección) y su hermano, Antonio Quercia (director de fotografía). Patricio Pereira no estaba contento, no conocía a los primeros tres nombres que había mencionado el director y tampoco estaba muy de acuerdo con poner al hermano de Quercia a cargo de la fotografía. Accedió bajo dos condiciones: colocar a Rodrigo Bazaes (quién previamente había trabajado con él en *Machuca*) como director de arte y tener a Tamara Acosta en el rol de la señora Ana.

La negociación tenía una aprehensión de Canal 13: Acosta – de 34 años en ese entonces- era muy joven para representar al personaje, de 41 años al comienzo de la serie. Sin embargo, lograron cerrar el trato porque Pereira insistió en que la actriz era capaz de enfrentar el desafío.

Los cargos del equipo de producción ya estaban constituidos y la búsqueda de los actores principales estaba en manos de Roberto Matus. Ahora era el momento de encontrar a locación más representativa: la familia Herrera necesitaba una casa, un barrio, vecinos y una atmósfera.

Una casa de antaño y la sonrisa con el diente picado

En un pasaje sin salida que nace en la calle Francisco Villagra, comuna de La Reina, había una casa azul, con una reja baja y de fierro, barrotes en las ventanas del mismo material, y persianas azules que escondía el interior de la casa.

Entre las rendijas de las persianas Luis Hernández (80 años), el dueño, divisó a un hombre parado afuera de su casa. Era uno de los locacionistas de Wood Producciones a cargo de encontrar la casa de los Herrera. Hernández no recuerda su nombre, pero sí retuvo haberlo visto pasar tres veces frente a la casa antes de que gritara ‘Aló’.

La producción ya había buscado casas en Ñuñoa, Macul y La Florida, pero ninguna los convencía. Casi todas tenían dos problemas claros: primero, la ciudad había cambiado más de lo que ellos esperaban y segundo, las mismas casas no se conservaban como en la época. Los edificios dominaban el paisaje y las calles y veredas habían sido intervenidas. Además, todas las rejas eran altas y con púas, las ventanas estaban hechas de aluminio, y los cables y antenas rompían con la fachada ochentera que necesitaban recrear.

La casa de Hernández tenía todas las minuciosas condiciones que había pedido Rodrigo Bazaes, el director de arte. El cielo de alrededor estaba despejado de edificios y los fierros de colores de la reja le daban un toque ochentero especial. Hernández cuenta que le explicaron que querían usar su casa para grabar una serie ochentera. Él no tuvo inconvenientes por un módico precio que no quiso revelar.

En el interior de la casa se respiraba una atmósfera del pasado. La sala de estar se hundía bajo las tazas de porcelana, las mantas de tela, las miniaturas, los adornos empolvados y un sin número de objetos que más adelante serían parte de la escenografía de la serie. Esa era la locación que necesitaban.

A la semana después de ese primer encuentro, recibió una visita. “Vino Boris Quercia con el equipo, miraron para todos lados y dijeron que ésta era la casa. A los dos días llegaron a grabar. Lo difícil era que los dejaran entrar para el pasaje. Algunos

vecinos estaban de acuerdo y otros no. Vinieron de la Municipalidad... el ochenta por ciento de los vecinos dijo que sí, así que ganó nomás.”, cuenta Hernández.

El encuentro fue el nacimiento de una relación que duró los siete años de emisión de la serie. El exterior de la casa de Hernández se mantuvo como fachada de los Herrera y, durante la primera temporada, el interior era utilizado para grabar la casa de Nancy, la madre de Bruno, amigo de Félix, y mejor amiga de Ana. Años después, aparecería como uno de los extras que pasaba por afuera de la casa de la familia, “usé mi ropa nomás así como estaba”, recuerda.

Esa simple frase no tendría mayor importancia si la serie estuviera ambientada en la actualidad, donde la temporalidad de lo visual va acorde a la producción. En *Los 80* todo implemento artístico, ya sea el maquillaje, los pelos, la vestimenta de los personajes, la ambientación, la utilería e incluso la ropa de Hernández, debía coincidir con la época retratada y ser aprobada por el ojo de lince de Rodrigo Bazaes.

El diseñador teatral fue el director artístico de la serie desde la primera hasta al quinta temporada, cuando dejó el cargo para ocupar el puesto que abandonó Boris Quercia.

Antes de codearse con la televisión, Bazaes era conocido por su prolífico historial como director y diseñador en teatro. Sus primeras incursiones en lo audiovisual vinieron de la mano del mismo Quercia encargándose del arte en la película experimental *LSD* (2000) y *Sexo con Amor* (2003). Pero cuando realmente ganó su fama fue con la realización de *Machucha* (2004) de Andrés Wood. La película fue el hito que lo mantuvo ligado a la productora trabajando, años después, en *La buena vida* (2008) y *Violeta se fue a los cielos* (2011).

Por eso, nadie dudó cuando Patricio Pereira lo propuso como director de arte de la serie. “El Pato me pasó los guiones, los leí y pensé que era un producto distinto (...) Cuando le pregunté a Wood por qué quería realizar la serie me dijo que nadie la quería hacer, era muy poca plata, pero que él sentía que era un compromiso con la línea de trabajo que estaba haciendo, que era coherente y podíamos aportar algo con esta serie nueva”, explica Bazaes.

La respuesta de Wood no lo convenció del todo, pero un almuerzo con Alberto Gesswein sí lo hizo. Una vez que el productor ejecutivo le contó los detalles, la rápidamente de Bazaes ya había analizado los pros y contras de la idea. “Yo le dije las siguientes palabras: Don Tito, *Cuéntame* es interesante porque te agarra en lo emotivo, pero no es de buena factura la serie. Siento que si vamos a hacer algo tiene que ser mejor que y me dijo que me invitaba a eso. Ahí caí yo solo”, comenta.

Para comenzar a trabajar decidió pensar como si estuviese haciendo la dirección de arte para una obra de teatro o una película de Andrés Wood. Las condiciones eran distintas, pero la esencia parecía ser la misma.

El primer paso fue sumergirse en un mar de recortes de prensa, álbumes familiares y recuerdos ochenteros. Con su equipo se consiguieron la mayor cantidad de fotografías de la época que pudieron. No importaba la clase social de donde proviniera el álbum, la mirada no podía quedarse en que los Herrera pertenecieran clase media.

Desde esa búsqueda nacieron los tres pilares fundamentales que sostendrían la propuesta artística de *Los 80*. “Primero, decidimos que el Chile que íbamos a retratar era un Chile anclado a finales de los setenta. Era un Chile triste y empobrecido a los ojos del presente”, señala el director. En segundo lugar, acordaron que mirarían con detención las fotografías familiares, “no sólo servían los archivos de la prensa o la biblioteca porque eso te da una mirada muy institucionalizada”.

En ese momento, al abrir los álbumes sobre la mesa de trabajo, el director de arte y su equipo se dieron cuenta de una premisa que marcaría toda la nostalgia y recuerdos que se asentaban en el arte de la serie: no había mucha diferencia entre una fotografía y otra. “Eso a mi me encantó porque marcaba una heterogeneidad en el estilo y que nos sacaba de la cabeza el interiorismo que ya tenemos desde el 2008”, continúa. “El tercer pilar era quitarnos de la cabeza esa cosa gringa de las series de época. Yo dije aquí tenemos que concentrarnos en el error que nos da humanidad y latinoamericanismo”.

No había que buscar la perfección. El concepto que quiso plasmar Bazaes en su equipo fue hacer todo como si fuese “una sonrisa con un diente picado”. No quería crear la imagen de los ochenta como una época perfecta, sino que quería darle un aire más

realista, algo que se sintiera cercano y no pareciera sacado de un museo. Aunque la propuesta artística fue alabada por los medios de comunicación como si fuera un retrato perfecto de la época, Bazaes insiste en que la recreación era más natural que perfecta.

Esa naturalidad fue aliada de la identificación que generaba el guión. Con eso en mente, en un capítulo aparecía Juan Herrera jugando fútbol con buzo, zapatillas y una camisa manga corta con los botones ahorcándole el cuello; Félix corriendo por la casa luciendo su pantalón nuevo y sin haberse sacado los zapatos del colegio; o la señora Ana saliendo a la calle muy bien peinada y con el delantal sucio cubriéndole la ropa. El elemento que parecía salpicar y desencajar en la escena era necesario para generar completamente lo opuesto, para que el público dijera “sí, esto sí pasó, yo me vestía así”.

Rodrigo Bazaes recuerda que durante la primera temporada, ambientar la casa Herrera fue un completo desastre. Su personalidad minuciosa y exigente lo incitaba buscar una factura perfecta.

El primer día de grabación de la primera temporada, estuvo a punto de colapsar. Pasó la noche tratando de arreglar el papel mural que no se pegaba bien y pensando que todo estaba feo. Sus tres pilares artísticos habían creado una amalgama que ni él sabía muy bien cómo describir. Era molesto, el público lo odiaría. Tuvieron que suspender la grabación y perder todo un día de trabajo.

Decidió mandar a todo el equipo de arte a adornar la casa con la mayor cantidad de elementos posibles. “Entonces, yo les decía a los chiquillos, llenen las repisas, más libros en el velador” comenta moviendo las manos con énfasis. Así nació el cuarto pilar del arte en *Los 80*: todo era medio barroco y cada plano y cuadro comunicarían. Junto con Boris Quercia y Antonio Quercia, director de fotografía, decidieron que cada escena, cada objeto y cada pieza de vestuario estaría ubicado en una posición exacta que luego daría vida a esa amalgama con olor a un Chile olvidado.

Con la casa lista y la propuesta artística esclarecida era momento de finiquitar la búsqueda de quienes le darían vida y rostro a la familia: debían encontrar a Juan, Ana, Claudia, Martín y Félix.

La familia a bordo

En 2007, la elección del elenco estuvo a cargo de Roberto Matus, un connotado director de *casting* dueño de una productora que lleva su mismo nombre. Anteriormente, había trabajado con Canal 13 y Gesswein en *Héroes*, por lo que la estación televisiva solicitó volver a contactarse con él. Su tarea era encontrar a los cinco protagonistas de la serie y a los que interpretarían a los amigos cercanos a la familia.

Matus recibió los guiones de Cuevas y se encontró con una historia humana, una familia con la que él –o cualquiera- se podía asemejar. Entonces, entendió que para lograr verosimilitud en la serie debía encontrar actores que transmitieran físicamente identidad nacional. “Tuvimos reuniones con Boris y con Tito para ver qué cuadro íbamos a pintar en temas de elenco. El primer acuerdo que tuvimos es que fuera una familia chilena: más bien morenos y pelo negro. Que fuesen el reflejo de una familia de clase media-baja, una familia de barrio constituido. Lo segundo que buscábamos y que estábamos de acuerdo los tres fue que Daniel Muñoz tenía que ser el padre” explica el director de *casting*.

El actor Daniel Muñoz fue el punto de partida que estableció los parámetros para la elección de la actriz que interpretaría a la señora Ana. Alberto Gesswein lo llamó directamente. Boris Quercia ya había trabajado con él en *Huiaiquimán* y *Tolosa*, y Andrés Wood lo había dirigido en *Historias de Fútbol*. El actor no dudó en aceptar el trabajo desde hacía un tiempo que estaba interesado en trabajar en series de televisión y la propuesta de Gesswein le calzaba como anillo al dedo.

Matus comenta que después de un largo proceso de elección del elenco, quedó seleccionada Tamara Acosta. La actriz le otorgaba un espíritu cariñoso y maternal a la serie que se enfrentaba con el carácter fuerte de Juan Herrera.

Tamara Acosta tenía todo el peso actoral que necesitaban. Era una mujer fuerte, decidida y fotogénica. Además, era una de las actrices emblemáticas de la filmografía chilena, trabajando en películas como *El chacotero sentimental* (1999), *El desquite*

(1999), *Te amo (Made in Chile)* (2001) y *La fiebre del loco* (2001). Nunca había sido madre y debía encarnar a una mujer que la maternidad le salía a flor de piel. El contraste era extraño, pero a la vez interesante. *Los 80* no sería lo mismo sin alguien que pudiera sostener el peso emocional de la madre de la familia Herrera, un personaje introspectivo y sumamente protectora de su clan.

Con el matrimonio Herrera constituido venía la búsqueda más compleja para el equipo de producción. Los roles de Claudia, Martín y Félix no llegaron con facilidad. Ya habían probado a una infinidad de actrices antes de que Loreto Aravena hiciera la audición para el papel.

Cuando finalizó la prueba de cámara, se le acercó Rodrigo Herrera, el primer asistente de dirección de Boris Quercia.

- ¿Cómo estás de disponibilidad? Porque si yo te digo *upa*, tú me tienes que decir *chalupa* o si no, no sirve.

Aravena dudó. Tenía programada una gira por Europa con la compañía del Teatro Nacional de la Universidad de Chile y debería abandonar ese mundo si aceptaba. Guiada por el instinto, se comprometió a ser parte del elenco ochentero. Sin embargo, parte del equipo de producción creía que había poca diferencia de edad entre Acosta (31 años) y Aravena (25 años). La relación entre la madre y la hija podría resultar inverosímil. La búsqueda de Claudia continuó, pero nunca encontraron a alguien que superara la audición de Aravena. Claudia Herrera López ya estaba lista.

En un principio, Martín Herrera era el papel del actor Samuel González, estudiante de primer año de Teatro en la Universidad Arcis. El acuerdo con el canal establecía a que esperarían a que el actor terminara sus exámenes para grabar la serie, pero por la estrecha calendarización que había establecido Wood Producciones no pudieron hacerlo. González tuvo que rechazar el papel.

“Al canal le interesaba que el actor que interpretara a Martín fuera un chico guapo y ahí diferenciábamos. Por rating querían que todos fueran guapos y para mi eso jugaba un poco en contra, era importante que Martín no fuera bello porque es lo que siempre pasa... tenía que tener esa onda de segundo hermano” explica Matus.

Al día siguiente sonó el teléfono de Tomás Verdejo. Era el mismo Matus pidiéndole que realizara una tercera prueba de cámara. En ese entonces, el actor estudiaba Teatro en la Universidad de Viña del Mar, su ciudad natal. Viajó a Santiago y apenas terminó la prueba de cámara Rodrigo Herrera le comunicó que él encarnaría a Martín. “Me dijeron: ya, partís al día siguiente. Carnaza nomás. Me tuve que aprender las líneas y presentarme al otro día temprano a grabar”, explica el actor.

A la mañana siguiente llegó a un galpón enorme y repleto de camiones. Maquilladores, vestuaristas, tramoyistas, técnicos y productores se movían con destreza por el lugar. Vio pasar a Daniel Alcaíno y Daniel Muñoz, y, recién en ese momento, cayó en cuenta de que la serie en la que trabajaría era más grande de lo que se había imaginado. Se le acercó Boris Quercia junto a una peluquera: era hora de darle la apariencia ochentera que lo transformaría en Martín Herrera.

Cuando el Área de Marketing de Canal 13 le exigió a Alberto Gesswein que le cambiara el nombre a la serie, él decidió jugar sus cartas. *Mi vida en los 80* era ciertamente un nombre poco llamativo. *Los 80*, en cambio, era fácil de recordar y con mayor polisemia. De mala gana, Gesswein cedió a cambio de mayor presencia de la serie en la publicidad y en otros programas del canal.

De esa negociación y de las reuniones con el director de *casting* nació la idea de reclutar a niños en el matinal de esa época, *Juntos, el show de la mañana* (Canal 13, 2007 – 2008), para encontrar a quiénes ocuparían los papeles de Félix, el hijo menor, y Bruno, su mejor amigo. No era una técnica inusual, el canal ya había hecho lo mismo en con la elección de los actores de la serie juvenil *Amango* (2007) y para encontrar al niño que interpretaría a Bernardo O’Higgins en *Héroes* (2006).

A la convocatoria llegaron aproximadamente 5 mil niños, e incluso niñas. Matus y su equipo se dieron el trabajo de revisar cada ficha hasta encontrar a 400 postulantes. Los llamaron uno por uno a realizar una prueba de cámara en el canal y, entre ellos, estaba Lucas Bolvarán.

El niño-actor vio un comercial en la televisión con el anuncio. Su madre, Daniela Bolvarán, le preguntó si es que quería asistir. Ella trabajaba de asesora de actuación para

niños y el mundo no le era ajeno. Lucas estaba de vacaciones, así que tenía tiempo libre para ir al *casting*. Después de varias pruebas de cámaras como Brunito, el fiel amigo del menor de los Herrera, le avisaron que había quedado pero que ocuparía el papel de Félix.

La familia ya estaba construida. Los cinco actores principales estaban elegidos y juntos le dieron vida a los Herrera. La idea de Gesswein había tomado forma y *Los 80* ya no era sólo una imagen en su cabeza.

Tras la finalización de la serie en 2014, los actores concedieron entrevistas a diferentes medios de comunicación²⁶. Todos recordaban que la última escena que grabaron fue la más especial para ellos. Después de todo, la familia ficticia se transformó en una familia real que vivió siete años de arduas jornadas de trabajo.

“- Bueno, lo primero que quiero es agradecerles a todos por haber venido-” empieza Ana mientras mira a su familia. Es la celebración de año nuevo de 1990 y están reunidos junto a Exequiel (interpretado por Daniel Alcaíno), Nancy (Katty Kowalescko) y su hijo Bruno (Pablo Freire), los amigos más cercanos a los Herrera López. También, es la última escena que el elenco de *Los 80* grabó antes de apagar las cámaras definitivamente.

La filmación continúa y Tamara Acosta mira a Loreto Aravena: “- Sé que para algunos no fue fácil decidirse a venir. Lo que yo quería era juntarlos a todos, como antes... De a poco las cosas han ido mejorando”-. Gira su mirada al resto de la familia. “- Podemos estar todos juntos sin reproches, sin rabias. No es la misma felicidad que teníamos antes, pero es la felicidad que podemos tener y la tenemos que cuidar. Yo la voy cuidar y sé que Juan y todos ustedes la van a cuidar también. Y yo le agradezco a cada uno de ustedes por de alguna u otra forma, formar parte de mi vida. Y muchas gracias por haber venido a todos-”.

Los actores lloran porque los personajes deben emocionarse. También ayuda que la emoción es real. Saben que esa es la última vez que estará todo el equipo junto. Hacía siete años atrás, el barco zarpó en un viaje que los tendría a ellos, a Canal 13 y a Wood Producciones navegando de un lado a otro en el *set*, sorteando las olas en un pasaje

²⁶ Radio Cooperativa y el programa de televisión de La Red, *Mentiras Verdaderas*.

escondido en La Reina y viajando hacia el mundo ochentero que Alberto Gesswein logró encontrar.

El cuento que partió una tarde de invierno en una pequeña oficina del área bicentenario de la estación televisiva terminaba con esa escena. Los recuerdos sobre lo que pasó tras bambalinas quedarían grabados en el pasado igual como el viaje que acababa de terminar.

CÓMO ARMAR UNA FAMILIA

La bodega ubicada en el primer subterráneo de Canal 13 huele a moho y a pintura fresca. Los quince pilares que marcan el laberinto por el cual transitan funcionarios de la estación televisiva están cubiertos de polvo. Al fondo, yacen olvidados los paneles que fueron parte de la escenografía de una teleserie o un programa de farándula.

Del lugar que hace un año acogió al equipo de producción de *Los 80* sólo quedan escombros, muebles a medio barnizar y el sistema de aislación acústica que dejó el equipo técnico.

- Aquí estaba la pieza de la Claudia- explica Caroline Muñoz, la productora general de la serie desde la quinta hasta la séptima temporada, indicando un espacio entre dos de las columnas.- Hicimos un pasillo que supuestamente daba al que era el patio pero, en realidad, llegaba a la que era la pieza del Juan y la Ana.

El dato es relevante más allá de la anécdota. Para grabar *Los 80* había que jugar con la imaginación. Tanto Boris Quercia como Rodrigo Bazaes desplazaban las cámaras por el estudio siguiendo un mapa que les indicaba donde deberían estar ubicadas las habitaciones de la casa Herrera López; un hogar inventado por el equipo de arte a través de paneles, mucho pegamento y papel mural retro.

A partir de la segunda temporada, el equipo se trasladó a Canal 13 para continuar con las grabaciones. La producción calculó que, para mantener los estándares visuales y económicos, debían tener *sets* controlados donde no cupieran los imprevistos. Trabajar desde la emisión televisiva les ahorraba el arriendo y el gasto de los traslados. Además, no tendrían que preocuparse por la bulla de los vecinos o de los autos de la calle.

Los actores se movían por esa bodega como si estuvieran en un campo minado. Cada paso contaba y cada error significaba comenzar nuevamente la escena. Debían mantener la ilusión de que la casa que los espectadores veían cada domingo era real, no

una simple bodega escondida entre la central de radiotaxis y los estacionamientos de Canal 13.

“-Tuvimos que construir camarines, aislación sonora y un montón de cuestiones. Si esto era una bodega, nomás. Grabábamos desde junio en adelante, entonces, todos terminábamos resfriados-” continúa Caroline mientras deambula por el lugar.

Ahora, el desuso se advierte en las murallas raídas y en los trozos de madera esparcidos por el suelo. Sin embargo, cuando la serie estaba al aire, ese espacio fue el segundo hogar de quiénes fueron parte de la producción de la serie. La bodega acogió el quehacer del día a día que significaba grabar *Los 80*.

La actriz Loreto Aravena explica que la rutina que sucedía en gran parte en esa bodega era precisa, pesada y metódica. Ningún segundo se desperdiciaba y los horarios de entrada y salida eran fijos.

Su día comenzaba a las ocho de la mañana tomando desayuno y *tirando la talla* con el resto del equipo. “Después nos topábamos en el camarín con los compañeros y hablábamos leseras. Cuando venían escenas complicadas siempre era [Daniel Muñoz] quien llevaba el mando y quería empezar la escena *altiro*”, comenta Aravena.

El primer paso para dar vida a los personajes era entrar al sector de maquillaje y peinado. El proceso duraba poco porque las instrucciones de Rodrigo Bazaes eran claras: todo muy natural y con imperfecciones. Mientras más ojeras, pecas y manchas, mejor. El realismo por sobre todo.

“Después venía vestuario y ya estábamos en el set ensayando. Primero, ensayábamos la escena y si tenía una secuencia ensayábamos la secuencia completa. Ya sabíamos más o menos lo que hacía cada uno así que se grababa rápido”, continúa la actriz.

Tanto el actor Tomás Verdejo como Loreto Aravena hacen énfasis en ese punto. Para ellos, grabar *Los 80* se volvió una tarea tan rutinaria y de costumbres que no era necesario explicar cómo se imaginaban las escenas. Con una mirada ya podían predecir lo que haría el otro. “Pasábamos tanto tiempo juntos que hasta el Lucas [Bolvarán]

cachaba los códigos, los tiempos, los tonos y la expresión de cada uno”, explica Verdejo.

Una de las grandes diferencias entre grabar *Los 80* y una teleserie es la cantidad de escenas que filman por día. Si en una teleserie se realizan 20 escenas cada jornada, en la serie hacían cinco o seis divididas en la mañana y en la tarde.

Los actores debían grabar ‘con el freno de mano puesto’. En las teleseries todo es veloz por lo que es necesario alcanzar los tonos emocionales de manera inmediata. Sólo tenían una oportunidad. En cambio, en *Los 80* repetían innumerables veces las mismas escenas desde diferentes planos cinematográficos. “Teníamos el tiempo para entrar en la emoción, para jugar en la misma escena, para ir modificando cosas y de hecho se graba tanto que había que ir moderando (...) El Boris siempre me decía que dosificara porque en la quinta repetición me tenían que quedar lágrimas”, explica Aravena.

Para alcanzar esas teclas de sensibilidad la actriz necesitaba conocer al personaje que le tocaría interpretar. Para lograrlo debía impregnarse con el sentir de esa década y entender un periodo histórico que no era propio y vivió siendo sólo una niña.

Por esto, la actriz realizó su propia investigación sobre la época: leyó *La era ochentera* del periodista Óscar Contardo y desde el canal le facilitaron diarios, revistas y material de archivo que iban en directa relación con lo que pasaría en la serie. En su investigación, la actriz resolvió que debía acostumbrarse a pronunciar con claridad y sacarse los modismos actuales como el ‘po’ y el ‘cachai’. Además, comenzó dirigirse hacia Tamara Acosta y Daniel Muñoz de manera más formal y a tratarlos de ‘usted’.

Con ese conocimiento como base, junto a Tamara Acosta, Daniel Muñoz, Tomás Verdejo, Lucas Bolvarán y Estrella Ortiz, interpretó a la familia que el público veía en pantalla domingo a domingo.

En la práctica, la dinámica entre los seis actores que formaban a los Herrera López era un reflejo de la estructura familiar que aparecía en la serie. Mientras que Daniel Muñoz era metódico y tomaba el mando en las escenas familiares más complejas, Tamara Acosta entregaba comodidad y naturalidad, desenvolviéndose con agilidad. “Desde la segunda temporada en adelante era súper fácil trabajar todos juntos. Era un

poco naturalista y había mucha buena onda en realidad. Todos eran súper aplicados porque son actores que tienen cada uno un método súper personal (...) Es bonito compartir con gente que respetaba los tiempos de trabajo” agrega el actor Tomás Verdejo.

No todo era disciplina y trabajo, sino que era natural buscar espacios para divertirse dentro de los seis meses que grababan. “Hacíamos fiesta de inicio, mitad y fin de rodaje. El primer año hicimos pisco sour en lavadora y una vez terminamos en Fausto haciendo una gran fiesta ochentera”, explica la actriz Loreto Aravena entre risas. “Teníamos una regla: los viernes los hombres iban de corbata y las mujeres de vestido por si salía algún brillo, un asado o lo que sea”, continúa.

El espíritu de la grabación en una serie de televisión depende, entre otros factores, de quién esté a cargo. En su rol de directores, Boris Quercia y Rodrigo Bazaes debían preocuparse de cómo se vería la estructura que Gesswein y Pereira habían levantado y también debían forjar una estrecha relación con los actores para dirigirlos en el *set*.

Quercia fue el director de la serie desde la primera hasta la quinta temporada y tanto Tomás Verdejo como Loreto Aravena concuerdan que su forma de trabajar se centraba más en el desempeño de los actores. Su mirada se acentuaba en grabar planos abiertos que significaba mostrar más interacción entre la familia, privilegiando escenas dinámicas.

“El trabajo era súper de piel. Según lo que nosotros proponíamos, Boris veía cómo guiarnos. A veces nos tenía que proponer más ideas estaban en su cabeza, pero nunca era muy distinto a lo que nosotros teníamos en la nuestra”, explica Aravena.

Jugar e inventar historias paralelas a la línea que seguía el guión era una entretención necesaria para el director. El equipo de producción recuerda con gracia su espíritu bromístico.

Cada vez que Quercia entraba a la casa de la señora Ana tenía que pedir permiso. Desde el interior del *set* Tamara Acosta le decía: “Ya, bueno ya, pase, pero camine con

cuidado que está todo desordenado”. Quercia se sacaba la boina, limpiaba sus zapatos y entraba, tal como si estuviese visitando la casa de una vieja amiga.

Con ese simple gesto comenzaba el juego de los todos días. Imaginaban que Juan y Ana eran los protagonistas de un *reality show* familiar y la producción los encargados de seguirlos y registrar cada una de sus acciones.

Otra vez, durante la grabación de la primera temporada, Quercia se enfundó en un poncho y se subió a un caballo para representar a un antiguo amor de la señora Ana. Supuestamente, el personaje de Acosta se encontraba con él en las vacaciones en la casa de sus padres y él volvía a pretenderla después de años sin verse. Ana se cuestionaba su larga relación con Juan Herrera mientras su esposo se encontraba trabajando en Santiago. La escena no fue parte del corte final de la temporada, pero sí la producción la recuerda como una entretenida anécdota.

El equipo de grabación siguió las instrucciones de Boris Quercia apuntando a una forma de trabajo más actoral y que hilaba fino en cómo las emociones se transmitían en la pantalla. Después de cinco años de trabajo, el director se retiró de la serie. Su salida daba paso a una vacante para dirigir a la familia Herrera y Canal 13 pensaba que ese puesto de trabajo debía quedar en casa.

Rodrigo Bazaes fue el encargado de arte de *Los 80* durante cinco temporadas y, en la sexta, a regañadientes, aceptó el trato que le ofrecía la estación televisiva para ser el director de la serie. Era uno de los pocos del equipo que se había mantenido desde el inicio. Conocía a los actores, al equipo de producción y la forma de trabajo del canal, que él fuera el director era un paso lógico para gran parte del equipo de producción.

Aceptar la propuesta que le hizo Canal 13 y ser el director de *Los 80* era un desafío que no sabía si estaba dispuesto a afrontar, después de todo, nunca pensó que terminaría trabajando en televisión. Antes de la serie lo suyo era el cine y el teatro y esas dos disciplinas fueron el pilar que sostuvo su línea de trabajo como director.

La llegada de Rodrigo Bazaes coincidió con las dos temporadas de menor *rating* de la serie, la salida de Alberto Gesswein de Canal 13 en la séptima temporada²⁷ y la

²⁷ Se entrará más en las conclusiones finales.

separación de Ana y Juan en la historia. Los espectadores vieron cómo el matrimonio Herrera López caminaba en direcciones diferentes, cumpliendo con la intención del director: entregarle al público una familia que se dinamitara por dentro.

Cuando comenzó a trabajar como director esclareció con Cuevas que esa separación guiaría la temporada que estaba armando. “Él tenía la idea de que la familia tenía que separarse, yo estuve de acuerdo con la idea y empezamos a trabajar juntos. Le pedí dos cosas: que el hogar estallara desde adentro y que la amenaza se instalara dentro de ellos mismos. La amenaza –para los personajes- ya no era el contexto ni la historia sino lo que había producido el traumatismo de vivir en una dictadura con dificultades económicas, con incertidumbres económicas, con incertidumbres sociales, de salud, laboral, etcétera”.

El cambio de eje en el guión repercutió como un efecto dominó la forma de trabajo detrás de cámaras. “Bazaes quería darle un toque más cinematográfico y más denso a la serie. Por ejemplo, Rodrigo era muy de decir "voy a hacer un tiro de cámara acá, para que te pongas acá, etcétera." Hacía muchos planos cerrados de manos y de ojos porque transmitían más de esa manera”, explica el actor Tomás Verdejo.

Trabajar con Bazaes significaba estar más a la disposición de lo que él quería. El director se desenvolvía es una recta más técnica y en cada escena traspasaba de su vocación como artista. Para él, el escenario en el que vivía la familia era fundamental y al grabar se preocupaba de que cada parte de la composición de la escena fuera exactamente lo que había imaginado.

La grabaciones de la serie era un producto que se utilizaban para promocionar nuevas temporadas y desde esa premisa nació *Los Herrera detrás de cámara*, el especial de una hora y media que emitió Canal 13 para la finalización de la primera temporada y promoción de la segunda. En él se podía ver a Boris Quercia dando instrucciones detrás de las cámaras, Daniel Muñoz conversando con Tamara Acosta en el salón de los Herrera y Lucas Bolvarán jugando entre cables, luces y utilería.

Más adelante, la estrategia se volvería a utilizar en el último capítulo de la séptima temporada. Al pasar los créditos, el público vio un nuevo especial detrás de

cámaras, sólo que esta vez recordaba la historia de la serie. Esta vez Bazaes tomaba el mando de la grabación y los actores explicaban qué significó para ellos ser parte de *Los 80*.

Las escenas que aparecen en ambos especiales relatan lo esperable dentro de la producción de una serie de ficción. Sin embargo, grabar y la rutina de los actores son sólo una parte de la complejidad de una producción televisiva. Si bien en las grabaciones es cuando se materializan las ideas y parámetros que el equipo de producción estableció en el origen de la serie, tanto antes como después de esa fase es necesario relatar una serie de procesos escondidos que le darían vida y esencia a la familia Herrera.

Las postales de los Herrera López

En las oficinas del Área de Ficción de Canal 13, Rodrigo Cuevas discutía con Gesswein sobre el Viejito Pascuero. Cuevas insistía que sería buena idea que Brunito, el amigo de Félix, le dijera al menor de los Herrera que esa figura no existía. Gesswein estaba en contra de la idea simplemente porque creía que los actores –de 8 y 9 años cada uno- aún creían en esa leyenda y no quería quebrar la magia de los niños.

Casi dos años después, mientras Gesswein y Cuevas esperaban para ser entrevistados para *Los Herrera detrás de cámara*, escucharon a Pablo Freire, actor que interpretaba a Brunito, comentarle a un periodista que una de las cosas más duras que le tocó hacer como actor fue darse cuenta, a través del guión, que el Viejito Pascuero no existía. Había analizado los argumentos que su personaje le había dado a Félix y su conclusión fue que las razones eran sumamente válidas.

-¿Viste, *hueón*, le rompiste la infancia a un niño?- le comentó Gesswein a Cuevas a modo de broma.

Muchas de las anécdotas de la serie *Los 80* le sucedieron a Rodrigo Cuevas durante su infancia. La auto-referencia en la serie es clara: el personaje de Félix es el guionista. En esa época tenía la misma edad que el personaje de Lucas Bolvarán al

comenzar con la serie, y la historia del Viejito Pascuero es sólo una de las tantas experiencias que plasmó en el guión.

Los juegos y ese sentir de los niños en una época sin mayor tecnología era reproducido a la perfección en el guión porque para Cuevas significaba hablar sobre su propia niñez. En los capítulos de *Los 80*, relataba parte su vida y ésta, junto con las experiencias de Gesswein, Quercia y Alejandro Goic, lo encaminaron a decidir las temáticas que moldearían la vida de la familia Herrera.

La esencia del guión era generar verosimilitud a través de la recreación de las imágenes clásicas que se asocian a una familia. Los escenarios sociales y físicos eran poco pretenciosos; Cuevas relató los cumpleaños, celebraciones de Navidad, reuniones de apoderados, desayunos, visitas al parque, idas al almacén y cualquier acción que volvía a los Herrera una familia común y corriente.

En las primeras temporadas, las temáticas tratadas seguían la misma línea aferrándose en contenidos sencillos. Las escenas se construían con emociones básicas como la rabia, el amor, la envidia o la alegría y se entrelazaban con acciones simples como el berrinche de Félix cuando no le dieron permiso para ir a una fiesta o la decepción de Martín al darse cuenta que la niña que le gustaba no le correspondía.

Sin embargo, la cotidianidad de los Herrera se empapó con tintes políticos cuando se vio infestada de marchas en contra de la dictadura militar, noticias de violaciones a los derechos humanos, secuestros y torturas. Si bien al comienzo se utilizaba sólo al personaje de Claudia (o alguien relacionado amorosamente con ella) para guiar estas temáticas, al finalizar la sexta temporada tanto Juan, Ana, Martín, Félix e incluso Anita se volvieron parte del acontecer político celebrando el triunfo del “No” en el plebiscito de 1989. Los pilares del guión ya no eran sólo las risas y las anécdotas de cualquier familia, sino que ahora los Herrera dejaban su huella en el contexto político de la época.

Que las temáticas del guión fuesen poco vanidosas o se relacionaran directamente con la política ochentera no significaba que fueran escenarios simples de producir. Por ejemplo, en la segunda temporada Martín entró a las Fuerzas Aéreas de

Chile (FACH) después de egresar del colegio. Para el personaje ser parte de la FACH significaba algo tan innato como cumplir su sueño de volar un avión y desencadenó una serie de acontecimientos que marcaron su camino. Sin embargo, para la producción esa trama narrativa significó un presupuesto elevado, innumerables horas de trabajo extras y cruzar el portal de un mundo completamente ajeno para ellos.

En cada jornada de trabajo la mente de Rodrigo Cuevas volaba a mil kilómetros por hora imaginando las posibilidades de la familia, pero no todas las ideas podrían traducirse al papel ni reflejarse en la pantalla. La hoja en blanco tenía que dividirse y convertirse en un porcentaje porque así funciona la televisión. El guión es presupuesto, cada página significa jornadas de grabación y las horas de trabajo se leen en dinero.

Por ese motivo, Cuevas reducía todo un año –y a veces dos- de la vida de los Herrera en las 660 páginas de guión que podía ocupar para escribir cada temporada. No tenía la libertad de hacer lo que se le ocurriera con la familia. Las tramas narrativas eran fragmentadas en doce capítulos de 55 minutos que debían complementarse con los cinco cortes publicitarios introducidos dentro de la serie.

Casi 400 páginas del guión de una temporada contenían escenas que sucedían al interior del estudio y las otras 260 restantes albergaban tramas que ocurrían en locaciones externas. Rodrigo Cuevas podía soñar con los Herrera conociendo el mundo, pero siempre era mejor imaginarlos dentro de la casa.

Dentro de los tiempos de trabajo, Cuevas podía estar hasta tres semanas trabajando en un solo guión. “Rodrigo tenía un calendario de entregas que nunca se respetó, siempre se movía y teníamos que andar corriendo porque en realidad las entregas eran siempre más tarde”, explica Alberto Gesswein.

El problema radica en que para comenzar a grabar debían estar listos, al menos, los primeros seis capítulos de la temporada. La tarea para el equipo de producción general se aliviaba con los guiones a tiempo. Así, podían ver con anticipación qué necesitarían para materializar lo escrito en las páginas y verificar que concordara con el presupuesto.

El guionista explica que era dueño de una libertad sólo atada a los costos de producción. Sin embargo, *Los 80* pertenece a Canal 13, una emisora de televisión de señal abierta que sí presenta antecedentes de censura en sus programas.

En 2009 el canal de televisión no emitió el programa *Un país serio* de la productora Aplaplac por considerarla “fuera de su línea editorial”²⁸, en 2012 recortó de 25 a seis minutos la segunda parte del capítulo “*Nanas... ¿por qué no?*” del programa de reportajes *Contacto*²⁹ y la misma historia se repitió con el capítulo que hablaría sobre la falsedad de los aceites de cocina en 2013. Y estos son sólo algunos de los casos.

Desde 2010, el Grupo Luksic es dueño de un 67 por ciento de las acciones del canal. El conglomerado económico es propiedad de la familia Luksic e Iris Fontbona y es uno de los más ricos del país. Desde el 2013 en el *ranking* anual de la *Revista Forbes* como uno de los grupos financieros multimillonarios del mundo. El porcentaje restante de las acciones aún las mantiene Pontificia Universidad Católica de Chile.

La línea editorial del canal cambió con la llegada del grupo empresarial. Se abrió a nuevas audiencias a través de la promoción de valores universales³⁰ en su línea editorial, sin limitarse netamente a alinearse con creencias católicas.

Según aclaró *La Tercera*, los nuevos dueños de Canal 13 afirmaban que la estación televisiva se estructuraría como una empresa. El directorio de la institución estaría compuesto por seis ejecutivos designados por Luksic y tres por la Universidad Católica, siendo “el órgano responsable de la conducción y la instancia -señalan altos ejecutivos- donde se analizará la parrilla programática, los presupuestos y cualquier tema de ‘corte editorial’ ”. Por ende, las decisiones del directorio incidirían de forma encadenada con las determinaciones de producción y contenido de la serie *Los 80*.

La estación dejaba atrás su carácter meramente universitario y se volvía una empresa privada donde las ganancias económicas orientaban, más que nunca, los contenidos.

²⁸ Publimetro (04 de mayo de 2009) “Serie de Aplaplac fuera de Canal 13”. Obtenido el 03/04/2016 de: <http://www.publimetro.cl/nota/serie-de-aplplac-fuera-de-canal-13/bNQied!504046/>

²⁹ Radio Universidad de Chile (10 de mayo de 2012) “Censura en Canal 13: Otra más en el “prontuario” de Cortázar” Obtenido el 06/03/2016 de:

<http://radio.uchile.cl/2012/05/10/cortazar-lo-hace-otra-vez-censura-a-reportaje-abre-conflicto-interno-en-canal-13>

³⁰ *El Mercurio* (14 de noviembre de 2010) “Los pilares del modelo que Luksic y Cortázar preparan para Canal 13”.

Sin embargo, Cuevas explica durante todo el proceso de elaboración nunca estuvieron sujetos de la desaprobación de contenidos. Los cambios en el directorio y la constante movilidad de los ejecutivos provocó un vacío de poder en el canal que le proporcionó libertad. “La gente cree que tuvimos que lidiar mucho con la censura y eso es un mito. En la primera temporada hubo cambio en la directiva del canal y eso dejó el proyecto botado largo rato, y nadie se fijó mucho en lo que estábamos haciendo (...)” comenta.

Al parecer, desde la directiva de Canal 13 no tenía problemas con los contenidos emitidos en la serie porque la historia de la familia atraía a los auspiciadores y al público. Entonces, no había mucho que pedirle al equipo de *Los 80*. Sólo tenían que seguir haciendo lo que fuera que hacían para mantener los estándares del *rating*.

Aclara que sólo una vez le criticaron la aparición de Gabriel, el pololo de Claudia que militaba en las líneas del Frente Patriótico Manuel Rodríguez. “Me mandaron a decir que se estaba notando mucho mi tendencia política y le estaba haciendo una apología al Frente. Yo mandé a decir de vuelta que si les molestaba lo que estaba haciendo que me llamaran a una reunión y lo viéramos en una instancia formal, no que me lo mandaran a decir por los pasillos. Nunca me llamaron a ninguna reunión y quedó ahí” explica Cuevas.

El guionista tenía sus técnicas y formas de engañar al sistema que partían por el discernimiento de cómo y cuándo relatar ciertos contenidos porque, aunque existiera esa libertad, de todas formas debía escribir acorde a los principios del Grupo Luksic y la Universidad Católica. Por ejemplo, Cuevas explica que cada vez que en la serie anunciaban por televisión un caso de violación a los derechos humanos quien daba la noticia era un sacerdote de la Iglesia Católica. Conocía el tablero de ajedrez y tenía la certeza que Canal 13 no censuraría una escena donde apareciera un personaje eclesiástico.

Cuevas fue el dueño del guión durante las siete temporadas y, aunque otros guionistas lo acompañaron y trabajaron en la serie, ninguno duró más de un año en la

realización de *Los 80*. Si bien Gesswein, Quercia y, en su momento, Bazaes intervenían en el guión, los tres reconocen que el mayor filtro de temáticas las hacía el guionista.

“Las primeras temporadas el trabajo de guión fue muy colectivo pero fue apagándose. Salió Goic [de la serie] y cada vez fueron menos las reuniones. Siento que cada vez más Rodrigo Cuevas empezó a monopolizar la decisión de los guiones. La última temporada, la quinta, fue la menos conversada con Cuevas. Yo casi no tuve injerencia en los guiones y me parece que no escribí”, explica Quercia.

A ojos del director, la cuerda que unía las opiniones sobre la serie se fue desgastando poco a poco con el paso de las temporadas. Sin embargo, tanto Gesswein como Cuevas y Bazaes son enfáticos en comentar que siempre discutían las líneas argumentales de la temporada antes de que empezara el proceso de escritura. Trazaban las historias de todos los personajes de manera que al escribir, el guionista reflejara esas decisiones en las voces que expresaba en el guión. Para alimentar todas las ideas de Cuevas, *Los 80* necesitaba un elemento central: una investigación histórica que diera sustento a las postales que el guionista imaginaba.

Vivir en otra época

Una de las claves que posicionó a *Los 80* como una de las series de ficción más vistas de los últimos diez años fue la calidad de la investigación histórica y cómo las temáticas se acercaban a la cotidianidad del público.

Durante cinco años, el historiador Sergio Durán dejó los ojos recopilando todos los acontecimientos históricos que afectaron a la sociedad chilena desde 1983 hasta 1990. Boris Quercia comentó a *La Nación* en 2008 que el relato de *Los 80* “es el drama de un país entero, realizado con mucho cuidado. Una puesta en escena realista y trabajada, donde se activan los resortes básicos de la familia, que es donde uno aprendió

a sentir”³¹. Por ende, los Herrera y los mismos chilenos vivirían en carne propia todos los hechos que encontraría Durán.

Naturalmente, la búsqueda fue paulatina. Al inicio de cada temporada, Cuevas le pedía a él y a sus compañeras de trabajo que escarbaran diarios antiguos anotando con minuciosidad los hechos más importantes del año que retratarían en la nueva emisión.

El referente fue el diario *Las Últimas Noticias*. Ahí Durán se tropezaba con anuncios de los nuevos recorridos de los *Buses Lit* y noticias explicadas con sencillez. Lo bueno de leer LUN era que expresaban las noticias con detalles cotidianos que eran útiles para el relato que Cuevas estaba armando.

Su atención caía especialmente sobre las secciones de Política, Sociedad y Espectáculos, y en la programación televisiva de la semana que se desplegaba al final del diario. El recuadro indicaba el horario de programas como *Mundo 83* del periodista Hernán Olguín y recordaba la repetición de la serie de documentales más vista de 1985, *Al sur del mundo*.

La sección de programación televisiva era un broche de oro que complementaba y construía los capítulos en *Los 80*. Todos los domingos los espectadores verían a los Herrera mirando televisión a través de la pantalla de su propio televisor. Entonces, que Durán encontrara información sobre los programas que se emitían, era un punto de partida para lograr que el espectador se sintiera parte de la historia.

Un trozo del proceso de investigación histórica lo ejecutaban dos periodistas que trabajaban directamente desde Canal 13. Su misión era examinar cuidadosamente el registro audiovisual de los años 80 guardado en las miles de cintas que yacen en el Área de Archivo y Documentación la estación televisiva.

Si el material que contenían no estaba mal grabado o deteriorado por el tiempo, la cinta se guardaba como hueso santo. Una vez que el material limpio llegaba a las manos de Rodrigo Cuevas y de los directores las posibilidades eran infinitas. ¿Utilizarían las noticias en *Teletrece* para que Juan se paralizara cuando Pinochet volvió

³¹ La Nación (4 de enero de 2009) “La misión del artista es poblar el ocio de la gente”. Extraído el 12 de marzo de 2015 de: <http://www.observatoriofucatel.cl/la-mision-del-artista-es-poblar-el-ocio-de-la-gente/>

a instaurar el estado de emergencia? ¿Harían parte a Claudia del mar de protestas que se alzó en contra la dictadura?

La propuesta audiovisual de *Los 80* incluía la mezcla de éstas imágenes de archivo con la caracterización de los actores como las personas que se veían en el registro. El primer paso era encontrar la imagen perfecta que permitía ver a los Herrera intercalados con las imágenes de antaño y luego, en el proceso de montaje, mezclarían la recreación con la cinta real. Ambos ingredientes formaban una poción mágica que conectaba intrínsecamente el pasado con el presente.

No cabe duda que la caracterización de los actores y la ambientación eran una puesta en escena lograda por el equipo de arte. Pero, cuando el público viera a Claudia colgando de su chaleco azul mientras era arrastrada y detenida por las Fuerzas Especiales y, en la escena siguiente, cambiara a una imagen de archivo habría un efecto en cadena. La escena recordaría que esa mujer de chaleco azul no era Claudia, si no que fue una persona carne y hueso que podría ser la amiga, la hermana, la prima o la conocida de cualquiera de los que estuvieran mirando la serie.

Las imágenes hablaban por sí solas. En su artículo “Ficción televisiva y los 40 años del Golpe Militar” la periodista Constanza Mujica explica que *Los 80* y su investigación histórica se convertían en un vehículo para dar un testimonio. Esa dupla fue la fórmula que utilizó la serie para tocar temáticas como las violaciones a los derechos humanos, las torturas, asesinatos y secuestros que Chile vivió durante la década de los 80. Por primera vez se veía en la televisión del país hechos relacionados a la dictadura trabajados desde la ficción.

Anteriormente, el espacio para hablar sobre la dictadura recaía en los documentales como *Nuestro Siglo* (Wood Producciones, 2000) o *Secretos de la historia* (Canal 13, 2003). La tarea también la tomaban los especiales emitidos a los 30 años del aniversario del golpe en 2003, como por ejemplo el capítulo “La antesala del 11 de septiembre” de *Contacto*, el programa de reportajes de Canal 13. Sin embargo, las imágenes que se mostraban Sergio Durán las define como redescubiertas, es decir,

archivos que el canal había emitido anteriormente pero sólo en ese momento volvían a ver la luz.

Las imágenes que la producción necesitaba para generar esa conexión debían traspasar el registro institucional de Canal 13 y también estaban empolvadas en los videos familiares o archivos personales de algún miembro o conocido del equipo de producción.

De vez en cuando acudían a la biblioteca personal del camarógrafo Pablo Salas o del director de cine Gonzalo Justiniano, quienes tenían un amplio registro de imágenes de la época. Otras veces les pedían a todo el equipo de producción que llevaran álbumes o videos familiares.

En las cintas de Salas, encontraron el registro audiovisual del ataque a la pianista María Paz Santibáñez en la entrada del Teatro Municipal de la Universidad de Chile. Durante las protestas afuera del recinto, un carabinero disparó a Santibáñez en el cráneo dejándola inconsciente.

En la quinta temporada, Martín formaría parte de la historia. Mientras se realizaba la protesta, grababa para *Teleanálisis* y capturó el momento exacto donde Santibáñez era atacada.

Tanto Caroline Muñoz como Boris Quercia recuerdan que el día en que tuvieron que recrear la escena el trabajo tenía un gusto distinto. Uno de los sonidistas había estado en la protesta y el director conocía a la pianista. Ese día de grabación sabía a amargura y terror porque la crudeza de la época los acechaba en los recuerdos.

El momento quedó grabado en la retina de los realizadores porque *Los 80*, más allá de ser técnicamente fiel al ilustrar un acontecimiento, fue leal a una manera de sentir.

Bajo el prisma de la serie, el hecho histórico no servía si no venía acompañado de una emoción que quemara el estómago o el corazón. Por eso, una vez elegido qué retratar en el guión, era necesario continuar la búsqueda. “[Por ejemplo] hay un personaje que es un peluquero gay, entonces, había que buscar cómo era el trato entre

los peluqueros gay de la época”, cuenta Carola Trejo, periodista y parte del equipo investigativo desde la quinta temporada hasta el final de la serie.

El estudio “La extensión del relato audiovisual en las redes sociales: el caso de las series de ficción *Cuéntame Cómo Pasó* de España y *Los 80* de Chile”, analizó 2.352 mensajes de Twitter con el hashtag #*Los 80* durante la emisión de la tercera y cuarta temporada. La investigación concluyó que la mayoría de los mensajes que el público escribía apelaban “más a la descripción en forma narrativa a partir de una reconstrucción de escenas donde se informa el estado de la situación de las acciones de los personajes de la historia relatada en el formato audiovisual”.

Entonces, los comentarios del público en las redes sociales se aferraban a los hechos ocurridos en cada capítulo pero a través de las experiencias que cometían los protagonistas. La particularidad de los relatos y la identificación que generaba *Los 80* partía por narrar la cotidianidad de personajes con distintas edades. Los espectadores podían reflejarse ya fuera con el espíritu más político de Claudia, la lucha constante de Ana por romper el machismo de Juan, la niñez de Bruno y Félix o el espíritu rebelde y audaz de Martín.

El libro “La ficción histórica en la televisión iberoamericana 2000-2012” define que en *Los 80*, “lo local está contenido como recurso narrativo, y esto es lo que confiere la aceptación de públicos en diferentes contextos”. El espacio para generar el reconocimiento residía en lo cotidiano y existía para todos por lo que era fundamental que el proceso investigativo diera cuenta de esos recursos narrativos.

Durán, Trejo y cuatro periodistas más, buceaban hasta dar con detalles que parecían mínimos, pero que derivaban en tramas significativas para los personajes. “Yo creo que lo que más nos costó en su minuto fue el famoso precio del pasaje a Suecia³² porque viajar antiguamente no era tan fácil como ahora. Podía ser una frase en la serie, pero era una frase que daba importancia porque significaba que el chico –Félix- tenía que juntar mucha plata (...) Era un tontera, pero el precio del pasaje te permitía a ti dar cuenta de lo que difícil era para él.”, comenta Trejo.

³² El la sexta temporada Félix decide viajar a Suecia a ver a su polola Sybilla y por eso Trejo relata esa dificultad.

Durán también hace énfasis en que el trabajo era determinado por la búsqueda de esos detalles precisos. Recuerda que para la recreación del *Caso Degollados* tuvo que ir a trabajar a la Vicaría de la Solidaridad y encontró las transcripciones de los reportes de la radio sobre la noticia. “Tenían archivos muy completos de lo que había pasado. ¿Qué gracia tiene eso? Que tiene una periodicidad distinta al diario y aquí era hecho por hecho, hora por hora. Eso era muy útil para la serie porque podías usar esa temporalidad. En ese capítulo los personajes sentían a través de la radio”, cuenta el historiador.

Las tareas del equipo de investigación eran los pilares que marcaban un estilo en la serie. Por eso, la investigación histórica en *Los 80* es un relato coral cargado de sentimientos que recopiló todos los testimonios, registros y archivos que aportaran con un olor, una anécdota o un sentir del pasado. La serie acarrea consigo un sello que se traspasaría a las otras fases de producción que terminarían con la materialización de la familia Herrera.

Cada año una nota nueva

Mientras que el equipo de grabación estaba ocupado en el estudio y la producción general se movía para que no faltara ningún elemento para dar vida a la historia, Tito Gesswein y los directores debían preocuparse de que las otras áreas de realización como el montaje y la post producción funcionaran.

Lograr el espíritu ochentero que la producción ideó en las primeras bases del proyecto no sólo dependía de cómo se desarrollaran las grabaciones, sino que también de con qué ritmo y cadencia el público vería la historia.

Durante la primera y segunda temporada la edición del material de la serie estuvo a cargo de Andrea Chignoli, una de las montajistas más reconocidas de Chile que ha trabajado en películas y documentales como *Historias de Fútbol* (1996), *Cielo Ciego* (1998), *La fiebre del loco* (2000), *La buena vida* (2007), *Tony Manero* (2007), *Lucía*

(2009), *Post Mortem* (2009), *Mi vida con Carlos* (2009), *Joven y Alocada* (2011) y *No* (2012), entre otros títulos.

La inclusión de Chignoli en el montaje proporcionaba continuar con la intención que *Los 80* fuera una producción televisiva con vetas cercanas al cine. Desde la tercera temporada el puesto lo asumió Camilo Campi. El montajista provenía de los documentales y televisión, trabajando en *Patiperros* (2001), *Azul y Blanco* (2004), *Bienvenida Realidad* (2004) y *Huiaquimán y Tolosa* (2006), y continuó con la línea pausada y cinematográfica de Chignoli.

El montaje y las grabaciones eran procesos paralelos. Mientras en el estudio se grababan los últimos seis capítulos de la temporada, Tito Gesswein se movía entre Canal 13 y Wood Producciones para aprobar el montaje o hacer la mezcla de sonido de los primeros episodios. “Lo que siempre se hizo fue que hubo una edición de *off line*. El director veía una edición con el Camilo y luego iba yo a mirar la versión que había hecho el director. Muchas veces Wood estaba ahí, a veces no estaba. Yo tenía que aprobar la edición. Le daba el ‘ok’ a y pasábamos a la post producción de sonido”, explica Gesswein.

Esos eran otros tres o cuatro días en que Gesswein y Pereira se dedicaban a ver reiteradas veces el capítulo en el que trabajaban y percibían los acordes melancólicos de la banda sonora compuesta por el músico Camilo Salinas.

La realización del sonido y del montaje traían consigo un factor sorpresa que devoraba con curiosidad al público al inicio de cada temporada. ¿Quién sería el encargado de musicalizar la abertura de *Los 80*?

Ir cambiando cada emisión a los artistas que interpretaban la canción insigne de la serie surgió ante la necesidad de llegar a todo público, de creer que *Los 80* sería demasiado antigua para los jóvenes.

En 2008 la tarea cayó en las manos de la banda juvenil *Los Difuntos Correa*. Después, vino el turno de *Francisca Valenzuela*, *Los Miserables*, el *Trío de Catarata Seca*, y la quinta temporada estuvo a cargo de Camila Moreno.

La prensa también reaccionó al cambio de música y tonalidad con expectación, jugando a elegir al cuál era la mejor versión de la canción de Ubiergo emitida hasta ese momento³³. El periodista de la Radio Universo, Ignacio Lira, señaló para *La Tercera* que la interpretación de Moreno le llamó la atención “porque he visto mucha resistencia en su versión, quizás porque fue un cambio muy brusco de una visión tan tradicional que hizo “El Macha” –con el grupo Trío Catarata Seca- en la temporada anterior”. Felipe Arratia, periodista de *Sonar FM, Vía X y la Rock & Pop* comentó al diario que la versión de Camila Moreno era su favorita porque “proponía algo nuevo”.

La musicalización de la sexta temporada estuvo a cargo de *C-Funk* y, finalmente, la última versión quedó en las voces del dúo de Fernando Ubiergo junto a Manuel García. Que el autor de la canción insigne de *Los 80* fuera el encargado de interpretarla fue otra forma que encontró la producción en 2014 para que *Los 80* tuviera un cierre circular.

El trabajo rutinario en que determinaba las faenas dentro de la serie no terminaba en el montaje y post producción. Gesswein y el equipo de producción se mantenían en vilo mientras seguían en directo los puntos de audiencia que la serie obtenía cada domingo. Sólo en diciembre, cuando el público se despedía de los Herrera, podrían descansar y pensar, siempre con incertidumbre, qué sucedería si es que viniera una nueva temporada.

La sistematización y estandarización del trabajo en *Los 80* es una rutina que da cuenta de una industria audiovisual que año a año ha ido aumentando sus costos, pero no necesariamente su financiamiento, incidiendo directamente en la forma de hacer televisión y en los contenidos emitidos.

Cada proceso descrito nacía desde un presupuesto que no surgía desde la nada, si no que era estudiado y elaborado con rigurosidad por Gesswein y Patricio Pereira, productor ejecutivo de la serie en Wood Producciones.

En 2009, el primer año que la serie corría con fondos estatales, el CNTV entregó 4.127 millones de pesos a 35 proyectos. Para el año de finalización de la serie la misma

³³ *La Tercera* (21 de septiembre de 2012) “Los 80: críticos evalúan la mejor versión de ‘El tiempo en las bastillas’”.

entidad otorgó 3.088 millones a sólo 22 proyectos, y en 2015 sólo 18 proyectos fueron premiados con la suma total de casi 4 mil millones.

Con esa atmósfera financiera y ya conociendo la máquina pesada que hacía andar la serie, es sensato preguntarse de dónde venían las *lucas* que mantenían la factura de *Los 80* a flote.

EL ROMPECABEZAS DE LAS LUCAS

Mirara por donde se mirara *Los 80* sería una serie que haría sangrar los bolsillos de quien estuviera a cargo de costearla. Había una triada de factores que presagiaban que llevar a cabo esa producción sería caro y complejo: deberían reconstruir un Santiago de hace dos décadas, se constituyó un equipo de arte ensimismado en elaborar una puesta en escena históricamente perfecta y la forma de obrar del equipo de producción requería de una gran cantidad de insumos y jornadas trabajo.

Para entender el laberinto que podía llegar a ser la producción de vida de los Herrera es necesario tener claro que el financiamiento de una serie de televisión se expande como una amplia tela de araña que abarca cada pedazo de ella. En televisión las ideas son dinero, los minutos se valorizan y cada corte publicitario es una fuente económica que hay que colmar de manera estratégica. Preocuparse del financiamiento y producir la serie son procesos paralelos.

El escenario económico en el que se inscribía *Los 80* era prometedor. En 2007, la inversión publicitaria en televisión abierta creció en 26 millones de pesos y la inversión publicitaria en general³⁴ alcanzó los 505 millones de pesos. La televisión nuevamente volvía a ser el medio de comunicación con mayor participación publicitaria e incidencia en el PIB nacional, pero en términos de audiencia los programas de televisión – especialmente las series de ficción- no corrían la misma suerte.

El público no estaba acostumbrado a programas con un montaje pausado como el de *Los 80* y los registros de audiencia indicaban que los partidos de fútbol y el *reality show Pelotón* (TVN, 2007) conquistaron la parrilla programática del 2007. El público chileno no miraba series de ficción televisiva nacionales. Gesswein y su equipo debían lograr que esa tendencia cambiara.

³⁴ Se considera al inversión publicitaria en TV abierta, TV pagada, cine, diarios, radios, revistas, la vía pública y medios *online*. Información extraída del informe anual 2014 de la Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP).

En televisión la audiencia y el financiamiento son viejos amigos. A mayor audiencia, mayor financiamiento y empresas con las ganas de invertir en los espacios comerciales de los programas. Con más marcas aportando económicamente, no había que preocuparse de buscar dinero. En una escena que no favorecía a la ficción, Gesswein y Pereira tenían que pensar cómo financiar y vender la historia que poco a poco agarraba forma.

La línea dramática que seguiría Cuevas en el guión ya estaba establecida, Rodrigo Bazaes buscaba la pincelada perfecta que daría con el tono para la propuesta de arte y era el momento para que Patricio Pereira planificara el presupuesto que serviría como cimiento de *Los 80*.

Como en cualquier coproducción audiovisual³⁵, Wood Producciones y el equipo de Canal 13 se dividieron los roles de trabajo. Pereira y su equipo estaban a cargo del arte, la búsqueda de actores secundarios, el reclutamiento de extras, el vestuario y maquillaje, el flujo de los pagos, el arriendo y búsqueda de locaciones.

Al grupo de Canal 13 le tocaba gestionar a los actores principales, el guión, la producción general, las jornadas de trabajo y la investigación histórica y periodística. Además, deberían negociar con el Área de Marketing las estrategias para comunicar el producto, conversar con el Área de Programación el horario de emisión de la serie y gestionar a través del Área de Comunicaciones del canal las apariciones en la prensa.

Para evitar que el valor de *Los 80* se disparara en cifras desorbitadas, el productor ejecutivo marcó los parámetros que mantendrían los costos al margen. Primero, estableció los porcentajes de escritura para Cuevas y delimitó la cantidad de personajes protagonistas y secundarios que tendría la serie. Además, se cercioró que el guión tuviera una cantidad precisa de escenas y de diálogos. Para Pereira, el presupuesto debía ser lo más cercano a la realidad y prevenir cualquier sorpresa, de lo contrario, Wood Producciones correría con los gastos de los imprevistos.

En Chile, los canales de televisión abierta son un monstruo desproporcionado si se les compara con las productoras independientes. Tienen mayor personal y recursos,

³⁵ Se entiende por coproducción audiovisual la alianza entre dos empresas (en este caso una productora y un canal) para la realización de una serie de televisión, película, documental, etc.

por lo que trabajan aproximadamente en cuarenta programas de televisión al año, sin contar aquellos que compran a productoras externas al canal. Las productoras independientes realizan menos proyectos en ese mismo periodo y poseen escasos recursos para financiar sus trabajos. Gran parte de su financiamiento depende de los fondos concursables estatales y las gestiones de las mismas productoras con empresas privadas.

Los canales ganan dinero con los programas de televisión por los derechos de emisión, los auspiciadores y los espacios de publicidad que venden para difundir en los cortes comerciales. Las productoras independientes que hacen series o programas para emitir en televisión abierta, generan ingresos a través de las utilidades que les cobran a los canales al venderles sus programas. Si una producción tiene éxito es probable que reciban una buena cantidad de dinero por las utilidades, pero si es que no lo hacen, el programa les puede traer números rojos.

Wood Producciones no podía permitir que *Los 80* se convirtiera en un pozo sin fondo y encuadrar la escritura era, al mismo tiempo, tener bajo control el financiamiento de *Los 80*.

La división de tareas entre el canal y la productora también significaba que habría una diferencia en los gastos operativos. Aunque los mayores riesgos financieros corrían de la mano de la productora de Wood, la directiva de Canal 13 debía evaluar, solicitar un reajuste o aprobar el presupuesto elaborado por Patricio Pereira.

Los presupuestos de las producciones audiovisuales se pueden dividir en cuatro etapas claras. La primera, correspondiente al diseño de la idea y la investigación, donde se realizan las primeras aproximaciones a la materialización de la historia. Es decir, se investiga el tema, se crea una propuesta de guión y una carpeta de arte. En *Los 80*, esta parte fue pagada por Canal 13 cuando Gesswein y Patricio Hernández armaban la trama de los Herrera.

La segunda, tercera y cuarta etapa corresponden a la pre-producción, producción y post-producción. Ese era el momento cuando Patricio Pereira metía las manos en la masa. En la parte de la pre-producción debía estipular recursos para la búsqueda de

locaciones, el pago de las jornadas de trabajo de todo el equipo, la continuación de la investigación, el *casting* de los actores, el transporte, y cualquier gasto necesario antes de comenzar a grabar la serie. Por su parte, Canal 13 continuaba con su trabajo financiando la investigación, al equipo de marketing, los sueldos y gastos operativos de quienes tenían contrato directo con el canal.

Una vez realizada la pre producción, el presupuesto de Pereira debía considerar los gastos de la producción. La etapa que correspondía a la grabación estipulaba dinero para el arriendo de los equipos de grabación y sonido, las locaciones, los sueldos de los actores y equipo de producción, catering, transporte y hospedaje para las jornadas de ser necesario. Ahí los Herrera cobraban vida.

Por último, la post producción correspondía al montaje, musicalización de los capítulos, post producción de color y sonido y la banda sonora de la serie. A los gastos de esas cuatro etapas se le debía sumar los insumos administrativos y legales como el pago de derechos de autor por canciones o imágenes, la preparación del estreno, el presupuesto de la campaña de marketing, el sueldo de un contador que llevara las cuentas, el pago a los artistas por la realización del tema principal y un porcentaje para imprevistos en caso de cualquier emergencia.

“Dije "ok", este es el presupuesto y se lo presenté al canal. El canal me lo aceptó bajo ciertas condiciones. La primera temporada fue así. Me dijeron "ya, ahí está la plata, háganlo", cuenta Pereira. Luego, realizó una carta Gantt que indicaba los plazos que tendrían para hacer la serie. El último día del calendario correspondía a la emisión del último capítulo de la temporada. Con los tiempos y el dinero ya estipulados, la máquina podía ponerse en marcha.

El presupuesto y el calendario de realización pasaban a las manos del equipo de producción general que operaba en Canal 13. Ellos debían tomarlo y comenzar su ejecución.

La diferencia principal entre el cargo de Patricio Pereira y el de Fernanda Reyes y Caroline Muñoz³⁶ radica en ese punto. Pereira determinaba cómo y hacia dónde se irían las *lucas*, y coordinaba a largo plazo los procesos productivos; Reyes y Muñoz se preocupaban de que ese dinero se convirtiera en jornadas de grabación, escenografía y material de utilería, y que los plazos se cumplieran en el día a día.

La primera temporada de *Los 80* le costó a Canal 13 y a Wood Producciones 500 millones de pesos, situándola desde el comienzo como la serie más cara de producir en Chile³⁷. La productora independiente sólo ganó 10 mil pesos en utilidades, mientras que para el Canal la serie significó éxito en términos económicos. Según datos entregados por *La Tercera*, sólo el último capítulo de la primera temporada percibió, aproximadamente, 90 millones de pesos³⁸ en ganancias.

Si bien para ambas empresas el triunfo que tuvo en las escalas de audiencia y prestigio fue significativo, para Wood Producciones eso no se tradujo en exuberantes cifras verdes al final de la temporada. La balanza financiera se inclinó hacia Canal 13.

Al finalizar el 2008, se instauró una tendencia publicitaria que continuaría hasta dos años después: las ventas de publicidad en televisión abierta ascendieron año a año. El fenómeno también llegó con pasos gigantes a la televisión pagada (ver anexo 4). La inversión en publicidad en este medio aumentó al doble en 2009, siendo un precedente al alza de suscripciones en televisión pagada que vivió el país en 2015, cuando la televisión por cable llegó a más de la mitad de los hogares chilenos.

A pesar de que *Los 80* se había convertido en una carta segura, los 60 millones que costaba la realización de cada capítulo no podían competir contra los 2 millones de pesos que vale comprar un capítulo de una producción extranjera. Además, las marcas auspiciadoras no tenían sólo cuatro estaciones de señal abierta para publicitar sus productos, sino que ahora la televisión pagada entraba a la repartición. En ese escenario

³⁶ Fernanda Reyes fue la productora general de la serie durante la primera, segunda, tercera y cuarta temporada. Los otros tres ciclos que vinieron quedaron a cargo de Muñoz después de que Reyes dejara Canal 13.

³⁷ Lo que duró hasta el año 2013, cuando el *Bim Bam Bum* le quitó el record a *Los 80*. A partir de 2014, la serie más costosa hecha en Chile fue *Sudamerican Rockers*. Cada capítulo valía, aproximadamente, 230 millones de pesos.

³⁸ *La Tercera* (19 de diciembre de 2008) “Último capítulo de la serie *Los 80* recaudará cerca de 90 millones”.

comercial, el anuncio que notificaba la realización de una nueva temporada de *Los 80* cayó en las manos de Gesswein incluso cuando se dudó de su factibilidad económica.

Si la segunda temporada se realizaba, el productor ejecutivo quería seguir trabajando con Wood Producciones porque habían demostrado tener una factura de producción inigualable. La casa productora aceptó seguir con el desafío por el prestigio y la convicción de estar realizando un producto de calidad, pero estipularon ciertas condiciones como el arriendo de un estudio en el canal.

Anteriormente, habían cotizado que era más barato arrendar una casa para armar el set, pero con la segunda temporada en el horno, se dieron cuenta que la única forma de sostener la producción era moviendo la casa Herrera a un estudio.

Ad portas de una nueva temporada y con la audiencia preguntándose qué pasaría con la familia Herrera, la producción de *Los 80* ganó el *Premio de Excelencia* creado por el Consejo Nacional de Televisión (CNTV). El galardón se creó para “estimular y apoyar una televisión de calidad”³⁹, fomentando la continuación de programas televisivos a través del financiamiento de nuevas temporadas.

En las bases para postular al fondo, el organismo define por calidad la “característica de un proyecto postulado determinada por la armonía entre los contenidos y la forma de emisión, la originalidad y/o innovación que amplíen las expectativas del espectador, el equilibrio de funciones y/o géneros televisivos, la capacidad de hacer próximos contenidos de interés universal, y la ética bajo la que se rige la producción”.

En esa lógica, el directorio del CNTV destacó en su anuario de 2009 que la primera temporada de *Los 80* narró “una época de conflictos sin generar una serie de ficción política”, otorgándole el premio por su compromiso con hacer ficción de calidad. El triunfo de la serie en esta nueva categoría es singular ya que, hasta hoy, es el único programa acreedor del galardón. A partir de 2010, el *Premio a la Excelencia CNTV* fue

³⁹ Extraído del anuario CNTV 2009.

suprimido debido a la reducción de fondos para la entidad provocada por el impacto del terremoto de febrero de ese año⁴⁰.

Con ese reconocimiento único bajo el brazo y los 400 millones de pesos de ese premio, al juego de *Los 80* entró un organismo estatal que cambió la dinámica financiera de la serie.

Otro jugador en el partido

En las paredes del Consejo Nacional de Televisión, Tulio Triviño y sus amigos títeres de la serie infantil *31 minutos* saludan desde el afiche; el profe Charly y su curso miran directo hacia la cámara en el cuadro de *El Reemplazante*; y la familia Herrera observa sonriente desde el sillón en una de las fotografías que cuelgan en el pasillo. A un costado se lee: “Los 80, quinta temporada. Reencontrémonos”.

‘Reencontrarse’, esa es la palabra que describiría la relación entre *Los 80* y el CNTV. Después del Premio a la Excelencia, la serie recibió por tres años consecutivos (2010, 2011 y 2012) financiamiento de la entidad estatal para su realización a través del Fondo de Fomento a la Calidad. Esto la convirtió en la serie más veces premiada en los veintidós años que lleva operando el fondo.

El primer año recibió 300 millones de pesos, el segundo 200 y el tercero 100 millones. Las cifras significaban que Patricio Pereira, productor ejecutivo, tenía que subir al segundo piso del edificio y rendir cuentas a la Encargada de Supervisión Técnica y Financiera de los proyectos premiados, Francisca Socías.

“Más que un rol de control es un apoyo financiero que se le hace a las productoras sobre cómo utilizar los recursos”, dice Socías desde atrás de su escritorio. La comunicadora audiovisual hace énfasis en ese punto. El CNTV no es una entidad controladora, sino que acompaña el proceso de los proyectos ganadores para asegurarse

⁴⁰ El documento de Balance de Gestión integral del CNTV del año 2010 no señala mayor información sobre el premio. Sólo explica que, aunque el galardón aparecía en las bases del fondo, pero no se entregó debido a la reducción de presupuesto.

que los recursos del Estado se usen de manera eficiente. No es una tarea menor pensando que hasta el 2014 el fondo había entregado un poco más de 25 mil millones de pesos repartidos entre 330 proyectos.

31 minutos, *El Reemplazante* y *Los 80* son sólo algunas de las series de ficción que han sido financiadas desde la creación del *Fondo de Fomento a la Calidad* en 1993. La ficción no es el único género que puede postular al fondo, si no que existen otras nueve líneas de postulación que impulsan la realización de televisión nacional⁴¹.

Como dice su propio nombre, el fondo busca promover e impulsar la producción audiovisual nacional de ‘calidad’ a través de la entrega de dinero para la creación, producción y difusión de productos para la televisión. Los criterios para asegurar la calidad de los programas financiados van desde puntos básicos como la “coherencia con los objetivos de la Ley y las políticas del Consejo”⁴² hasta el “nivel de innovación” y lo “atractivo de la propuesta argumental”, que deberían tener los programas televisivos que postulan. Si bien el CNTV recibe más de 200 postulaciones al año sólo pueden financiar, en promedio, veinte proyectos por año, dejando a una infinidad de programas ‘de calidad’ sin el beneficio.

Una vez que se revelan a los proyectos ganadores del premio, el primer paso en la cadena de elaboración de una serie junto al CNTV es firmar un contrato con el organismo en el cual la productora se compromete a terminar y emitir la serie en un máximo de tres años. En ese momento, los ganadores deben llevar documentos legales y una carta de algún canal de televisión abierta que asegure la emisión del producto audiovisual dentro del año posterior a la finalización de la confección de la serie.

Desde el CNTV explican que no les importa si las productoras llegan o no con el apoyo de un canal, pero es un requisito para la postulación al fondo. Sin un canal que respalde a la producción, la serie no podría ser emitida. De esta forma, los contenidos de los programas que financia el CNTV están atados de manos. Dependen, de manera

⁴¹ Las categorías del CNTV a las que se puede postular son: programas infantiles (en líneas diferenciadas según la edad del público objetivo), miniseries históricas, programas de no ficción, producciones de procedencia e interés regional, apoyo a nuevas temporadas de programas ya financiados por el CNTV, ayuda a la transmisión por televisión de documentales ya ejecutados, telefilms, telenovelas y programas creados por coproducciones internacionales.

⁴² Extraído de las bases para postular al fondo. Año 2012.

indirecta, de lo que los canales de televisión deseen o no deseen mostrar en sus transmisiones.

El sistema de financiamiento del CNTV se traduce en un cronograma, entregas y pagos. El dinero no es adjudicado de forma directa, sino que las productoras deben acordar una parcialización del trabajo. El quehacer de la serie se divide en cuotas que corresponden a productos finalizados. “Por ejemplo, ellos se comprometen a ocho cuotas. La primera cuota se paga cuando firman el contrato que es un 5 por ciento de adelanto para que empiece la producción. A la segunda cuota podrían entregar pre guiones, a la tercera cuota, guiones definitivos y así se van asignando porcentajes del monto entregado por el CNTV”, explica Socías.

Cuando las productoras entregan lo establecido para la cuota determinada, una supervisora externa tiene la tarea de aprobar o rechazar el contenido. Si es aprobado, el producto pasa a la evaluación de la encargada del Departamento de Fomento, donde trabaja Socías. Recién en ese momento es cuando la encargada del área libera el dinero para la realización de la siguiente etapa de la serie.⁴³

“Nosotros trabajamos en conjunto con la productora tanto en contenido como en todo el proceso de producción. No nos quedamos ajenos (...) Tenemos reuniones sobre los guiones y si no nos gusta algo yo tengo la libertad de comentarlo, como una recomendación. Nosotros no obligamos, pero esa es una decisión de departamento porque por contrato podríamos obligar”, comenta Socías.

El CNTV no puede intervenir directamente en la programación de la televisión, pero sí tiene la facultad de determinar restricciones y limitaciones que tendrá la exhibición de publicidad o los programas. Además, puede encargar y realizar estudios que analicen la televisión, fijar hasta un 40 por ciento de la programación nacional de señal abierta a través de la transmisión de películas, documentales y cortometrajes chilenos y sancionar si es que los canales rompen alguna de las reglas del organismo. En resumen, el CNTV puede fiscalizar y quejarse y queda en manos de cada directiva

⁴³ Hasta diciembre de 2015 la jefa del Departamento de Fomento fue María Luz Savagnac y fue ella quién estuvo presente en el CNTV durante la realización de *Los 80*. Actualmente, Savagnac ya no trabaja en el organismo y el departamento se encuentra sin jefatura.

acoger u omitir la opinión del organismo. No tienen incidencia en la programación de los canales si estos no rompen explícitamente las normas.

El acompañamiento de la entidad estatal puso una cuota de presión externa sobre la producción de *Los 80*. Si bien la tónica de Canal 13 era dejarlos en paz mientras producían, al CNTV debían rendirle trabajo mes a mes, volviendo las reuniones entre Pereira y Socías parte de la rutina.

Cada pago debía ser rendido y los cambios de dinero en los ítems del presupuesto aprobados por ella. También supervisaban las grabaciones y seguían el recorrido de *Los 80* hasta la emisión del último capítulo. Ya no era un “ahí está la plata y hagan lo que quieran”, sino que ahora, más que nunca, el presupuesto de *Los 80* debía ser coherente y equivalente a lo que realmente costaría la serie.

Según Socías, la serie ochentera “costó caro, pero valió la pena. No estoy diciendo que las otras serie no valgan, para nada, pero era una serie de época y las series de época siempre son más caras que otras series”.

Por eso, cuando el productor ejecutivo se sentaba con la dirección de Canal 13 cada año escuchaba el mismo comentario: “*pucha*, es más caro”. Naturalmente, a medida que pasaba el tiempo, echar a andar a *Los 80* se volvía una faena costosa. Mientras más conocida se volvía la serie, mayor salario percibían los actores y más recursos se necesitaban para sostener la historia que habían creado. “Que quede claro que yo siempre les pedí el mismo porcentaje sobre las utilidades. Durante los siete años siempre fue lo mismo”, explica Patricio Pereira.

En ese momento, Canal 13 fue sancionado por la entidad estatal al incumplir con otro programa uno de los compromisos para postular al fondo. Como se ha comentado, la ex estación católica negó la emisión de *Un país serio*, una serie documental de ocho capítulos realizado por la productora Aplaplac, financiada por el CNTV y Corfo y que sería transmitida en mayo de 2009. Canal 13 incumplió la normativa que indica que los programas financiados por el Estado y que cuenten con el apoyo de un canal de televisión abierta están obligados a ser emitidos en el plazo de 12 meses después de que las copias máster de los capítulos hayan sido entregados y aprobados por el CNTV.

La directiva de la estación explicó que la razón de la censura iba enfocada a que los contenidos de la serie no estaban alineados con los valores del canal, por lo que decidieron no emitirla cuatro horas antes del horario en que estaba programada. La sanción tenía un bache: Canal 13 no podría solicitar directamente el fondo, pero sí podría emitir programas financiados por el CNTV que fueron adjudicados a productoras independientes.

Para la tercera temporada, Wood Producciones corrió por el premio sólo con una carta de emisión del 13. Además, esta normativa no afectaría al financiamiento que el canal ya hubiese recibido, como el fondo de excelencia que recibió *Los 80*. Sin el financiamiento entregado por el CNTV ese año es posible que la serie no hubiese mantenido su factura.

A los ojos de Francisca Socías, el problema no radica en la calidad o creatividad de los proyectos presentados y que no ganan el premio del CNTV, sino que en los mismos puntos que Canal 13 incumplió con *Un país serio* “ideas hay millones, de calidad e increíblemente buenas. Falta financiamiento, pantalla, buenos horarios y promoción. Nada más. Podríamos tener ficciones tan buenas como las de HBO aquí en Chile”, comenta.

El fondo del CNTV no es la única forma de financiar series de televisión, pero sí la más relevante en términos económicos. Desde 2005, la Corporación de Fomento a la Producción (Corfo) tiene un programa que ayuda a sustentar las producciones audiovisuales.

El concurso *Corfo TV* impulsa el desarrollo de ideas para la realización de programas de televisión financiando hasta 18 millones de pesos, que corresponderían al desarrollo del guión, la creación de la carpeta de arte, la realización de la maqueta audiovisual, y todas las tareas que corresponden al inicio de una producción audiovisual. Hasta la fecha, Corfo ha invertido más de 2 mil 300 millones de pesos en proyectos audiovisuales para televisión. *Los 80* no podía postular a ese financiamiento porque ya era una serie estructurada, por eso fue fiel al *Fondo de Fomento a la Calidad* del CNTV.

La incertidumbre fue la tendencia que marcó el fin de las casi todas las temporadas, exceptuando por la última. Los realizadores nunca tuvieron la certeza si la historia continuaría, lo que no significaba que no se prepararan para retomar *Los 80* en caso de ser necesario. Para la realización de la tercera, cuarta y quinta temporada postularon al fondo del CNTV y salieron victoriosos. El rol del organismo del Consejo Nacional de Televisión fue relevante en esta etapa porque facilitó la producción de la serie, y aseguró la continuidad.

En la sexta temporada no pidieron el apoyo estatal. Para el 2013, la serie tenía un público fiel y empresas determinadas que invertían año a año en los espacios comerciales. *Los 80* le adjudicó a Canal 13 ganancias de hasta 80 millones de pesos por capítulo⁴⁴, convirtiéndola en una excepción financiera entre las series de ficción de los últimos diez años. Sin la plata del CNTV, el ingreso que mantenía la serie andando volvía a ser la publicidad.

Vender para crear

Al final de cada capítulo de *Los 80*, el público se unía a la década a través de los créditos que se deslizaban por la pantalla, sólo que esta vez fuera de la ficción de la familia Herrera. Era ahí cuando don Francisco, con su espesa cabellera negra, dominaba el costado izquierdo de la televisión animando *Sábado Gigante*. Una fotografía familiar de algún seguidor de la serie nutría los recuerdos de la época o sonaba un comercial antiguo acorde a la temporada correspondiente.

La estrategia cumplía múltiples funciones. La primera era tan simple como lograr pasar el minuto y treinta segundos que duraban los créditos de la serie. El peligro de que el Área de Programación los cortara era inminente porque el canal quería mantener al público enganchado. Los créditos tienden a que los espectadores cambien de canal o se

⁴⁴ *Revista Capital* (28 de mayo de 2012) “¿Chilewood? No todavía.” Obtenido el 10/04/2016 de: <http://www.capital.cl/poder/2012/05/28/120507-chilewood-no-todavia>

levanten de su asiento y el *rating* que tendría el programa emitido después de la serie dependía, en parte, del público que *Los 80* pudiera entregarle.

La producción general encontró la solución perfecta para ese dilema. Unir los créditos con material ochentero adicional a la ficción alimentaba la sensación de que el público era parte de la serie, no sólo un espectador, si no que alguien más de la familia Herrera. El fenómeno de *Los 80* era de todos y podías introducirte en él mandando tu mejor fotografía ochentera al correo estipulado en la pantalla.

La serie tenía un público asegurado y eso permitía fomentar la audiencia de los *reality shows* o las teleseries nocturnas que vendrían después. La táctica de enganche era conveniente para el canal, pero no era observada con gusto por el guionista Rodrigo Cuevas. Desde la perspectiva de su rol, el usar a la serie como un anzuelo provocaba tomar decisiones que rompían con los arcos dramáticos. “Apretaron y cortaron los últimos capítulos (de la séptima temporada). El último capítulo lo dividieron en dos y además lo achicaron... la segunda parte quedó monstruosa”, explica el guionista.

La relación entre la publicidad y los canales de televisión es sumamente estrecha porque sigue siendo el medio de comunicación donde las marcas invierten mayor dinero, superando con creces a la inversión en diarios, revistas y la vía pública, e incluso a los medios de comunicación en línea (ver anexo 5). La inmediatez y penetración de la televisión en Chile les proporciona con seguridad que sus avisos llegarán eficazmente al público que esperan. Por eso, junto a la audiencia, forman una triada que determina el financiamiento de las series de ficción nacional.

Remontando a 1961, los primeros años de la televisión en Chile, estaba prohibida la emisión de comerciales y propaganda que promoviera la compra-venta de productos. Los canales de televisión subvencionados por universidades, como Canal 13 en ese tiempo, debían hacerse cargo de financiar las transmisiones en plenitud porque su objetivo principal era ser medios de comunicación educativos y no generar ganancias.

El libro “Los primeros 50 años de televisión en Chile” relata que la primera emisión en romper la regla fue Canal 9, de la Universidad de Chile. Un animador daba las instrucciones de cómo ocupar la televisión mientras la cámara enfocaba la marca del

aparato: Motorola. Esta forma de publicidad encubierta se denominó “payola” y buscaba abaratar los costos operacionales de la televisión en el país. Otra forma de encubrir la publicidad era enmarcar la programación con el nombre de la marca auspiciadora del programa.

El escaso financiamiento que se destinaba a la televisión en los 60 llevó a los canales a comprar producciones extranjeras, siendo el precedente de todo lo que pasaría en 2008, cuando la programación de ficción internacional superó con creces a la programación de ficción nacional⁴⁵. La profesora María de la Luz Hurtado escribió en el libro “Historia de la TV en Chile (1958-1973)” que el “*modus operandi* económico determinó desde los inicios de estos canales su vinculación con la industria publicitaria y cultural: se inició en Chile un sistema híbrido, de televisión educativa-cultural-de entretenimiento en su programación, sustentada en un financiamiento universitario-comercial”.

Los 80 comenzó con tres tandas comerciales de cinco minutos cada una donde emitían anuncios publicitarios de treinta a cuarenta segundos y promociones que incentivaban la parrilla programática del canal. Esa división era lo establecido, pero a medida que incrementaba el número de marcas dispuestas a invertir en *Los 80*, el Área Comercial del canal insistió en añadir otra tanda publicitaria. El arco dramático por el cual peleaba Cuevas se rompía, pero a la producción y a Canal 13 le convenía tener más marcas usando los espacios comerciales.

Comenzaba el camino por la cuerda floja y había que buscar el equilibrio perfecto entre el guión y las tandas comerciales. El equipo de *Los 80* define al guión como libre, pero a la publicidad como estratégica. “La publicidad dependía mucho de lo que había pasado la semana anterior y qué producto tenían los vecinos. Era muy distinto si tenían otra serie o si tenían un programa en vivo. Es de lo más estratégico dentro del todo el tren. Rodrigo [Cuevas] escribía su capítulo normal y una vez recibida la grabación podíamos hacer los cortes por minutaje, por escena, por escena fuerte, por

⁴⁵ Según los datos de Time Ibope y Obitel, en 2008, la ficción internacional correspondía a un 68% de la parrilla programática de los canales de televisión abierta y la ficción nacional a un 32%.

retoma, por estrategia con los vecinos, por estrategia con el mismo canal. Es multifactorial, no solamente dependía del guión” explica Caco Muñoz, la productora general.

El rompecabezas que se armaba semana a semana dependía de tres áreas fundamentales dentro de un canal de televisión: Programación, Comercial y Marketing. Si bien las tres debían trabajar en conjunto para posicionar a la serie, cada una vela por un trabajo estratégico en especial.

Desde 2006, y con la llegada de Vasco Moulian como director de programación, Canal 13 se ha caracterizado por tener parrillas flexibles que varían los horarios de sus programas. El modelo clásico que estructuraba horarios fijos dio paso a una parrilla maleable, donde las producciones cambiaban de día, de horario o eran reemplazadas por un capítulo de *Los Simpson*.

Armar estratégicamente la parrilla programática consiste en buscar “aquella combinación de programas que le reportará mayores niveles de audiencia televisiva (y consecuentemente mayores niveles de audiencia publicitaria), y que es atractiva a los clientes anunciantes, lo que hará que demanden los *slots publicitarios*⁴⁶ disponibles para exhibir sus mensajes”.⁴⁷

Según explica el economista Rolando Ossa en “Cuál es el Momento Óptimo para Lanzar los Comerciales al Aire: Modelo Asimétrico” (2012) es imprescindible considerar los movimientos de los otros canales de televisión al momento de emitir cortes comerciales porque estos tienen estrecha relación con las formas de ganar o perder ingresos.

De esta manera, un canal puede aumentar sus ingresos modificando “un gran número de variables (...) entre las que se pueden mencionar cambios que van orientados en mejorar los rating obtenidos, como pueden ser cambios en la parrilla programática (incorporar y/o eliminar programas, cambio en los horarios de emisión de programas

⁴⁶ *Slots publicitarios* son los segmentos o espacios que disponen los canales de televisión para emitir publicidad entre medio de la emisión de sus programas.

⁴⁷ OSSA, P. (2012) *Cuál es el Momento Óptimo para lanzar los Comerciales al Aire: Modelo Asimétrico*. Tesis de Grado de Magister en Economía.

vigentes, cambio en las duraciones de los programas vigentes, etc.)” (Ossa, 2012: 4). Además el economista menciona que la variable más relevante es “la decisión de cuándo poner una tanda comercial al aire y de qué largo debiese ser esa tanda”, tal como aseveraba la productora general de *Los 80*.

Ossa analizó los movimientos de las tandas comerciales de los cuatro canales líderes en audiencia durante 2010: TVN, Canal 13, Mega y CHV. Después de examinar los movimientos y la parrilla programática de los canales llegó a la conclusión que todos los canales movían el horario de sus comerciales según los movimientos del canal líder en *rating* del momento, en ese año TVN. Así, las estaciones televisivas adelantaban, traslaparían o rezagarían sus tandas comerciales cada día dependiendo de en qué momento el canal estatal emitiera las suyas.

En esa sintonía, *Los 80* no se escapaba de los malabares comerciales que debía hacer el Área Comercial junto con programación para posicionar los espacios publicitarios. Si bien se mantuvo en horario estelar los domingos por la noche durante las siete temporadas, los horarios y la duración de las tandas comerciales variaban dentro del capítulo influyendo en el guión. “La gente estaba acostumbrada a ver la serie a las 22:20 y empezaron a darla sin previo aviso a las 22:00 o a las 21:55 porque querían potenciar el reality o teleserie que venía después. Los primeros 20 minutos la gente no llegaba a verla (...) También pasaba con los comerciales, habían cinco tandas. Entonces, cuando haces un guión de una hora y le *metís* cinco tandas comerciales es muy difícil que se pueda mantener lo que quisiste expresar en términos de arcos y curvas dramáticas”, explica Cuevas, el guionista.

Para las Áreas de Marketing y Comercial mantener el horario *prime*, independiente de las variaciones en el minutaje, era un punto a favor porque tenían asegurado el espacio más costoso dentro de los valores de la publicidad y el más visto por los espectadores. Como explica Ossa, más de la mitad de los ingresos totales que generan los canales de televisión a través de la publicidad corresponden a los espacios comerciales emitidos en esa franja horaria. Comunicar y vender la serie eran tareas que crecerían en tierra fértil.

Mientras que Marketing propone y diseña cómo anunciar y publicitar las series de televisión, Comercial se encarga de gestionar la inversión de las marcas dentro de las pautas y parrillas programáticas.

Una vez que el Área de Programación decidía cuándo y en qué horario sería transmitida la serie, empezaban las reuniones entre el productor ejecutivo y el Área de Marketing para implementar estrategias para anunciar la producción.

María Teresa Valdivieso, encargada de marketing de la serie desde la segunda hasta la sexta temporada, explica que: “en un canal de televisión cuentas con el medio más masivo para comunicar tus programas. Entonces, siempre cuando haces estrategias de marketing, tu fuerte es tu comercial. En el fondo, *Los 80* era un producto que sabíamos que identificaba mucho a la gente y tocaba teclas emocionales en un cien por ciento, entonces las estrategias estaban basadas desde esos dos tonos”.

Las campañas publicitarias se focalizaron principalmente en ganar espacio en la vía pública, piezas comerciales que se transmitían durante la semana y lograr alcanzar masividad completa dentro de los medios de comunicación.

La emotividad y la identificación eran los conceptos que cimentaban las campañas, pero siempre buscando la novedad. La clave que vendía la serie era la expectativa. Entonces era necesario sorprender al espectador con piezas gráficas o comerciales que generaran intriga. Un ejemplo es el eslogan de la cuarta temporada: “*Los 80*: juntos más que nunca”. Los afiches que promovían la emisión mostraban a los Herrera sentados a la mesa sin Claudia y con la señora Ana mirando con tristeza el puesto vacío en la mesa. Ahí existía un elemento disorde que el espectador descubriría sólo mirando la temporada que estaría por venir.

Las semanas previas al estreno eran una locura porque la estrategia de marketing era que *Los 80* apareciera constantemente en televisión. Se utilizaban las maniobras más clásicas para promocionar: el elenco de la serie iba a los estelares, ofrecían entrevistas a medios de comunicación y el matinal del canal anunciaba parte de las novedades que encontrarían en la siguiente temporada.

El área que lideraba Valdivieso mantuvo el mismo modelo durante las siete temporadas porque no existió mayor variación en los hábitos de consumo de los espectadores de *Los 80*. “En este caso el contenido (de la serie) era demasiado potente entonces no tuvo el castigo de los cambios de industria (...)”, explica la ingeniera comercial. También destaca que desde su área nunca vieron la serie como un producto lucrativo, “nuestro foco fue convocar, instalar y generar conexión con la audiencia, nunca fue vender. No porque no nos interesara, sino porque hay otro departamento que se encarga eso”.

En cifras, el mayor ingreso de *Los 80* provenía de la publicidad y las gestiones realizadas por el Área Comercial para conseguir auspiciadores y vender los espacios en las tandas comerciales. El valor de un comercial de 30 segundos por capítulo durante la quinta emisión en octubre costaba 4 millones 600 mil pesos, el valor más alto de todos, superando a *Teletrece* y al *reality show La pareja perfecta*⁴⁸. El precio aumentó en casi un millón de pesos durante diciembre de 2014, el mes de emisión de la última temporada de la serie.

Tanto los índices de audiencia como el valor de la publicidad durante la serie apuntan con vehemencia a que *Los 80* fue una marca para Canal 13. Era un producto que se vendía caro, pero aún así los altísimos costos de producción que mantenían al equipo buscando formas de abaratar costos.

Una manera de reducir el valor del presupuesto era a través de los canjes que gestionó la producción. Otro inconveniente de cortar los créditos era que no hubiese tiempo suficiente para mostrar todos los logos de las empresas o negocios con los que había hecho un canje.

Los canjes son elementos de utilería, vestuario o ambientación que diferentes empresas le entregan a la producción para disminuir costos. “Es cuando viene el equipo de arte y nos dice que necesitan hacer un canje con la tienda de lámparas o tal marca de pelucas para al serie (...) Entonces, por ejemplo, todas las pelucas son *Avatte* y nosotros valorizamos cuál es el aporte de *Avatte* y eso se traduce en un cartón al final de la serie.

⁴⁸ El espacio de 30 segundos de comercial valía 3 millones 100 mil pesos durante *Teletrece* y 3 millones 900 mil en el *reality show*.

Entonces, el cartón tiene x pesos y significa que *Avatte*, en insumos, tiene que equivaler a ese monto”, explica Caco Muñoz.

El sistema no es común entre los canales de televisión en Chile porque la prioridad es lograr que las marcas compren su visibilidad como un auspiciador de la serie o pagando el espacio en las tandas comerciales. Las marcas que realizan canjes son empresas pequeñas que no pueden pagar la pantalla y cambian un espacio en los créditos por material útil para la realización de la serie.

En *Los 80*, existían, en promedio, cinco canjes por capítulo que se anunciaban con el nombre o el logo de la marca durante los créditos. Los más frecuentes eran las *Pelucas Avatte*, *Radio Cooperativa*, *Coats Cadena limitada*, *Ópticas Bahía*, *Novo Graf*, *Disquería Santos* y la cadena de lavandería *5aSec*.

Los inconvenientes aparecían cuando las marcas no entendían cómo funcionaba *Los 80* y el Área Comercial debía renegociar los tratos con las empresas. En innumerables ocasiones las marcas querían que don Genaro, el dueño del almacén del barrio de los Herrera, exhibiera la imagen o producto nuevo a través de la técnica publicidad por emplazamiento. La técnica es una forma de comercializar la ficción que se usa con regularidad desde hace 20 años⁴⁹ y significa insertar el producto que la marca desea vender dentro de la narrativa de la historia.

La mayoría de las veces la temporalidad frenaba el cierre del trato. Para lograr entrar en la serie de esa manera, al equipo de arte le servían los envases antiguos, lo cual no se alineaba con las intenciones de las marcas.

Si bien todas las decisiones económicas dentro de la producción audiovisual de *Los 80* parecen estratégicas, hay resoluciones que son arbitrarias o determinadas por el ahorro de dinero. Por ejemplo, *Los 80* cuenta con DVDs para la venta de la primera, segunda, cuarta y quinta temporada, mientras que la tercera, sexta y séptima sólo se pueden encontrar en la página web del canal. Parece ilógico que la serie de ficción con mayor audiencia de los últimos diez años y la que más ganancias ha tenido no cuente

⁴⁹ Julio, P. Fernández, F. Mujica, C. Bachman, I. Osorio, D (2015) Chile: la conquista turca de la pantalla. OBITEL 2015

con todas sus temporadas para la venta. Gesswein señala que el Área Comercial no quiso financiar los DVD para ahorrar dinero y tampoco quisieron continuar con la venta de las temporadas fuera de Chile porque significaba pagar los derechos internacionales de las canciones que ocupaban y sólo habían comprado los derechos para ser emitidas en Chile.

La misma tinta manchó la decisión de continuar la venta de la serie a la señal internacional de TVN que llega a más de treinta países en todo América, Europa y Oceanía. La primera y segunda temporada fueron emitidas por el canal vecino de la estación católica y recibió excelentes críticas por parte de su público fuera de Chile, especialmente en Argentina⁵⁰.

Sin embargo, Canal 13 aumentó los costos de venta de los derechos de la serie, por lo que el canal estatal no continuó la emisión. Tras el auge en la digitalización que hubo en 2010, la emisora decidió no volver a vender la serie y subirla a su plataforma *online*, “Los negocios de los canales se limitan sólo a mirarse el ombligo y no se proyectan más allá”, termina Gesswein.

La industria televisiva pareciera responder a la inmediatez. *Los 80* demostró ser una serie costosa, pero financiable y que trajo beneficios a su estación emisora en su momento. Sin embargo, desde su finalización en 2014, Canal 13 sólo ha emitido una serie de televisión. La producción *Príncipes de Barrio* (2015) continuó con el modelo programático de la serie ochentera: el 13 emitió la serie con un año de retraso y a las 23:30 horas los miércoles.

Los 80 podría haber sido una serie que se comercializara más allá de la historia que el público veía domingo a domingo, pero no hubo otro producto comercial que haya derivado de la misma. En 2009 y 2010, Canal 13 lanzó un CD con la banda sonora de *Los 80*, pero en la actualidad no es posible conseguir copias de manera oficial⁵¹.

⁵⁰ *La Tercera* (08 de octubre de 2010) “Serie Los 80 es la gran apuesta de TVN para el extranjero” Obtenido el 08/08/2015 de: http://www.latercera.com/contenido/661_240274_9.shtml y *Revista Capital* (02 de febrero de 2012) “El fin de Los 80”. Obtenido el 22/05/2016 de <http://www.capital.cl/coffe-break/2012/08/02/120816-el-fin-de-los-80>

⁵¹ La página web Mercadolibre aún alberga un par de copias de los DVDs y los CDs que son vendidos por sus dueños, no por distribuidoras del canal.

Tampoco hay libros, ni packs de DVDs que sigan comercializando la historia de los Herrera.

Crear que el proceso financiero de *Los 80* es un reflejo de la producción audiovisual independiente de Chile es aceptar un engaño. Mientras que los proyectos audiovisuales que postulan al CNTV reciben, en promedio, a 150 millones de pesos⁵², la serie superó la cifra con creces.

La serie ochentera es una excepción a la regla porque no existe otro programa de ficción que haya recibido los beneficios económicos, ni que haya tenido los índices de audiencia que impulsaron a continuar su emisión.

La historia del clan Herrera fue el producto televisivo insigne y que aportaba considerablemente a la imagen de Canal 13. La relación de los espectadores entre *Los 80* y Canal 13 era inmediata. La señal privada creó una marca que la ayudó a promocionarse a través del prestigio y la autoreferencialidad.

Como se mencionó anteriormente, hubo innumerables artículos y críticas positivas para la serie que la condecoraron como un producto de calidad. Con *Los 80*, Canal 13 demostró que era capaz de entregar ficciones que destacaban en la parrilla programática y que se diferenciaban de las producciones ofrecidas por los otros canales de señal abierta.

La historia daba a entender que cada vez que los Herrera veían televisión estaban mirando Canal 13, incluso cuando las imágenes de archivo no pertenecieran realmente al registro del canal. Por ejemplo, el capítulo que narró el terremoto de 1983 un periodista relata: “-Han transcurrido solo minutos desde se sintió el terremoto y un equipo de Canal 13 sobrevuela la capital para captar la exacta realidad-”. El guión se encargó de que la estación televisiva siempre estuviese presente en la trama.

Durante todo el episodio, el noticiero sigue siendo el hilo conductor que informa a los personajes sobre qué ocurre en Chile. La voz en *off* del periodista continúa el relato expresando la atmósfera devastadora que se manifiesta en el capítulo. “- Durante la noche ha estado temblando, más de una docena de fuertes sismos aumentan la

⁵² Dato extraído de: Consejo Nacional de la Cultura y las artes (2014) *Mapeo de las industrias creativas en Chile*. Maval Ltda. Santiago, Chile.

sobrecargada tensión. Ya se sabe de pueblos y ciudades aisladas, de falta de agua, de incomunicación telefónica, de racionamiento alimenticio y de dolor propio o ajeno. La nación está paralizada y perpleja, sumida en la desesperanza y en la noche nuestro noticiario de televisión impacta a millones de ojos que observan lo que pasa-”. Entonces, la serie dejó constancia de que Canal 13 siempre estuvo presente en momentos claves del país tanto para los Herrera como para los chilenos.

A pesar de que *Los 80* le otorgó al canal una buena imagen ante la audiencia, la estación televisiva no ha continuado apostado por series similares. A ojos de Alberto Gesswein, la producción audiovisual nacional depende del rol del CNTV y, en el futuro, se limitaría a las series financiadas por el organismo “porque hay una restricción presupuestaria salvaje producto de los bajos *rating*, de la inversión publicitaria, etcétera, y eso ha modificado completamente el panorama”. Aunque desde la emisión de la serie ha aumentado la producción de ficción que se hace en el país⁵³, eso no significa que el escenario económico haya prosperado.

En 2013, la industria audiovisual televisiva tuvo un remezón ante la constante rotación de profesionales entre los canales, especialmente, las numerosas contrataciones que hizo Mega llevándose personal de Canal 13, TVN y CHV a sus equipos. La situación significó que los demás canales de televisión abierta tuvieran que renovar su personal e invertir en la constitución de nuevas áreas de trabajo.

La situación financiera para las productoras independientes es indeterminada. No existen datos que den cuenta la cantidad y proporción de las productoras independientes en el país (Vergara, 2012). La estabilidad de sus proyectos dependen de los fondos concursables del estado para su ejecución y la disposición de los canales a emitirlos.

Los 80 fue, económicamente hablando, una anomalía en el sistema de producción audiovisual en Chile. Hay series como *Los Archivos del Cardenal* o *El Reemplazante* que han sido financiadas por el CNTV y que sí han sido exitosas en términos de

⁵³ Algunas de las producciones de televisiva que han trabajado con la historia de Chile como referente que se han emitido desde 2008 en adelante son: *Adiós al séptimo de línea* (2010), *Los Archivos del Cardenal* (2011), *12 días que estremecieron a Chile* (2012) *Ecos del Desierto* (2013), *Diario de mi residencia en Chile: María Graham* (2013), *Bimbam Bum* (2013) *El Reemplazante* (2013), *Sudamerican Rockers* (2014), *No, la mini serie* (2014), entre otros.

audiencia. Sin embargo, no han logrado mantener sus horarios en la parrilla programática y no han superado las dos temporadas de emisión.

El escenario financiero de los canales de televisión abierta se pinta con números rojos. En 2014, Canal 13 perdió casi 20 mil millones de pesos⁵⁴, siendo la caída económica más fuerte que ha tenido la emisora en los últimos cinco años. Para el resto de los canales de televisión la situación no fue más fructífera. La única emisora que presentó ganancias fue Mega, pero la suma total de las pérdidas de todos los canales de televisión abierta alcanzó los 36 mil millones de pesos.

El último año de emisión de *Los 80* finalizó con las teleseries turcas tomándose la televisión tras el éxito de *Las mil y una noches* (Turquía, 2014) en las pantallas de Mega. Después le siguió *¿Qué culpa tiene Fatmagül?* (Mega, 2014), *Ezel* (Mega, 2014), *Sıla* (Mega, 2015) *Amor Prohibido* (Canal 13, 2014) *Küzey Güeney* (Canal 13, 2015), *Kara Para Ask* (Mega, 2015), *El Sultán* (Canal 13, 2015-2016), entre otras. La ficción internacional volvía a ser relevante en la industria nacional debido a los bajos costos de compra de los derechos de emisión, los altos índices de audiencia y la venta de espacios comerciales con cifras parecidas al valor de las tandas publicitarias de *Los 80*⁵⁵, pero mucho más económicas de emitir que la producción de Gesswein.

A la luz de las cifras y la realidad programática, la producción de *Los 80* vivió siete años donde la televisión en Chile pasó de ser un negocio rentable a un pozo sin fondo, donde la estabilidad obedece a lo financiero, pero trasciende y se expande a aquellas cosas (como la rotación de personal, las formas de inserción de la publicidad y cómo producir) que parecen desconocidas para el espectador.

⁵⁴ *La Tercera* (05 de abril de 2015) “Canales de televisión recortaron sus utilidades en los últimos 5 años”.

⁵⁵ Los treinta segundos de corte publicitario en la teleserie *El Sultán* valen 3 millones 200 mil pesos por cada capítulo y se emite dos veces por semana. Canal 13 habría pagado, aproximadamente, 12 millones de pesos por *El Sultán* y *Amor Prohibido*.

EPÍLOGO

“- Parece que no lo hicimos tan mal después de todo-” le dice Juan a Ana mientras se abrazan en el sillón. A su alrededor, todos los Herrera López y sus descendientes se ríen de las fotografías que Martín seleccionó para proyectar en la celebración de las bodas de oro de sus padres.

“- No-” le responde ella con una sonrisa tranquila. Han pasado 32 años desde la tarde cuando Juan intentaba arreglar el televisor en blanco y negro mientras tomaban once con las noticias sobre el Mundial de Fútbol del 82 como música de fondo. Pero verlos en el presente es como si el único elemento que indicara una diferencia fueran las arrugas en sus caras.

Sus vidas sí han cambiado: en ese entonces eran sólo cinco y ahora Anita y sus siete nietos los rodean. Ya no viven en la casa con la reja baja de fierro que los albergó por tantos años porque vendieron el hogar que los vio crecer. También pasaron por una época donde estuvieron distanciados y cada uno tuvo parejas diferentes, un tiempo donde ni ellos ni sus propios hijos ni el público sabían si es que volverían a estar juntos. Es fantástico que décadas después sigan abrazados en el mismo sillón mirando las fotografías ochenteras como si nada hubiese pasado.

La melodía del piano incrementa su volumen y la cámara hace un paneo mostrando a Claudia, Martín, Félix y Anita junto a sus hijos y parejas. El halo de luz del proyector nubla la vista del espectador y la imagen se difumina hasta quedar en negro. Las curvas letras blancas marcan el cierre: “Hasta siempre *Los 80*. Fuimos todos familia”.

Hasta el último segundo que fue posible, *Los 80* luchó por mantener la esencia que el equipo creador forjó con esmero: la familia siempre junta. La frase del cierre marcó un quiebre en la ficción. Después de siete años los Herrera ya no eran seis, sino que se les sumó el público, el equipo de producción, Canal 13, Wood Producciones, el CNTV, las marcas publicitarias y todo aquel que se sintió parte del fenómeno mientras la serie dominó la parrilla programática.

El concepto de familia por sí sólo tuvo un protagonismo que lo instauró como una manera de narrar y acarrear una trama en una época histórica conflictiva. Fue la estructura que permitió representar valores sociales emblemáticos a través de la televisión como vehículo de la referencialidad⁵⁶.

La identificación que *Los 80* generó en el público dominó las esferas de lo cotidiano, traspasando las fronteras de las redes sociales, las conversaciones del diario vivir, los medios de comunicación, ensayos académicos, estudios sobre la industria televisiva, galardones como los Premios *Altazor* y la creación de recompensas económicas⁵⁷ para honrar su confección.

Hablar de *Los 80* es conversar sobre la única serie de chilena de televisión que mantuvo la serialidad que responde a su género. Tocó fibras sensibles y sensaciones afectivas dentro de lo más profundo del espectador y las razones por las cuales eso sucedió son innumerables. Tal vez el público podría sentirse identificado con la familia, estar interesado en la época dictatorial en la que se enmarca, ver la serie como una ventana al pasado atiborrado de recuerdos y experiencias, o simplemente disfrutar una historia con tintes cinematográficos y cargada de melodrama. Lo relevante es que durante siete años fue un producto audiovisual cercano al que los espectadores podían acceder fuera de los límites de la pantalla del televisor.

Dentro de una programación televisiva inclinada hacia las producciones extranjeras, programas misceláneos e informativos la serie actuó como una rendija luminosa que fue un referente para la ficción nacional tanto en producción como en contenidos.

La dictadura como época para tratar en la televisión ya no pertenecía sólo al ámbito institucional, histórico o ilustrativo. *Los 80* demostró que esas décadas traumáticas podían moldearse dentro de los difuminados bordes de la ficción sin perder su importancia.

⁵⁶ Esta idea la trabaja Maluk en Maluk, K (2016) *Representaciones televisivas de la sociedad chilena de la dictadura: estereotipos de familia y jóvenes opositores al régimen en la serie "Los 80, más que una moda"*. En: *La ficción histórica en la televisión iberoamericana 2000-2012*. PP. 153-176. Editorial Brill.

⁵⁷ Como el *Premio Excelencia a la Calidad* del CNTV.

Al echar un vistazo a esa última escena de Juan y Ana en el sillón, el ojo puede caer engañado ante la impresión de que nada cambió y que sólo el tiempo avanzó por el cuerpo de los Herrera.

El equipo de producción mantuvo hasta la última instancia la fantasía de que el matrimonio Herrera podía continuar junto a pesar de todo lo vivido. La decisión significaba establecer una decisión sobre cómo *'lo chileno'* evolucionó entre la década ochentera y el presente. El final de la serie fue la afirmación de que, por lo menos en la ficción, los chilenos se reconciliaban con su pasado.

Sin embargo, la escena que tomó más de ocho horas en armar gritaba a través de su construcción que para el equipo de producción el tiempo no quedaba suspendido. En cada arruga y cana de Juan y Ana, Claudia, Martín y Félix se asomaban las vicisitudes de lo vivido en todo ámbito, desde el origen del guión, pasando por la elección del elenco hasta las estrategias de marketing. El contenido del guión y la producción estaban casados desde un inicio y el final debía dar cuenta de aquello.

La ficción no podía desligarse de las condiciones económicas, sociales, políticas, industriales y culturales en las que se ve envuelta. Relatar la vida de los Herrera en la segunda década post dictatorial no fue casualidad. El arresto de Augusto Pinochet en Londres en 1998, el desarrollo del *Informe Rettig* y la *Comisión Valech* a comienzos del siglo, el Bicentenario de Chile como referente para generar contenidos en los canales de televisión, la próxima conmemoración de los 40 años del golpe de estado, el desarrollo de la tecnología en la cotidianidad chilena y el aumento del financiamiento estatal del CNTV a la producción nacional fueron los hitos que pavimentaron el camino que permitió que *Los 80* pasara de ser sólo una idea a un producto audiovisual y comercial que quedó en la memoria de los chilenos.

La serie es el reflejo de cómo los contenidos plasmados en el guión y el desarrollo de la historia se ven directamente afectados por las decisiones y transformaciones que vivió el equipo de producción. El relato de los Herrera pudo emerger gracias al caos que reinaba en la planta ejecutiva de Canal 13, se mantuvo en la parrilla programática debido a los acertados cambios de rumbo que tomó la producción

para poder ejecutar el guión y sintió el remezón del cambio de director a la mitad de su emisión.

Con la llegada de la última temporada, las condiciones de producción a las que se enfrentaban sus realizadores los había saturado. Los dos grandes desafíos eran mantener al equipo unido y lograr que Canal 13 no utilizara a la serie para promocionar otros programas. A los ojos de Rodrigo Cuevas realizar la última fase de la vida de ésta familia era una historia que estaba narrativamente agotada porque ya había contado todo lo que se podía sobre los Herrera. Seguir con la serial era alargar el chicle y el cierre de *Los 80* fue sólo parte del compromiso nostálgico que el equipo de producción había hecho con el público.

La serie cerró su ciclo en 2014 con una noticia que batió a todo el equipo de producción: el padre de *Los 80* fue expulsado de su propio nido. Alberto Gesswein fue despedido de su cargo de director del Área de Ficción de Canal 13 tras 13 años de trayectoria en la estación del Grupo Luksic. Él sería el primero de los tantos del equipo de producción de *Los 80* que abandonaron o fueron desligados de la empresa.

Según el comunicado oficial, la razón del despido de Gesswein sería la baja en el *rating* en el Área de Ficción. Los resultados no eran satisfactorios para la planta ejecutiva. La disminución de los puntos que el canal sacaba al final de día y, por ende, los números rojos que acumulaban todas las semanas, incentivó a hacer un recorte de personal que sacudió al equipo de la serie.

Si se mira desde la perspectiva financiera, la lógica de mercado mantiene a Canal 13 sumergido bajo las mismas premisas que en 2008. El *rating* proporciona las *lucas*, las *lucas* permiten la variación de los contenidos y formatos ofrecidos, y la transformación de los contenidos y formatos ofrecidos prenden de la cuerda floja manejada por el *rating*. En ese sentido y observado la baja producción de series que tiene la estación televisiva, es como si el fenómeno de *Los 80* sólo hubiese significado *lucas* e imagen, y no un aprendizaje sobre cómo realizar series de ficción.

Sin embargo, *Los 80* trascendió mas allá de su buena situación financiera. Los contenidos del guión fueron el arranque que comprobó que en la televisión chilena sí se podía hablar del pasado reciente a través de la ficción.

La travesía que el guión pintó para Ana, Juan, Claudia, Martín, Félix y Anita es la representación sobre cómo el equipo de producción quiso mostrar a Chile. El camino de los Herrera es el de los chilenos mientras vivían procesos políticos, sociales, culturales y económicos que los llevaron al fin de la dictadura.

La serie es un referente sobre cómo narrar una historia con la cual el público se sienta representado. Por eso, al hablar de los Herrera es inevitable hablar de la propia familia.

A pesar de la crisis financiera de la televisión en Chile, en los últimos cinco años sí han existido otras series de ficción de relevancia. Los contenidos emitidos en programas como *Príncipes de Barrio*, la mini serie *Ecos del Desierto*, *Zamudio*, *Los Archivos del Cardenal*, *Pulseras Rojas* o *El Reemplazante* son de igual o de mayor trascendencia que las temáticas de *Los 80*, y no se puede desconocer su relevancia y aporte a la industria de ficción nacional. Sin embargo, ninguna de ellas ha tenido la suerte que tuvo la producción ochentera para realizarse.

Los 80 destaca como una fórmula de producción única porque contó con las condiciones más óptimas para generar series de ficción. Los horarios, publicidad, condiciones de producción y el financiamiento acorde a la calidad que el equipo creador quería entregar permitió que, a fin de cuentas, no sea tan cliché decir que *Los 80* realmente fue ‘más que una moda’.

ANEXOS

Anexo 1: Oferta de géneros en horario *prime* 2000-2008

Tabla Nº 3: Oferta de géneros en horario *Prime-Time*, 2000-2008
(En porcentajes)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
INFORMATIVOS	19,8	16,2	17,7	18,4	16,7	19	18,8	18,7	21,9
PELÍCULAS	8,1	7	11,3	8,9	11,6	11,7	12,1	13,9	16,4
TELENOVELAS	17,5	12,2	14,2	14,4	9	15	19,3	9,5	12,6
SERIES	4,8	9,4	3,6	1,3	4,1	3,7	9	18,7	12,6
MISCELÁNEOS	24,4	15,3	30,4	20	19,4	16,7	10,9	12,4	10,0
REALITY SHOW				11,6	6	10,6	6,9	10,3	8,3
CONVERSACIÓN	6,4	13,1	10,4	11,8	13,5	4,8	5,8	1,5	4,6
DIB. ANIMADOS	4,7	0,9	0,6	3,9	4	4,8	7,6	7,2	4,5
REPORTAJES	5,1	3,6	4,3	3,3	4,3	3,3	3,1	2,7	3,2
EVENTOS	1,3	2,2	3,7	4,5	3,9	4,8	2,7	2,5	3,1
DOCUMENTALES	0,4	3,7	0,7	0,9	2,3	2,3	2,5	2,1	2,2
INSTRUCCIONAL	1,3	4	2,3	0	3,2	3,3	1,3	0,4	0,5
VIDEOCLIPS	6,2	12,4	1	1,1	2,1	0,1	0	0	0,0
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Anexo 2: Parrilla programática de los canales de televisión desde 2008 a 2011.

2008

Parrillas programáticas canales 2008					
Capítulo	Canal 13	TVN	Mega	CHV	Día
1	Los 80	Animal Nocturno	Prison Break	Tolerancia Cero	Domingo
2		Animal Nocturno	Prison Break	Tolerancia Cero	Domingo
3		Animal Nocturno	Prison Break	Tolerancia Cero	Domingo
4		Animal Nocturno	Prison Break	Tolerancia Cero	Domingo
5		Animal Nocturno	Prison Break	Tolerancia Cero	Domingo
6		Animal Nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo
7		Animal Nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo
8		Animal Nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo
9		Animal Nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo
10		Animal Nocturno	Estos niños son imbatibles	Tolerancia Cero	Domingo

2009

Parrillas programáticas canales 2009					
Capítulo	Canal 13	TVN	Mega	CHV	Día
1	Los 80	Animal nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo
2		Animal nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo
3		Animal nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo
4		Animal nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo
5		Animal nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo
6		Animal nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo
7		Animal nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo
8		Animal nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo
9		Animal nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo
10		Lo mejor de Animal nocturno	Mar adentro	Tolerancia Cero	Domingo

2010

Parrillas programáticas canales 2010					
Capítulo	Canal 13	TVN	Mega	CHV	Día
1	Los 80	Animal nocturno	Adiós al Séptimo de línea	Tolerancia Cero	Domingo
2		Animal nocturno	Adiós al Séptimo de línea	Tolerancia Cero	Domingo
3		Animal nocturno	Adiós al Séptimo de línea	Tolerancia Cero	Domingo
4		Animal nocturno	Adiós al Séptimo de línea	Tolerancia Cero	Domingo
5		Animal nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo
6		Animal nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo
7		Animal nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo
8		Animal nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo
9		Animal nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo
10		Animal nocturno	Caiga quién caiga	Tolerancia Cero	Domingo

2011

Parrillas programáticas canales 2011					
Capítulo	Canal 13	TVN	Mega	CHV	Día
1	Los 80	Sex and the city	Se busca	Tolerancia Cero	Domingo
2		El curioso caso de Benjamin Button	Biúsqueda implacable	Tolerancia Cero	Domingo
3		Viaje al centro de la tierra	15 minutos	Tolerancia Cero	Domingo
4		Red de mentiras	El días después de mañana	Tolerancia Cero	Domingo
5		Harry Potter y el príncipe mestizo	El castigador, zona de guerra	Tolerancia Cero	Domingo
6		Batman, el caballero de la noche	Rápido y Furioso 4	Tolerancia Cero	Domingo
7		Batman, el caballero de la noche	Rápido y Furioso 4	Tolerancia Cero	Domingo
8		300	Titanic, 2ª parte	Tolerancia Cero	Domingo
9		Troya	Duro de matar 4	Tolerancia Cero	Domingo
10		Happy Feet	El hombre araña 3	Tolerancia Cero	Domingo
11		Su nombre es Joaquín	Tenis: Fernando González vs. Gael Monfis	La doña	Martes

2012

Parrillas programáticas canales 2012					
Capítulo	Canal 13	TVN	Mega	CHV	Día
1	Los 80	Esto no tiene nombre	Coliseo Romano	Avatar	Domingo
2		Esto no tiene nombre	Coliseo Romano	Tolerancia Cero	Domingo
3		Esto no tiene nombre	Coliseo Romano	Tolerancia Cero	Domingo
4		Viaje al centro de la tierra	Coliseo Romano	Tolerancia Cero	Domingo
5		Presagio	Coliseo Romano	Tolerancia Cero	Domingo
6		Destino Final 4	Coliseo Romano	Tolerancia Cero	Domingo
7		Promesas del este	Coliseo Romano	Tolerancia Cero	Domingo
8		Luna Nueva	Coliseo Romano	Tolerancia Cero	Domingo
9		La Huérfana	Coliseo Romano	Tolerancia Cero	Domingo
10		Scarface	Coliseo Romano	Tolerancia Cero	Domingo
11		El Padrino	Coliseo Romano	Tolerancia Cero	Domingo
12		El Reemplazante	Coliseo Romano	Tolerancia Cero	Domingo

2013

Parrillas programáticas canales 2013					
Capítulo	Canal 13	TVN	Mega	CHV	Día
1	Los 80	Informe especial	Trepadores	Tolerancia Cero	Domingo
2		Domingo de goles	El internado	Tolerancia Cero	Domingo
3		Domingo de goles	El internado	Tolerancia Cero	Domingo
4		Domingo de goles	El internado	Tolerancia Cero	Domingo
5		Domingo de goles	El internado	Tolerancia Cero	Domingo
6		Domingo de goles	El internado	Tolerancia Cero	Domingo
7		Informe especial	El internado	Tolerancia Cero	Domingo
8		Domingo de goles	El internado	CHV noticias	Domingo
9		Domingo de goles	El internado	CHV noticias	Domingo
10		El informante	Titanic	Tolerancia Cero	Domingo
11		Domingo de goles	Búsqueda implacable	Stefan vs. Kramer	Domingo
12		Domingo de goles	Búsqueda implacable	Tolerancia Cero	Domingo

2014

Parrillas programáticas canales 2014					
Capítulo	Canal 13	TVN	Mega	CHV	Día
1	Los 80	Domingo de goles	Las mil y una noches	Tolerancia Cero	Domingo
2		Domingo de goles	Las mil y una noches	Tolerancia Cero	Domingo
3		Domingo de goles	Las mil y una noches	Tolerancia Cero	Domingo
4		La Chica del Dragón Tatuado	Las mil y una noches	Tolerancia Cero	Domingo
5		Domingo de goles	Las mil y una noches	Tolerancia Cero	Domingo
6		Domingo de goles	Las mil y una noches	Tolerancia Cero	Domingo
7		Domingo de goles	Las mil y una noches	Tolerancia Cero	Domingo
8		Domingo de goles	Las mil y una noches	Tolerancia Cero	Domingo
9		Domingo de goles	Las mil y una noches	Tolerancia Cero	Domingo
10		Domingo de goles	Las mil y una noches	Tolerancia Cero	Domingo
11		Domingo de goles	Las mil y una noches	Tolerancia Cero	Domingo
12		No abras la puerta	Fatmagul	Alerta Máxima	Lunes
13		Alejandro Magno	Las mil y una noches	Tolerancia Cero	Domingo

Anexo 3: Horas de ficción en la televisión chilena en 2009.

Horas de ficción televisiva 2009	Nacional		Latinoamérica		Norteamérica		Otros		Total	
	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%	Horas	%
Telecanal	0	0,0	91	4,0	2.096	91,3	108	4,7	2.295	100,0
La Red	0	0,0	1.820	56,2	1.393	43,0	23	0,7	3.236	100,0
UCV	0	0,0	22	6,4	324	92,2	5	1,4	351	100,0
TVN	747	50,8	183	12,4	541	36,8	0	0,0	1.471	100,0
MEGA	286	20,7	920	66,6	121	8,8	55	3,9	1.382	100,0
CHV	565	43,5	267	20,6	339	26,1	127	9,7	1.298	100,0
Canal 13	389	33,7	324	28,0	443	38,3	0	0,0	1.156	100,0
Total 2009	1.988	17,8	3.629	32,4	5.256	47,0	317	2,8	11.190	100,0

Fuente: Time Ibope y Obitel Chile.

Anexo 4: Datos de la penetración de la televisión pagada en Chile desde el año 2009 hasta el año 2013.

Año	Suscriptores con acceso Alámbrico	Suscriptores con acceso satelital	Total Suscriptores	% Penetración de hogares
2009	1.003.315	660.717	1.664.032	34,7%
2010	1.075.675	853.019	1.928.694	38,8%
2011	1.137.625	929.743	2.067.368	40,1%
2012	1.177.637	982.342	2.159.979	40,4%
2013	1.285.639	1.269.981	2.555.620	46,1%

Fuente: Subtel.

Anexo 5: Inversión histórica en publicidad distribuida por año y medio.



Inversión Histórica

(Real) Millones de Pesos*

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Televisión	266.564	281.834	302.784	284.677	287.214	311.050	323.813	314.884	313.730	280.837
Diarios	165.032	170.949	179.787	168.807	144.709	174.088	192.047	180.846	177.739	156.185
Radios	46.261	43.757	43.609	42.191	41.764	44.025	49.087	47.416	51.537	52.407
Revistas	17.982	18.159	19.573	16.994	13.061	13.871	13.913	13.864	15.907	13.461
Vía Pública	47.306	51.843	59.464	50.867	42.603	48.228	62.409	62.778	66.600	61.437
Cine	1.762	1.670	1.680	1.314	1.619	2.140	2.361	2.407	2.136	2.201
TV Pago	9.633	9.782	11.708	9.804	18.391	24.887	33.365	39.268	39.558	43.686
Online	6.154	7.976	10.034	13.295	20.824	35.614	44.871	55.756	68.203	81.487
Total (MM\$)	560.695	585.971	628.639	587.948	570.183	653.904	721.866	717.218	735.410	691.701
Variación (%)	7,8%	4,2%	7,3%	-6,5%	-6,0%	13,1%	10,4%	-0,6%	2,5%	-5,9%

BIBLIOGRAFÍA

- ACUÑA, Fernando (2007) *Los primeros 50 años de la Televisión Chilena*.
- ASOCIACIÓN CHILENA DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD (2008) *Inversión Publicitaria 2008*.
- ASOCIACIÓN CHILENA DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD (2013) *Inversión Publicitaria 2013*.
- ASOCIACIÓN CHILENA DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD (2014) *Inversión Publicitaria 2014*.
- ASOCIACIÓN NACIONAL DE TELEVISIÓN (2013) *Primer informe anual: televisión chilena*.
- BUZETA, C y Moyano, P (2013). *La medición de las audiencias de televisión en la era digital*. Cuadernos de información, 33, pp. 53-62.
- CAMPONOVO, S (2011) *Estado e industrias culturales: La TV chilena y el Fondo de Fomento a la Calidad del Consejo Nacional de Televisión*.
- CARRASCO, A (2007) *Teleseries: géneros y formatos. Ensayo de definiciones*. En Revista MHCJ N° 1, artículo 9, páginas: 174-200
- CARRASCO, N (2013) *Producción audiovisual independiente para televisión 2013*. En IV Panorama del Audiovisual en Chile. pp. 53-58
- CARRIÓN, J (2011) *Teleshakespeare*. Erreta naturae Editores, Uruguay.
- CASTILLO, A. Simelio, N. Ruiz, M. (2012) *La reconstrucción del pasado reciente a través de la narrativa televisiva. Estudio comparativo de los casos de Chile y España*. En Revista Comunicación, Vol. 1, núm 10, Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad y Literatura de la Universidad de Sevilla, España (PP 66-68)
- CANAL 13 (2012) *Memoria Anual de Canal 13*.
- CANAL 13 (2013) *Informe Anual de Ventas de Publicidad 2013*.
- CANAL 13 (2014) *Informe Anual de Ventas de Publicidad 2014*.
- CANAL 13 (2014) *Memoria Anual de Canal 13*.
- CHAMORRO, M (2015) *La extensión del relato audiovisual en las redes sociales: el caso de las series de ficción Cuéntame cómo pasó de España y Los 80 de Chile*. Revista

Razón y Palabra. N° 89 Marzo-Mayo 2015.

CHICHARRO, M. (2011). *Aprendiendo de la ficción televisiva. La recepción y los efectos socializadores de «Amar en tiempo revueltos»*. Comunicar, n°36, v. XVIII. Pp. 181-189.

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES (2013a) *Estimación de posibles impactos económicos y sociales de una política de estímulos tributarios directos a la producción audiovisual en Chile*. En colaboración con la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES (2013b) *Informe de oferta y consumo de cine en Chile*.

CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES (2014) *Mapeo de las industrias creativas en Chile*. Maval Ltda. Santiago, Chile.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (2007) *Estudio estadístico de televisión abierta 2000-2007*.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (2008) *Sexta encuesta nacional de televisión 2008. Resultados nacionales y regionales*.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (2010a) *Anuario de Publicidad TV Abierta 2010*.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (2010b) *Balance de gestión integral año 2010*.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (2010c) *Memoria del CNTV 2010*.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (2011) *Séptima encuesta nacional de televisión histórico 1993 – 2011*.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (2012) *Anuario Estadístico: Oferta y Consumo de Programación en TV Abierta*.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (2015) *Informe de auditoría al CNTV*.

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN (2016) *Resolución exenta N°62: Bases del Concurso Público para asignación del Fondo de Apoyo a Programas Culturales del año 2016*. 09 de febrero de 2016.

DEL RÍO, N; DÍAZ, L y MUJICA, A (2014) Representación de género en series de ficción nacionales de máxima audiencia: *Los 80, Los Archivos del Cardenal y El*

Reemplazante. Memoria de Título.

DURÁN, S (2013) *La representación televisiva del pasado reciente: el caso de Canal 13 y los 30 años del Golpe (2003)*. Ponencia presentada al seminario “A 40 años del Golpe de Estado en Chile. Usos y abusos en la historia”, Santiago, Chile, 2-4 de septiembre de 2013

FERNÁNDEZ, F (2004) *Perspectiva de desarrollo de un espacio audiovisual en los países del cono sur de América Latina: elementos para un análisis y diagnóstico de la televisión*. Tesis Doctoral.

FIGUEROA, N y LE-BERT, J (2014) *Resumen ejecutivo evaluación programas gubernamentales (EPG) Fondo de apoyo a programas culturales*. Ministerio General de Gobierno, Consejo Nacional de Televisión (CNTV) Enero – Julio 2014.

FUNDACIÓN NOVO VEINTIUNO (2015) *Caracterización económica y política Grupo Luksic*.

FUENZALIDA, V y JULIO, P (2009) *Tercer informe Obitel en Chile*. Santiago, Chile: Obitel (Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva) con Pontificia Universidad Católica de Chile y Time Ibope.

FUENZALIDA, V y JULIO, P (2010) *La ficción audiovisual en chilena en 2009*. Santiago de Chile: Obitel (Observatorio Iberoamericano de Ficción Televisiva) en colaboración con Pontificia Universidad Católica de Chile y Time Ibope.

FUENZALIDA, V; JULIO, P y POLIDURA, I (2011) *La TV abierta y de pago*. En II Panorama del Audiovisual en Chile.

FUENZALINA, V (2013) *Evolución de la ficción en la televisión abierta chilena*. En Obitel (2013) *Memoria Social y Ficción Televisiva en Países Iberoamericanos*. Porto Alegre: Editora Sulina.9

GARCÍA CANCELINI, N (2001) Por qué legislar sobre industrias culturales. *Nueva Sociedad* n° 175. Obtenido el 25/05/2016 de:
http://biblioteca.hegoa.ehu.es/system/ebooks/10355/original/Culturas_Medios_y_Politicas.pdf

HURTADO, M (1989). *Historia de la TV en Chile (1958-1973)*. Santiago: Eds. Documentas / Ceneca.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS (INE) (2010) *Estadísticas del Bicentenario: la familia chilena en el tiempo en Evolución de la población de Chile en los últimos 200 años*. Boletín informativo del Instituto Nacional de Estadísticas.

JULO, P; FERNÁNDEZ, F; MUJICA, C; BACHMAN, I y OSORIO, D (2015) *Chile: la conquista turca de la pantalla*. OBITEL 2015

LATIN AMERICAN MULTICHANNEL ADVICER COUNCIL (LAMAC) (2016) *Informe sobre penetración televisión paga en hogares chilenos*. Datos revelados por IBOPE en el Establishment Survey 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014 y 2015 para publicación de Universos 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 y 2016. Penetración de tv paga en hogares. Regiones medidas por IBOPE, incluye: Gran Santiago, Antofagasta, Valparaíso-Viña del Mar, Concepción- Talcahuano, Temuco. Recuperado el 15 de marzo de 2016 de: <http://www.lamac.org/chile/metricas/total-por-tv-paga>

MALUK, K (2016) *Representaciones televisivas de la sociedad chilena de la dictadura: estereotipos de familia y jóvenes opositores al régimen en la serie “Los 80, más que una moda”*. En: La ficción histórica en la televisión iberoamericana 2000-2012. PP. 153-176. Editorial Brill.

MUJICA, C (2007) *La telenovela de época chilena: entre la metáfora y el trauma*. En Cuaderno de información N°21. PP.20-33

MUJICA, C (2013) *Ficción televisiva y los 40 años del Golpe Militar*. En “IV Panorama del Audiovisual en Chile”.

OBSERVATORIO IBEROAMERICANO DE FICCIÓN TELEVISIVA (2012) *Informe de Chile 2011: Cambios en el Paisaje Industrial* en “Transnacionalización de la Ficción Televisiva en los Países Iberoamericanos”.

OBSERVATORIO IBEROAMERICANO DE FICCIÓN TELEVISIVA (2013) *Chile, cambios en la industria* en “Memoria social y ficción televisiva en países Iberoamericanos”.

OBSERVATORIO IBEROAMERICANO DE FICCIÓN TELEVISIVA (2014) *Chile: la televisión como muro de la historia.*) en “Estrategias de la producción transmedia en la ficción televisiva”.

OBSERVATORIO IBEROAMERICANO DE FICCIÓN TELEVISIVA (2015) *Chile: la conquista turca de la pantalla* en “Relaciones de género en la ficción televisiva”.

OSSA, P. (2012) *Cuál es el Momento Óptimo para lanzar los Comerciales al Aire: Modelo Asimétrico*. Tesis de Grado de Magíster en Economía.

RINCÓN, O. (2011). *Nuevas narrativas televisivas: relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar*. *Comunicar*, 18 (36), 43-50

RUEDA LAFFOND, J.C. y GUERRA Gómez, A. (2009): *Televisión y nostalgia. "The Wonder Years" y "Cuéntame cómo pasó"*. Revista Latina de Comunicación Social, 64, páginas 396 a 409. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, recuperado el 05 de octubre de 2015 de:
http://www.revistalatinacs.org/09/art/32_831_55_Complutense/Rueda_y_Guerra.html

VELIZ, Fernando. (2006). *Cine chileno e industria... el desafío que falta*. Signo y Pensamiento, (48), 149-169. Recuperado el 28 de mayo de 2016 de:
http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-48232006000100010&lng=en&tlng=es

VERGARA, C (2011) *Producción independiente para TV abierta*. En II Panorama del Audiovisual en Chile.

Material en línea

Anatel (2013) “Anatel presenta el Primer Informe de la Televisión Chilena”. Obtenido el 12/09/2015 de: <http://www.anatel.cl/actualidad/anatel-presenta-el-primer-informe-de-la-television-chilena>

El Mercurio (19 de junio de 2008) “Sector cultural aporta más que la pesca y la agricultura al Pib” Obtenido el 10/7/2015:
<http://www.emol.com/noticias/magazine/2008/06/19/309324/sector-cultural-aporta-mas-que-la-pesca-y-la-agricultura-al-pib-segun-estudio.html>

El Mercurio (14 de noviembre de 2010) “Los pilares del modelo que Luksic y Cortázar preparan para Canal 13”. Obtenido el 03/05/2016 de:
<http://www.observatoriofucatel.cl/los-pilares-del-modelo-que-luksic-y-cortazar-preparan-para-canal-13/>

La Tercera (08 de octubre de 2010) “Serie Los 80 es la gran apuesta de TVN para el extranjero” Obtenido el 08/08/2015 de:
http://www.latercera.com/contenido/661_240274_9.shtml

No es ná la feria (27 de octubre de 2013). “Descubre que fue de los Herrera después del regreso a la democracia”. Obtenido el 06/07/2015 de:
<http://noesnalaferia.cl/television/los-80-descubre-que-fue-de-los-herrera-despues-del-regreso-a-la-democracia/>

Portal Terra (11 de diciembre de 2011): “*Los 80*: el fenómeno en *backstage* y cifras”. Extraído el 16/05/2015 de: <http://entretenimiento.terra.cl/tv/los-80-el-fenomeno-en-backstage-y-cifras.657d12dd1c224310VgnVCM20000099f154d0RCRD.html>

Publimetro (04 de mayo de 2009) “Serie de Aplaplac fuera de Canal 13”. Obtenido el 03/04/2016 de: <http://www.publimetro.cl/nota/serie-de-aplaplac-fuera-de-canal-13/bNQied!504046/>

Publimetro (4 de noviembre de 2013) ““Los 80”: Juan Herrera se gana el odio de los tuiteros”. Obtenido de internet el 04/10/15: <http://showbiz.publimetro.cl/los-80-juan-herrera-se-gana-el-odio-de-los-tuiteros/showbiz/2013-11-04/090440.html>

Revista Capital (02 de febrero de 2012) “El fin de Los 80”. Obtenido el 22/05/2016 de <http://www.capital.cl/coffe-break/2012/08/02/120816-el-fin-de-los-80>

Revista Capital (28 de mayo de 2012) “¿Chilewood? No todavía.” Obtenido el 10/04/2016 de: <http://www.capital.cl/poder/2012/05/28/120507-chilewood-no-todavia>

Radio Universidad de Chile (10 de mayo de 2012) “Censura en Canal 13: Otra más en el “prontuario” de Cortázar” Obtenido el 06/03/2016 de: <http://radio.uchile.cl/2012/05/10/cortazar-lo-hace-otra-vez-censura-a-reportaje-abre-conflicto-interno-en-canal-13>

Hemeroteca

Se han consultado las siguientes colecciones:

La Tercera impresa, *La Tercera digital*, *Las Últimas Noticias impresa*, en las siguientes fechas:

- Desde octubre a diciembre de 2008 (emisión primera temporada de *Los 80*).
- Desde octubre a diciembre de 2009 (emisión segunda temporada de *Los 80*)
- Desde octubre a diciembre 2010 (emisión tercera temporada de *Los 80*)
- Desde octubre a diciembre 2011 (emisión cuarta temporada de *Los 80*)
- Desde septiembre a diciembre 2012 (emisión quinta temporada de *Los 80*)
- Desde octubre a enero 2013 (emisión sexta temporada de *Los 80*)
- Desde octubre a diciembre 2014 (emisión séptima temporada de *Los 80*)

Filmografía y visionados:

Visionado de la serie *Los 80* desde la primera a séptima temporada (78 capítulos), obtenida en: <http://www.13.cl/programas/los-80-temporada-final/temporada-1>

Visionado de entrevista a Daniel Muñoz en “Mentiras Verdaderas Programa Completo Miércoles 21 de Enero 2015” en *Youtube*. Obtenido el 26/6/2015 de <https://www.youtube.com/watch?v=2qp4KIk8mUA>

Visionado de especial de “Los Herrera detrás de cámara” en *Youtube*. Obtenido el 08/10/2015 en: <https://www.youtube.com/watch?v=co5M3dVV3Is>

Entrevistas realizadas:

Alberto Gesswein, productor ejecutivo del “Proyecto Bicentenario de Canal 13” y de *Los 80* desde primera a sexta temporada.

Boris Quercia, director de *Los 80* desde primera a quinta temporada.

Caroline Muñoz, productora general de *Los 80* desde quinta a séptima temporada.

Carola Trejo, periodista investigadora de *Los 80* desde quinta a séptima temporada.

Eduardo Santa Cruz, académico de la Universidad de Chile.

Francisca Socias, supervisora técnica del Consejo Nacional de Televisión (CNTV).

Loreto Aravena, actriz y protagonista de *Los 80* desde primera a séptima temporada.

Luis Hernández, dueño de locación de grabación de *Los 80*.

María Teresa Valdivieso, encargada de marketing de *Los 80* desde segunda a sexta temporada.

Nicolás Acuña, director de series de televisión, ex director de programación de TVN y académico de la Universidad de Chile.

Patricio Pereira, productor ejecutivo de *Los 80* desde primera a séptima temporada.

Roberto Matus, director de *casting* de *Los 80* desde primera a séptima temporada.

Rodrigo Bazaes, director de arte (primera a quinta temporada) y director (quinta a séptima temporada) de *Los 80*.

Rodrigo Cuevas, guionista de *Los 80* desde primera a séptima temporada.

Sergio Durán, historiador de la serie *Los 80* tercera a séptima temporada.

Tomás Verdejo, actor y protagonista de *Los 80* desde primera a séptima temporada.



Prof. Raúl Rodríguez O.
Jefe de Carrera Escuela de Periodismo
Instituto de la Comunicación e Imagen
Universidad de Chile
PRESENTE

A continuación le comunico a usted la evaluación de la memoria de título “*LOS 80: LA PRODUCCIÓN EN LAS BASTILLAS*”, de la estudiante Valentina Pamela Andrea Carvajal Gallardo, trabajo guiado por el profesor Javier Mateos-Pérez en la categoría Reportaje Periodístico:

	ITEM	ASPECTOS CONSIDERADOS	%
1.1	Pertinencia y relevancia del tema	Interés público y enfoque.	10%
1.2	Investigación y reporteo	Técnicas de reporteo, calidad y cantidad de fuentes, rigurosidad en el tratamiento de la información	40%
1.3	Estructura y presentación	Coherencia narrativa, fluidez y formato.	25%
1.4	Redacción	Estilo narrativo, recursos estilísticos y calidad de la redacción	25%

Excelente 7.0–6.5; Muy Bueno 6.4–6.0; Bueno 5.9–5.0; Aceptable 4.9–4.0; Deficiente 3.9– 3.0

Item	Nota	Valor
1.1	7,0	0,7
1.2	7,0	2,8
1.3	6,8	1,7
1.4	6,8	1,7
Nota Final		6,9

COMENTARIO

La memoria de la alumna Valentina Carvajal presenta una investigación periodística sobre el contexto de producción de la serie de televisión *Los 80*. Para ello, profundiza sobre tres ejes que articulan su reportaje: la influencia social y el debate público que suscitó *Los 80*; la narración del trayecto de la serie desde que surge la idea de crearla hasta su emisión televisiva y, por último, el recorrido económico de la producción audiovisual. Para ello la alumna entrevista a personas involucradas con la serie (creadores, directores, actores, personal técnico), con la industria audiovisual nacional (directores, financistas, miembros del CNTV) y a especialistas e investigadores académicos del ámbito televisivo. Además, aporta



documentación bibliográfica y hemerográfica que alude a su objeto de investigación, destacando los informes de instituciones oficiales, artículos de investigación y textos divulgativos.

Considero que el tema de investigación es interesante, pertinente, útil para la sociedad y poco visibilizado en el alcance público. Hace falta recordar que Los 80 es una serie popular, con elevados índices de audiencia en sus distintas temporadas y además fue bien valorada entre el público y la crítica especializada. La serie también es relevante porque cuenta de un periodo determinante de la historia reciente chilena. Debido a esto, este trabajo contribuye a como un documento valioso para el estudio de la televisión en Chile y, específicamente, sobre las series de televisión de producción nacional.

En general se trata de un excelente trabajo de investigación: correctamente estructurado, completo y exhaustivo en cuanto a la investigación, crítico en la interpretación y riguroso en lo referido a las fuentes personales y documentales. Este trabajo de fuentes es pertinente, completo y accede a un elevado contingente de protagonistas implicados en la producción y ejecución de la serie. Se estima que las entrevistas realizadas enriquecen la investigación de manera sobresaliente y las considero como una de las principales aportaciones del trabajo. Se considera que, aunque el estudio de las fuentes documentales es apropiado, se podía haber añadido alguna referencia a series de televisión similares, producidas en países vecinos, que ayuden a calibrar o dimensionar las series de televisión en el contexto Latinoamericano.

En cuanto al producto final presentado, se estima que trabaja el reportaje periodístico. Se trata de un texto con intención divulgativa, correctamente escrito, bien presentado y además es breve. Particularmente se observan algunas imprecisiones narrativas en momentos puntuales que en ocasiones tienden a ralentizar su lectura alargando innecesariamente algunos pasajes. Sin embargo, su estructura es original y está situada de tal manera que permite atisbar una panorámica del contexto de la producción de la serie desde el final al comienzo, esto es, desde su éxito a su origen, recorriendo su dimensión económica y finalizando con la interpretación de lo que supuso esta serie en el debate chileno.

Se considera que la investigación cumple con los requisitos necesarios para efectuar una memoria de título de la carrera de periodismo del ICEI. De la redacción se evidencia un trabajo en donde se ponen en liza métodos, habilidades, competencias y teorías resueltas con un producto profesional exitoso, gracias a la formación recibida durante la carrera de periodismo.

Se trata de un trabajo original, donde las prácticas y habilidades periodísticas están correctamente ejecutadas. Además redactado de manera clara en sus exposiciones, tal como exige la normativa de títulos.



Por todo lo anterior, califico la memoria de título "LOS 80: LA PRODUCCIÓN EN LAS BASTILLAS", de la estudiante Valentina Pamela Andrea Carvajal Gallardo con un 6,9 (seis coma nueve).

Atentamente,


Profesor Javier Mateos-Pérez

Santiago, 23 de agosto de 2016



Prof. Raúl Rodríguez O.
Jefe de Carrera Escuela de Periodismo
Instituto de la Comunicación e Imagen
Universidad de Chile
PRESENTE

A continuación le comunico a usted la evaluación de la memoria de título **“Los 80: la producción en las bastillas”** de la estudiante Valentina Carvajal Gallardo, en la categoría Reportaje Periodístico:

	ITEM	ASPECTOS CONSIDERADOS	%
1.1	Pertinencia y relevancia del tema	Interés público y enfoque.	10%
1.2	Investigación y reporteo	Técnicas de reporteo, calidad y cantidad de fuentes, rigurosidad en el tratamiento de la información	40%
1.3	Estructura y presentación	Coherencia narrativa, fluidez y formato.	25%
1.4	Redacción	Estilo narrativo, recursos estilísticos y calidad de la redacción	25%

Excelente 7.0–6.5; Muy Bueno 6.4–6.0; Bueno 5.9–5.0; Aceptable 4.9–4.0; Deficiente 3.9- 3.0

Item	Nota	Valor
1.1	6.0	0.60
1.2	7.0	2.80
1.3	6.5	1.63
1.4	6.0	1.30
Nota Final	6.3	



COMENTARIO

1.- Se trata de una investigación periodística que se destaca por su exhaustividad en la recopilación de datos y antecedentes obtenidos a través del uso de los instrumentos adecuados y pertinentes. Gracias a ello, logra plenamente el objetivo señalado de describir “*las condiciones creativas, económicas, industriales y de producción*” de la serie televisiva que constituye el tema del reportaje. En ese sentido, cumple de muy buena forma con las exigencias básicas de un trabajo de investigación de esta naturaleza.

2.- Cabe destacar que el diseño metodológico es bueno y acorde a las exigencias que se desprenden de los objetivos planteados, así como se hace referencia a trabajos publicados en el último tiempo sobre la serie en cuestión, así como a la relación entre ficción televisiva e historia, aunque podrían haberse aprovechado algo más.

3.- En cuanto a la coherencia del texto, la redacción y otros aspectos formales, como la estructura de capítulos, queda todavía un cierto espacio para mejorarlos, evitando algunas reiteraciones, discontinuidades en el relato, etc., aunque en términos generales en este aspecto también se cumple con las exigencias básicas de manera aceptable.


Atentamente,
Eduardo Santa Cruz A.
Profesor Informante

Santiago, 6 de Julio de 2016



Prof. Raúl Rodríguez O.
Jefe de Carrera Escuela de Periodismo
Instituto de la Comunicación e Imagen
Universidad de Chile
PRESENTE

A continuación le comunico a usted la evaluación de la memoria de título **“Los 80: La producción en las bastillas”**, del estudiante *Valentina Pamela Carvajal Gallardo.*, trabajo guiado por la profesora *Javier Mateos Pérez* en la categoría Reportaje Periodístico:

	ITEM	ASPECTOS CONSIDERADOS	%
1.1	Pertinencia y relevancia del tema	Interés público y enfoque.	10%
1.2	Investigación y reporteo	Técnicas de reporteo, calidad y cantidad de fuentes, rigurosidad en el tratamiento de la información	40%
1.3	Estructura y presentación	Coherencia narrativa, fluidez y formato.	25%
1.4	Redacción	Estilo narrativo, recursos estilísticos y calidad de la redacción	25%

Excelente 7.0–6.5; Muy Bueno 6.4–6.0; Bueno 5.9–5.0; Aceptable 4.9–4.0; Deficiente 3.9- 3.0

Item	Nota	Valor
1.1	6,5	0,7
1.2	6,0	2,4
1.3	7,0	1,6
1.4	7,0	1,8
Nota Final		6,4

COMENTARIO

Sin duda esta memoria logra contextualizar la importancia de esta serie en la historia de la televisión chilena. Una buena investigación, un relato atractivo que permite seguir con interés las distintas etapas que involucraron la creación de Los 80. Buenas entrevistas, manejo del contexto de la industria televisiva.

Por momentos se hizo un énfasis excesivo en los aspectos productivos y no se profundizó en los aspectos más creativos, ese sentido hecho de menos la



También se aborda de manera muy general el aporte del montaje y no se utiliza bien el concepto de narración, en cuanto a estructura narrativa.

Dicho lo anterior destaco la mirada y el análisis político para generar conclusiones importantes que dan luz a nuestra industria y a los procesos productivos para el desarrollo de televisión de calidad

Atentamente, Nicolás Acuña F

firma
profesor/a

Santiago, 17 de Agosto de 2016