

UNIVERSIDAD DE CHILE
ESCUELA DE PERIODISMO

MEMORIA DE TÍTULO:

LA PRODUCCIÓN INDEPENDIENTE DE TELEVISIÓN,
La Experiencia de Nueva Imagen Ltda.



ALUMNO : Juan Manuel Egaña del Valle
PROFESORA GUÍA: Sra. Iris Fuentes

SANTIAGO - OCTUBRE 1996

Andrea y Carlos,
en parte este trabajo
también es de ustedes, gracias.

Qué ves,
qué ves cuando me ves,
cuando la mentira es la verdad.
(Los Divididos)

INDICE

INTRODUCCIÓN	4
ALGO DE HISTORIA	6
<i>Kilómetro 240, el inicio</i>	6
<i>La solitaria carrera de Nuño y la experiencia marginal</i>	12
EL GRAN SALTO	18
<i>TVN y su nuevo escenario</i>	21
<i>A seis años se ven logros</i>	22
<i>La producción independiente en la pantalla</i>	24
LA APERTURA DE TVN	28
<i>El plus de la televisión independiente</i>	30
<i>Las dificultades del negocio</i>	33
<i>Cómo se llega a la pantalla</i>	37
LA EXPERIENCIA DE NUEVA IMAGEN	40
APRECIACIÓN PERSONAL	48
ANEXO 1	50
ANEXO 2	55
ANEXO 3	60
BIBLIOGRAFIA	66

INTRODUCCIÓN

Cada vez es mayor la presencia de producción independiente de programas en la televisión. Actualmente, en TVN existen 16 programas que son producidos íntegramente fuera del canal. Si bien esta forma de funcionamiento no es nueva, proviene desde los inicios de la televisión chilena, aún no se dimensionan las reales posibilidades que representa esta nueva política televisiva para el desarrollo de nuestra profesión.

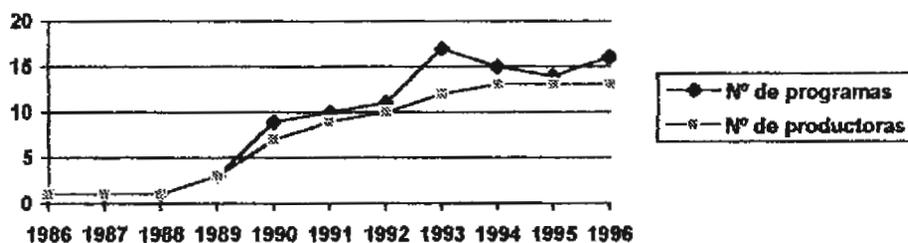
Por medio de este trabajo pretendo dar a conocer algo de la historia de la producción independiente en Chile; quienes son los primeros en realizarla y en qué contexto, la importancia de la realización de video alternativo bajo el régimen militar y, por último, el nuevo escenario que define TVN a partir de 1990, que busca incorporar explícitamente la producción independiente. Por lo general haré referencia a la experiencia de TVN, por ser esta de mayor envergadura comparada con los otros canales, donde casi no se trabaja con producción independiente.

Por otra parte, ilustraré la experiencia de una de las productoras chilenas. Nueva Imagen Ltda. tiene gran trayectoria en TVN y desde el año pasado proyección internacional. Indagaré en las circunstancias que le dieron nacimiento, su evolución, los problemas de las pequeñas productoras, los nuevos mercados que están explorando y los principales productos que han realizado.

El tema me interesa porque desde antes de salir de la escuela he trabajado en la producción independiente. En el segundo semestre de quinto año hice la práctica en **El Show de los Libros**, realizado por Nueva Imagen. Posteriormente trabajé en algunos de los documentales para el Discovery Channel y en la segunda temporada del **Show...** Es por esta razón que hago referencia a dicha productora en la segunda parte de este trabajo.

De esta forma pretendo dar a conocer una experiencia relativamente nueva, que no está incorporada al listado habitual de trabajos que puede desempeñar un periodista. Si nos interesa la televisión, por lo general pensamos incorporarnos a uno de los canales de televisión, y como los cupos son mínimos, la frustración es grande. La producción independiente de programas de televisión es un espacio para la creatividad, la capacidad emprendedora, la innovación y el instinto de sobrevivencia, que vale la pena explotar.

**Evolución de la Producción Independiente para
Televisión Nacional de Chile en los últimos 10 años**



ALGO DE HISTORIA

Por producción independiente para la televisión entendemos los programas que ésta realice y que hayan sido transmitidos por un canal de televisión (en este caso TVN); que sean producidos íntegra y completamente fuera del canal; y estén administrativa, comercial y estéticamente al margen de cualquier entidad o departamento de TVN, exceptuando su exclusiva relación de producto final comprado y transmitido por dicha red. Lo anterior, sin perjuicio de los casos en que, por acuerdo mutuo de las partes negociadoras, TVN ponga a disposición de la empresa productora independiente parte de sus recursos técnicos y humanos.

Hoy en día son 16 los programas realizados por la producción independiente que transmite TVN en su señal nacional. Esta presencia se debe a una política que surgió a partir de 1990, como conoceremos más adelante. Pero desde su inicio, el canal nacional tuvo estrecha relación con la producción independiente.

Kilómetro 240, el inicio

El 18 de septiembre de 1969, Televisión Nacional de Chile inauguró sus transmisiones para Valparaíso y la zona central con una imagen inolvidable para quienes

pudieron apreciarla: vista panorámica del Estadio Nacional vacío. A lo lejos, en la galería, se divisaba una persona. La cámara se acerca y es Raúl Matas que, con una banderita chilena en las manos, da la bienvenida a los telespectadores de este nuevo canal.

Pero antes de esta transmisión, que marca el inicio de sus actividades en forma estable y permanente, se realizaron diversas instancias de experimentación para formar grupos de trabajo, probar equipos técnicos y realizar espacios televisivos. Una de las más importantes se realizó el 21 de mayo de 1969; fue una emisión generada en Santiago y transmitida solamente a través de la Red de Talca del programa **Kilómetro 240**. Lo notable es que este programa fue realizado por Paparazzi Producciones, de este modo, una de las primeras emisiones de TVN estuvo a cargo de una productora independiente y con ello inaugura también la historia de colaboración entre TVN y la producción independiente.

Paparazzi Producciones nace oficialmente en 1967 como una sociedad creativa y productora de sus dos miembros fundadores, Eduardo Ravani y Fernando Alarcón. Socios artísticos desde tiempos estudiantiles en la Universidad de Chile, tuvieron destacada y activa participación en diversas actividades y festivales universitarios. La estrecha relación que tenían las universidades con la televisión (Canal 9 de la Universidad de Chile y 13 de la Universidad Católica) hace posible que los inquietos estudiantes merodeen los canales donde todos están aprendiendo.

Por eso, cuando nace el Canal Nacional, Paparazzi Producciones tenía una experiencia que aportar y se integra sin mayor dificultad como complemento logístico de la producción del Canal. Sus primeras colaboraciones serán **Telediario** y **Kilómetro 240**, y desde entonces estarán presentes durante sus dos primeros años en las pantallas de TVN. Se destacan entre su producción los programas **Londres Pop**, musical-misceláneo conducido por Pepe Gallinato, Jorge Pedreros y Maitén Montenegro; **Estadiovisión**, programa deportivo conducido por Sergio Brotfeld; **Cuatro en Reportaje**, programa periodístico conducido alternadamente por los periodistas Fernando Reyes Matta, Pedro Carcuro, Manuel Loayza y Ximena Heinpell; y **Revista Musical**, espectáculo a cargo de Pepe Gallinato, Maitén Montenegro y Jorge Rebel.

Un caso único y especial lo constituye la experiencia del primer noticiario de TVN, **Telediario**, producido por Paparazzi Producciones entre 1967 y 1969. Su particularidad radica en que, tratándose del noticiario, debiera haber sido uno de los programas producidos íntegramente por el Canal y no por una productora independiente, ya que se trata de “el” programa que contiene la “voz” editorial de un Canal, su pensamiento político e ideológico. Por supuesto, el programa era supervisado en sus contenidos por las autoridades del Canal, sin embargo no deja de ser relevante el hecho de que se hiciera afuera, hecho que responde más a una necesidad logística que a una política editorial. **Telediario** era dirigido por Toño Freire y Enrique González, conducido por el ex-locutor de Radio Minería Gabriel Muñoz, y dirigido periodísticamente por Fernando Reyes Matta.

Hacia fines de 1970 Paparazzi Producciones deja de estar presente en las pantallas de Televisión Nacional. Sin embargo, tiempo después, y debido a la urgencia del canal por elevar su debilitada sintonía, Fernando Alarcón y Eduardo Ravani son contratados por TVN para realizar programas alejados de la contingencia noticiosa y más cercanos a su punto fuerte, la entretención. Ravani será el responsable de éxitos de TVN como **Música Libre**, **Dingolondango** y el **Festival de la Canción de Viña del Mar** de 1978, que inaugura las transmisiones experimentales en color. Inmediatamente posterior a este evento, Ravani, Alarcón y Jorge Pedreros se asocian para formar PAR Producciones, empresa que crea y co-produce junto a TVN los exitosos programas **Jappening con Ja**, **El Show de Pepito TV**, **El Show de Susana Cecilia**, **El Clan de la Nueva Ola**, **El Show de Gloria**, etc., hasta el año 1982. En la actualidad, PAR Producciones no existe y Eduardo Ravani en solitario es el dueño del nombre Paparazzi Producciones, que junto a Chilefilms co-produce el **Jappening con Ja** para Megavisión.

Desde sus inicios, para la realización de sus programas, Paparazzi Producciones arrendaba equipos y servicios a otra de las productoras pioneras en el campo de la producción independiente para televisión: PROTAB. Esta empresa surge en el medio televisivo con el nombre PROTEL y tuvo una vasta experiencia trabajando para el canal de la Universidad Católica.

PROTEL S.A. nace 1963 y tiene como principales objetivos producir, importar y distribuir productos audiovisuales para los canales de televisión existentes (en rigor para

canal 13, con eventuales colaboraciones para el canal 9 de la Universidad de Chile). Su punto fuerte como negocio es la representación de material audiovisual extranjero en Chile.

Sus socios fundadores son Manuel Corvalán, Luis Rosselot, Osvaldo Barzelatto, Eduardo Truyol y Ricardo Miranda. Este último, “productor de espectáculos teatrales y culturales, y productor del Teatro de Ensayo de la Universidad Católica.”¹ En un principio, PROTEL es encargada para realizar diversos espacios, como teleteatros y shows de variedades, como **El Show Dominical**, en el que participaba Don Francisco desde 1963; la comedia **Juani en Sociedad**, con Silvia Piñeiro y Emilio Gaete; el teleteatro cómico **Este Lucho Sabe Mucho**, con el comediante Lucho Córdova; y **La Telenovela Histórica**, que relata episodios de la historia de Chile, especialmente de la independencia y la guerra del Pacífico.

Relata María de la Luz Hurtado en su libro **Historia de la Televisión en Chile. 1958-1973**: “PROTEL no tenía equipos de filmación propios, sino que aportaba la creación de la idea, la selección del elenco, la contratación de técnicos, la confección del presupuesto y el plan de producción, el revelado del material filmico, etc., para que luego los programas los realizaran los funcionarios del canal, bajo la supervisión de PROTEL. (Asimismo), PROTEL se dedicó fuertemente a la distribución de material extranjero para alimentar la televisión. (...) Las ventajas comerciales del empleo de material extranjero para televisión eran enormes en esa época. Dado que Chile recién estaba constituyendo su mercado de

¹ María de la Luz Hurtado, Historia de la Televisión en Chile, p.114.

audiencia en televisión, tenía asignado un precio muy bajo (US\$ 20 la media hora, o menos).²

En 1967 PROTEL firma un acuerdo con la cadena norteamericana ABC, mediante el cual se crea la empresa productora independiente PROTAB. El aporte de ABC fue fundamentalmente de equipos técnicos. Es así como PROTAB se convierte en una productora independiente y al mismo tiempo en una prestadora de servicios, ya que sus equipos y estudios eran arrendados a otras empresas productoras o canales de televisión.

Al momento de nacer Televisión Nacional de Chile, en 1969, PROTAB se incorpora de inmediato a su programación. **Martín Rivas** es tal vez la primera producción que hicieron para Televisión Nacional. Posteriormente realiza diversos programas, entre los cuales podemos mencionar el concurso **Quién Soy Yo**, conducido por Enrique Bravo Menadier; la telenovela **El Padre Gallo**, de Arturo Moya Grau; y el programa juvenil **PLOP**, donde participa en la realización el joven Sergio Nuño.

Hacia 1971, durante el conmocionado período político y social que vive el país al iniciarse el gobierno de la Unidad Popular, PROTAB -a diferencia de Papparazzi Producciones-, continúa su colaboración con TVN en forma normal. La relación de PROTAB con TVN termina porque esta última para el mundial de 1978 comienza las transmisiones en color, con lo cual PROTAB ya no puede competir porque todos sus

² Ibid., p.115.

equipos eran blanco y negro; es el fin de de una productora que estuvo 15 años dominando el mercado de la producción independiente.

Paparazzi Producciones y PROTAB representan la primera etapa en la inserción de la producción independiente en Televisión Nacional de Chile. Su aporte es fundamental, ya que le otorga al canal un apoyo productivo importantísimo, en un momento en que todo el sistema se mueve aún precariamente y con las licencias de la experimentación.

La principal causa de participación en las pantallas de TVN de la producción independiente es la realización de programas que canal 7 no puede asumir. Es por motivos de carencias en el sistema productivo para asumir la totalidad de la programación, dado que en esa época aún era demasiado pequeño y faltaban los recursos técnicos y humanos. Más que una política editorial, se trata de un apoyo logístico.

La solitaria carrera de Nuño y la experiencia marginal

Después de esta primera etapa, se abre un paréntesis de siete años en que la producción independiente no está presente en las pantallas de TVN. Será un joven realizador chileno, con experiencias profesionales en la televisión inglesa y en la publicidad nacional, quien inaugure una segunda etapa de inserción de la producción independiente en TVN.

Llegando a Chile a principio de los años '80, e incorporándose rápidamente al mundo publicitario, Sergio Nuño traía la llave para ingresar, prácticamente solo, a las pantallas de TVN. Esta llave era una idea largamente acariciada que tiene una inmediata reacción positiva entre el canal, la crítica, y el público: un programa documental de historia natural, que viajando por Chile y el mundo mostrará a todo el país las infinitas riquezas y maravillas con que está dotado este planeta, es **La Tierra en que Vivimos**. Emitida por primera vez en 1986 y será hasta 1996 el programa de producción independiente con mayor permanencia en el tiempo: nueve temporadas seguidas. Durante 1995 no fue exhibido, pero se sigue produciendo para emisiones futuras.

El éxito y la permanencia de este programa en el canal radica en su acertado posicionamiento dentro de la línea programática del canal y en el hecho de que difícilmente el canal se habría aventurado a hacerlo por sus propios medios. Un capítulo del programa cuesta 50 mil dólares, 20 millones de pesos. En trabajo, es un mes y medio entre pre-producción y grabación. Y otro mes para el guión, la edición y la post-producción. En total los ocho capítulos se hacen en 18 meses. Obviamente, este ritmo de trabajo y elaboración es impensable dentro del canal, donde la urgencia por producir programas para rellenar las veinte horas de programación diarias escasamente dejan instancias de reflexión a los realizadores. Este es uno de los grandes factores que hacen que TVN compre material independiente: la creatividad y artesanía de un producto que se ha elaborado con el tiempo y no "contra" el tiempo.

Paralelamente a la exitosa incursión de Sergio Nuño en la programación del Canal 7, se está desarrollando en Chile un silencioso movimiento de experiencias televisivas alternativas, que encuentran su difusión a través de circuitos marginales o "no oficiales". Insertos dentro de este movimiento "subterráneo" se encuentran muchos de los futuros protagonistas de una tercera etapa de producción independiente en TVN a partir de 1990. Son grupos de profesionales dedicados a la realización audiovisual, motivados fundamentalmente por la cada vez más candente situación político-social que vive el país a mediados de los años '80. Concretamente, en este período, el universo de la producción audiovisual nacional se divide en cuatro grupos claramente definidos:

1.- Cineastas como Miguel Littin, Helvio Soto (ex Director de Programación de TVN), Raúl Ruiz que se van del país al exilio o al auto-exilio.

2.- Gente que trabaja en los canales de televisión y que tiene la misión de recrear y mantener viva la industria de la televisión.

3.- Jóvenes cineastas y realizadores audiovisuales, egresados de la desaparecida Escuela de Artes de la Comunicación de la Universidad Católica. Estos profesionales se quedan en Chile y se dedican a hacer publicidad para la TV, con el fin de generar recursos y financiar proyectos cinematográficos. A este grupo pertenecen Ricardo Larrain, Pablo Perelman,

Ignacio Agüero, Joaquín Eyzaguirre, Silvio Caiozzi, Gonzalo Justiniano, Patricia Mora, Tatiana Gaviola, etc.

4.- Llamado ‘Video Alternativo’, formado por jóvenes periodistas, actores y realizadores, que no tienen, necesariamente, una formación académica sobre la disciplina audiovisual. Intenta “retratar” una imagen alternativa del país, llevando a las pantallas de cerrados circuitos de público, el llamado “país real”, ausente en la TV abierta.

La motivación del *video alternativo* es claramente política y contraria al régimen militar, por eso es marginada de la televisión, pero no es necesariamente partidista; “El fenómeno de la producción independiente no surge de los partidos, surge de los profesionales del medio sólo por querer hacerlo. Era un espacio técnico-profesional-cultural que tenía una opinión política.”, señala Augusto Góngora, quien fue director de Televisión, una de las principales productoras de *video alternativo*. “Lo anecdótico radica en que la misma política económica del régimen militar permitió la proliferación de productoras y talentos de izquierda, más que los propios partidos políticos. Sergio de Castro, Ministro de Economía por el ‘80, baja los aranceles a cero y Chile se llena de productos importados, entre ellos la tecnología del video baratísima”, agrega.

Como señala Diego Portales: “Antes del VTR (Videotape Recorder, grabador de cinta de video), la producción independiente sólo era posible en cine, cuyos costos de

producción son más elevados y cuyos sistemas de distribución por salas no siempre eran complementados con la aparición en las pantallas de televisión”³ De esta forma, nacen productoras de video que trabajan el mundo social y la realidad de la calle. Estos contenidos llaman la atención de organizaciones y personalidades extranjeras, especialmente europeas, que de distintas maneras comenzarán a apoyar este trabajo.

Con motivaciones político-sociales y financiamiento extranjero, nacen las más importantes productoras del llamado video alternativo, entre ellas destacan **ICTUS TV**, con una motivación más artística, heredada de su destacada trayectoria como grupo teatral, realiza producciones con un marcado acento social. Entre sus realizadores destacados están Claudio di Girolamo, Silvio Caiozzi y Vicente Sabatini, actualmente director de teleseries en Televisión Nacional. Otra productora importante es **TELEANÁLISIS**, nacida en 1984, es inicialmente un apéndice audiovisual de la revista política Análisis. Tiene como función la elaboración de un noticiero itinerante, ya que el público no podía acceder a estos mensajes a través de la televisión pública. Entre sus primeros integrantes se encuentran Augusto Góngora, actualmente Productor Ejecutivo del Área Cultural de Televisión Nacional y Cristián Galaz, hoy realiza spots y videoclips con su productora Zebra. **PROCESO** inicia su actividad en 1987, a la cabeza de Hernán Mondaca y Ximena Arrieta, apunta fundamentalmente a la realización de programas de educación cívica para la democracia. También incursiona en el noticiero alternativo, pero con menos frecuencia Teleanálisis. Por último, **EL CANELO DE NOS** nace en 1987, sus objetivos son más

³ Diego Portales, La Dificultad de Inovar: Un Estudio Sobre las Empresas de Televisión en América Latina, p.116.

sociales que políticos, en el sentido de promover entre su público la actividad laboral y de capacitación. Entre sus miembros se destacan Francisco Vío, Hernán Dinamarca y Pablo Rosenblatt, quien se desempeña en la actualidad como realizador en Imago Films, productora que está presente en la programación de TVN con el programa **Enlaces**.

EL GRAN SALTO

Las productoras independientes gracias al plebiscito de 1988 pueden dar el gran salto, salto que no esperaba pero para el cual ya estaban preparadas. La franja televisiva, que contemplaba la legislación, fue la oportunidad para pasar de la marginalidad a la televisión pública. El Comando de Partidos por el No asigna a Eduardo Tironi la dirección de la propaganda televisiva, quien convoca a los dos grupos de realizadores que más cerca estaban de la permanente innovación y que, por cierto, deseaban un cambio político en el país; llama a los realizadores publicitarios y los videastas alternativos.

De este modo, se produce la unión entre estos dos grupos de trabajo con aproximaciones y perspectivas totalmente disímiles a la disciplina audiovisual. Por un lado, los cineastas tenían una formación más estética y técnica, y por otro, los videastas estaban más ligados al mundo periodístico, con una visión más sociológica e intuitiva. “El objetivo de meter a los independientes en la Franja era que ellos iban a aportar diversidad, distintos puntos de vista. (...) De repente, todo el mundo opositor se encontró con una ventana de 15 minutos diarios, durante casi un mes, en horario prime-time, y con un ejército de directores, guionistas, productores, camarógrafos, sonidistas... que habían aprendido a hacerlo bien. Por lo tanto, salieron con una estética renovada, un punto de vista original, producto de que entre los dos grupos se había generado confianza y respeto mutuo.” señala Góngora.

Por ello, el resultado del Plebiscito y su enorme trascendencia política, tuvo para la producción independiente un doble sentido; no solo se recuperó la democracia y con ello la libertad de expresión, significó también una vitrina por medio de la cual los realizadores mostraron un trabajo sólido, entretenido, de excelente factura y con un lenguaje audiovisual absolutamente distinto al conocido hasta ese momento por los telespectadores. Muchos los realizadores independientes, gracias a esta inesperada “vitrina”, fueron llamados a participar en la construcción del nuevo canal en que se transformó Televisión Nacional a partir de 1990.

Televisión Nacional de Chile termina la década de los ‘80 sumergida en una grave crisis. El régimen militar convirtió al canal nacional en gobiernista y comercial. Conceptos como autonomía, pluralismo, diversidad, educación o integración -postulados por los cuales se dio origen al Canal- quedaron absolutamente desplazados de este nuevo sistema televisivo. Los dos últimos años de esta década -años ‘88 y ‘89- son claves, porque se produce el cambio de gobierno y, por consiguiente, una reestructuración total de la TV chilena que culmina con la dictación de la nueva Ley de Televisión de 1992.

Al llegar las nuevas autoridades a TVN, se encuentran con un canal económicamente quebrado, con un deuda de mas de cinco mil millones de pesos, tecnológicamente muy atrasado, *sobreestockeado* con material extranjero de mala calidad, sin ninguna credibilidad y una muy mala percepción por parte del público.

Esta situación iba incluso más allá del público. Ya que las deudas eran tremendas, la credibilidad del canal para comprar programación en el extranjero, era muy baja, en consecuencia la credibilidad en los avisadores también era muy baja. Esto último sin duda agudizó aún más el problema económico.

Para hacer frente a esta grave crisis, la Concertación de Partidos por la Democracia creó la Comisión de Televisión; la cual se encargó de elaborar una nueva política televisiva que sentara las bases para una futura Ley de Televisión. Es al interior de esta Comisión donde nace el concepto económico, administrativo y programático del nuevo canal nacional, cuyo conjunto será determinante para el futuro de la producción independiente.

En el documento presentado por TVN en el Festival Internacional de Televisión realizado en 1995 en Francia, Juan Carlos Altamirano señala: “Nuestra primera tarea fue recobrar los cuatro elementos básicos que constituyen la identidad de TVN: credibilidad, pluralismo, autonomía y autofinanciamiento”⁴. De esta forma, la nueva administración se planteó seis objetivos básicos:

- 1) Transformar a TVN en una empresa pública autónoma
- 2) Recuperar la credibilidad como medio de comunicación y como empresa
- 3) Definir una nueva programación y un perfil propio como medio
- 4) Hacer viable la empresa y sanearla patrimonial y financieramente
- 5) Lograr el autofinanciamiento en un mercado competitivo

⁴ Juan Carlos Altamirano, TVN's Television Model, p.4.

6) Reestructurar, modernizar y descentralizar la empresa⁵

TVN y su nuevo escenario

Cada objetivo trazado se materializó en cambios que en su conjunto dieron un profundo giro a la realización televisiva de TVN. Los cambios legales significaron el autofinanciamiento y la real autonomía, consecuencia de la Ley N° 19.132. Esta misma Ley establece los cambios administrativos y la reestructuración necesaria. Pero lo fundamental fue el cambio en la estrategia de Programación.

La nueva programación del canal se convirtió en el mejor reflejo de todos los cambios y transformaciones que se hicieron. A la vez, allí se encontraba la solución definitiva al problema económico y de credibilidad. No sólo debía ser consecuente con esta nueva “doctrina” pública, debía ser además una programación atractiva y novedosa con capacidad de atraer nuevamente al público perdido. “Para nosotros, el rating no sólo significa la sobrevivencia económica de TVN. Un rating masivo también significa alcanzar la legitimidad como canal público.”⁶

De esta forma, las estrategias utilizadas para la programación iban estrechamente ligadas a conceptos como participación y diversidad. Para lo cual se crearon “talk shows” (programas de conversación), debates públicos y programas de reportajes y documentales.

⁵ Jorge Navarrete, Cuenta Pública del Director General de Televisión Nacional de Chile, p. 1.

⁶ Juan Carlos Altamirano, TVN's Television Model, p.5.

“Estos programas pueden llegar a diferente público, para que los distintos estratos socio-culturales expresen sus ideas”.⁷ Diversidad al crear programas de contenidos diversos, utilizando géneros y formatos televisivos distintos.

El nuevo concepto tras esta nueva programación es lograr, al interior de cada programa, una articulación perfecta entre los distintos géneros y formatos televisivos. “Una de las cosas que nosotros aprendimos como canal -explica Altamirano en su discurso en Francia- es que conceptos como cultura, educación e información, por un lado, y entretenimiento, emoción y drama, por otro, no se excluyen mutuamente. Por el contrario, estas nociones pueden ser articuladas de muchas maneras distintas”.⁸ Es decir, un programa cultural puede ser educativo e informativo y, al mismo tiempo, entretener y emocionar. En este sentido, es fundamental el trabajo realizado para TVN por las productoras independientes en programas como **El Show de los Libros** o **Cine Video**.

A seis años se ven logros

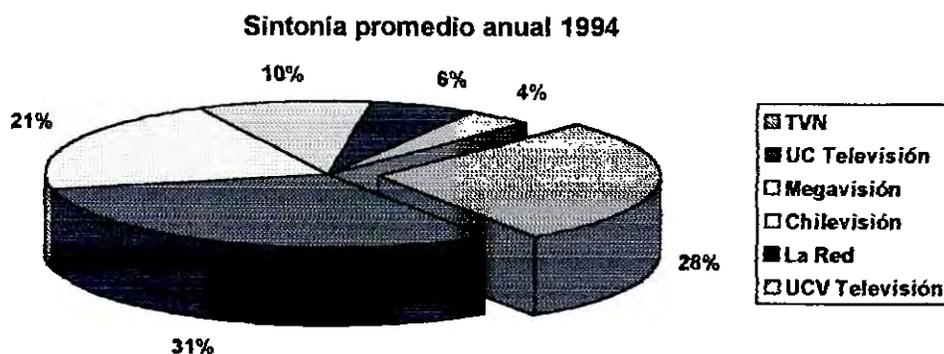
Con la nueva política económica, administrativa, programática y editorial, Televisión Nacional cumple con los dos grandes desafíos propuestos el año '90; el autofinanciamiento y la credibilidad. El canal dejó de perder plata para siempre y, al revés, comenzó a generar dinero. Lo que significa no sólo algo comercial, sino también credibilidad.

⁷ Ibid. p.16.

⁸ Ibid. p.17.

Esto se confirma con los estudios de audiencia realizados en 1994. Las cifras indican TVN obtiene un 28% de sintonía promedio anual; muy cerca de UC Televisión, que lidera con un 31%, y sobrepasando a Megavisión (21%), Chilevisión (10%), La Red (6%) y UCV Televisión (4%).

En cuanto a las utilidades, en 1994 la torta publicitaria nacional se reparte entre los seis canales nombrados. TVN percibe el 32% de la inversión publicitaria, un poco menos que la que recibe Canal 13. En este sentido, el ritmo de utilidades es creciente: en 1989 el canal perdía anualmente más de 4 mil dólares; en 1994, gana más de 6 mil dólares al año.



Este *input* económico permite al canal resolver otro de los asuntos problemáticos que se arrastraba del gobierno anterior: el atraso tecnológico. “Esta situación se vio felizmente revertida gracias a la inversión de más de 10 millones de dólares en equipos,

realizada en noviembre de 1993”.⁹ Una moderna sala de redacción de prensa; un nuevo estudio para el área dramática; un completo sistema de post-producción; nuevas cámaras, equipos de iluminación y mesas de dirección; un nuevo transmisor para Santiago y renovación de transmisores en provincia. Todas estas nuevas adquisiciones, posibles gracias a la óptima situación financiera, tienen como objetivo principal, “ofrecer a los telespectadores de todo el país y latinoamérica, la mejor imagen”.¹⁰

Con todos estos elementos: una buena sintonía, una situación financiera controlada, un moderno equipamiento técnico que permite una óptima calidad audiovisual en Chile y el extranjero, TVN se inserta en el mercado televisivo actual como un canal competitivo, desde el punto de vista comercial y creíble desde el punto de vista programático.

La producción independiente en la pantalla

La programación de TVN en 1994 indica que la producción nacional de TVN alcanzó el 54%, multiplicando su oferta programática y enriqueciéndola con la creación de nuevos y variados programas, muchos de los cuales se adquirieron en el mercado de la producción independiente. Por otra parte, el 46% de programación extranjera está constituido principalmente por largometrajes, seriales y telenovelas que se integraron a los programas de entretenimiento, información, cultura y debate.¹¹ Al revisar los distintos

⁹ Departamento de RR.PP. de TVN, 1995, p.6

¹⁰ Ibid. p.6.

¹¹ Ibid. p.14.

programas de cada área, vemos que la presencia de la producción independiente es significativa.

a) Programas informativos y de reportajes. El Departamento de Prensa, dirigido por Abel Esquivel, ha contribuido en gran medida a elevar la sintonía del canal. No sólo con el noticiero **24 Horas**, sino también con el programa de reportajes **Informe Especial**, que en horario estelar los días jueves, ha alcanzado importantes niveles de sintonía. En este sentido, en TVN se destacan una gran cantidad de programas de reportajes y documentales realizados por la producción independiente. **Mea Culpa** (Nuevos Espacios), **Tierra Adentro** (Terranova), **El Hombre al Desnudo** (Terranova), **La Tierra en que Vivimos** (Sergio Nuño Producciones), y **El Mirador** (Co-producción de algunas de sus secciones con Nueva Imagen) entre otros, otorgan desde distintos temas y con variados formatos, información y nuevos puntos de vista .

b) Programas artístico-culturales. Desde 1990 TVN fomentó la compra de este tipo de programas a la producción independiente. Salvo el valioso espacio **Ojo con el Arte**, conducido por el fallecido pintor Nemesio Antúnez y **Bellavista 0990.**, todos los programas fueron realizados afuera. Entre ellos destaca **El Show de los Libros** (Visión Comunicaciones y desde 1995 Nueva Imagen) apoyado por UNESCO, **Cine Video** (Nueva Imagen) Además han terminado con el mito de que un programa cultural necesariamente es aburrido y, por tanto, de baja sintonía. Destaca también la creación de variados microprogramas como **Genios del Arte** (Jaime Borlone) sobre pintores famosos; **Calles y**

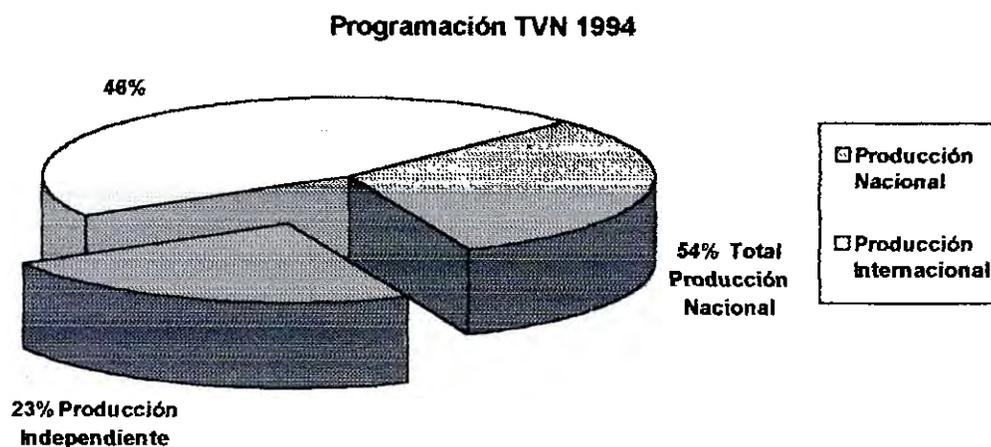
Avenidas (Visión Comunicaciones), que rescataba la historia tras los nombres de las arterias santiaguinas; y **Titulares** (Visión Comunicaciones), programa diario sobre efemérides nacionales e internacionales. También destaca aquí el programa científico **Enlaces**, conducido por Margot Kahl, y realizado independientemente por Imago Films.

c) **Programas de debate.** Muy polémico por tratar abiertamente temas, hasta ese momento vedados en la televisión chilena, fue el desaparecido **La Manzana de la Discordia** (TeVeCorp). Con un formato distinto al anterior, **Cuéntame**, conducido por Paulina Nin de Cardona, intenta convertirse en una tribuna abierta para tratar problemas sociales e intentar buscar soluciones. **Sin Protocolo**, conducido por el destacado periodista Igor Entrala, **Vox Populi** y **Usted Elige**, se destacan por poner en el tapete público la contingencia política y social de asuntos que captan el interés de la opinión pública. La audiencia de este tipo de programas ha decrecido en comparación con la que captaban al inicio del gobierno de Aylwin. Sin duda, la política y los políticos dejaron de ser una novedad.

d) **Programas de entretenimiento.** Continuando con la línea de programas distractivos más livianos, existente desde la creación de TVN, podemos mencionar el matinal **Buenos Días a Todos**, con Margot Kahl y Jorge Hevia; los estelares **Siempre Lunes**, desaparecido por el cambio a Megavisión de su animador Antonio Vodanovic; **Motín a Bordo** y **Hablemos de...**, “talk-show” con César Antonio Santis. La cotidianidad y simpleza de dos familias distintas, la de **Jaguar Yu?** y la de **Los Venegas**, en el humor; los infantiles **Cachureos** y **Hugo** y los juveniles, **Sábado Taquilla** y **Ene TV** (ya desaparecidos), forman parte de este

amplio género de la entretención. Finalmente, cabe aquí la producción dramática que realiza dos teleseries al año. **Jaque Mate**, **Trampas y Caretas**, **Amame** y **Estúpido Cupido**, entre otras, se han realizado en este período. El único programa de esta categoría realizado por la producción independiente es **Hola Verano** de Praga Producciones.

De los treinta y cinco programas de la producción nacional emitida por TVN en 1994, 15 corresponde a productos inventados y realizados por la producción independiente. Además del importante número (42%), es significativo la calidad e innovación que significaron dichos programas para TVN.



LA APERTURA DE TVN

A partir de 1990 la inserción de la producción independiente en TVN entra en una nueva fase, esta se diferencia de sus predecesoras no solo en la mayor cantidad y variedad de sus productos en pantalla, sino fundamentalmente por una nueva política del canal. Es en función de ésta que la producción independiente se torna un real aporte para el canal.

El nuevo modelo televisivo busca devolver a TVN su carácter público y de esta forma otorgar un espacio a todos los chilenos. Por ello va dirigido a la gran mayoría, pero también a los pequeños grupos que componen nuestra sociedad. El concepto del pluralismo, que convierte a Televisión Nacional en un canal público, ya estaba sugerido por Juan Carlos Altamirano años antes:

“Si bien la credibilidad y la autonomía son principios fundamentales en la estructura televisiva de un país democrático, no constituyen un fin en sí mismo. Se puede decir que más bien representan un medio; un medio para permitir y asegurar uno de los pilares de la democracia: el pluralismo y el derecho a expresión y participación. (...) Si bien el sistema político democrático se basa en el pluralismo, es decir, en la coexistencia de grupos, instituciones diferentes e independientes con doctrinas e ideologías alternativas, habría que concluir que el sistema televisivo tiene que reconocer y ser interlocutor de la pluralidad que se da dentro de la sociedad civil. El pluralismo, pues, se traduce en la práctica televisiva, en ofrecer y asegurar una diversidad de programas, mensajes y contenidos provenientes de

fuentes diferentes y alternativas de producción y difusión, dirigido a un público tanto masivo como selectivo.”¹²

Este pluralismo significa para TVN el acceso a públicos mucho más variados, y potencialmente, la obtención de mejores niveles de sintonía, lo cual se traduce en ingresos publicitarios capaces de sustentar la meta del autofinanciamiento. En definitiva, Televisión Nacional convoca a la producción independiente respondiendo a dos motivaciones fundamentales:

- 1. Motivación Económica:** Los canales no tiene porque producir todo lo que emiten, esto permite acotar lo costos y flexibilizar la empresa, que está en busca del autofinanciamiento.
- 2. Motivación Programática:** Para aumentar su producción nacional, en busca del pluralismo, diversidad, nuevos contenidos y estética.

La producción independiente apoya al canal aportando mayor cantidad de producción nacional con el fin de atraer más sintonía, y con un mayor *rating* se generan más ingresos. Y todo ello sin un costo demasiado alto para el canal, porque si bien existe consenso entre las productoras independientes y las autoridades del canal que producir afuera no debería ser más barato, sí permite evitar un crecimiento desmesurado del personal e infraestructura.

¹² Juan Carlos Altamirano, Los Desafíos de la Televisión Chilena del Mañana, p. 16.

En definitiva, con la producción independiente el canal mantiene acotados sus costos de producción, porque sabe exactamente cuánto vale un programa determinado y en qué se gastan esos dineros. Además le permite controlar los factores costos v/s tiempo de la producción, dado que cuando se acaba la emisión de un programa se terminan los costos y no quedan arrastrándose gastos para el futuro (personal, equipos, mantención, etc.). Esto permite flexibilizar la gestión de la empresa; al evitarse la sobrecontratación y mantenimiento de equipos humanos y técnicos que no siempre están en uso, bajan los costos fijos de la empresa y aumenta el rendimiento.

El plus de la televisión independiente

La inserción de la producción independiente en TVN a partir de 1990, como ya hemos dicho, se debe a una nueva línea programática. Esta estima que se debe aumentar la producción nacional para obtener programación representativa y pluralista, lo cual conlleva a una aumento en la legitimación, credibilidad y rating. “La diversidad es nuestro ‘plus’, nuestra ventaja comparativa, nuestra fuerza, lo que nos da un perfil propio” señala Juan Carlos Altamirano.

En este contexto, el aporte de la producción independiente radica en su variedad y calidad. Para Augusto Góngora, actual Productor Ejecutivo del Área Cultural de TVN, el principal aporte es que “ha enriquecido y diversificado el discurso televisivo, lo ha renovado, le he puesto un aire fresco.”

Efectivamente, muchos de los programas que TVN transmite, y que son independientes, han contribuido a dibujar la nueva imagen institucional del canal, con un perfil programático que lo diferencia de los demás canales. Para el público, TVN “es”, en gran medida, **Los Venegas, Mea Culpa, El Show de los Libros, Cine-Video, Tierra Adentro, El hombre al Desnudo**, etc. Todos programas independientes con éxito en la crítica y el público y que, según Juan Carlos Altamirano, “han inyectado nuevas ideas y otras formas de ver e incorporar a la sociedad en nuestra programación. Han introducido modificaciones, variedad de temas, estilos, formas y contenidos”.¹³

Existen una serie de factores que inciden en la diferenciación que tienen los productos de factura independiente con respecto a los “hecho en casa”. Su reconocida creatividad, estética y minuciosidad son producto de un ambiente de trabajo y una mecánica de producción distinta, donde se promueve un estilo de trabajo más artesanal.

En este sentido Góngora agrega que “La producción independiente está mucho más actualizada estéticamente y tiene una voluntad de integrar elementos del lenguaje cinematográfico al televisivo; existe una constante búsqueda por la innovación. En cambio las realizaciones del canal tienden a buscar la eficacia comunicativa, más que la innovación estética.”

¹³ Juan Carlos Altamirano, TVN's Television model, p. 5.

Dentro del canal, los equipos de trabajo buscan una standardización de los productos para poder asumir las veinte horas de transmisión continuas. Esto genera una dinámica de producción con algunos “ripios” profesionales que coartan la creatividad e innovación y que, cuando ésta quiere desarrollarse, se enfrenta inevitablemente a una institución demasiado grande, que se mueve lenta y burocráticamente.

Valerio Fuenzalida, investigador de la Corporación de Promoción Universitaria, explicita las limitantes, en cuanto a creatividad e innovación, que tiene la industria televisiva: “El carácter industrial y seriado de la TV la convierte en un medio que devora enormes cantidades de recursos: dinero, equipos, personas, talento. Un país como Chile, con cinco redes de TV (en 1981), obviamente no tiene ni el talento creador, ni el tiempo necesario, ni el dinero suficiente para producir 420 horas semanales de televisión de alguna calidad. (...) La creación de calidad tiene un ritmo más artesanal que el ritmo industrial y sucesivo de la TV.”¹⁴

Por otra parte, la producción independiente está constituida por pequeñas empresas, muchas veces precarias y poco estables, que deben flexibilizarse y adaptarse rápidamente a las exigencias del mercado. Diríase que su “mecanismo de defensa” es la creatividad, es lo que les permite paliar la frecuente carencia de recursos tecnológicos y empresariales. “El productor independiente, con tal de conseguir un programa, siempre va a estar creando e innovando e inventando formatos nuevos. La gente en el canal, a excepción de algunos directores, va a tener sus sueldo igual, inventen un programa o no. No es una decisión de

¹⁴ Valerio Fuenzalida, Estudios sobre la Televisión Chilena, p. 112.

vída o muerte como es para un productor independiente”, señala Fernando Acuña, Director Ejecutivo de Nueva Imagen.

Para los independientes, el uso del recurso tiempo es una ventaja. Al respecto Acuña señala: “En las productoras, si bien aspiramos a ser industria, siempre vamos a conservar otra dedicación, le vamos a dar más tiempo, hay más preocupación por los detalles, que finalmente son muy importantes para el todo. Las productoras se preocupan más, pienso yo, no porque en sí mismas sean más preocupadas, sino porque tienen más tiempo de hacerlo, por el sistema. Un director de un canal de televisión dirige tres programas a la vez, un director de una productora rara vez puede dirigir dos.”

Las perspectivas para la producción independiente no dejan de ser auspiciosas. La incorporación masiva de más de 500 mil hogares al cable obliga a la televisión abierta a diferenciarse; ya no puede basar su programación en programas envasados o películas, porque esas ya están disponibles en el cable y sin cortes comerciales. Uno de los mecanismos más eficaces de diferenciarse es tener producción nacional, por lo cual va a generares una mayor demande de producción nacional. Al aumentar la producción nacional, debería aumentar la producción independiente, cuyo producto es el que más se diferencia con el cable.

Las dificultades del negocio

Si bien la incorporación de producción independiente a las pantallas de TVN permite resolver parte importante de sus problemas económico y, por contra parte, ayudar a la sobrevivencias de las numerosas productoras, que con la llegada de la democracia vieron disminuidos o cortados sus ingresos provenientes de la cooperación extranjera, esto no significa que no existan grandes inconvenientes y problemas en la negociación.

Por un lado están los conflictos al interior de TVN; cada vez que se plantea la posibilidad de hacer una producción afuera, surgen problemas dentro del canal, porque los directores y productores ven que con las contrataciones foráneas se limitan sus posibilidades de realización (lo cual es evidente) y, en cierto modo, se menosprecia sus capacidades profesionales.

Por otro lado, pese a ser un negocio que tiene más de veinticinco años, parece no dar indicios de una plena maduración en términos de trato comercial. Se suma a esto el hecho innegable de que se trata de una negociación entre empresas tremendamente dispares en tamaño y poder, lo cual se empeora al no existir un sistema de competencia abiertas con reglas conocidas que regule y evite las arbitrariedades.

Constantemente los distintos productores independientes se quejan de la ausencia de una política definida de negociación entre ellos y TVN; una especie de acuerdo "marco" que reglamente el proceso. Todas las negociaciones parecen realizarse de manera diferentes, en procesos poco fluidos y a menudo desfavorables para los productores independientes. Al

respecto, Góngora es lapidario: “Los términos de negociación son muy desiguales. En realidad, de negociación tienen bien poco, es más de imposición.”

Al parecer todavía no existe conciencia dentro de los canales de que hay que pagar más por una buena producción independiente. Las producciones independientes debieran ser más caras, para que les permitiera a los empresarios poder invertir en nuevos elementos que permitan mejorar la producción o tener la certeza de una producción continua.

La mayoría de los productores independientes opinan que, en términos de beneficios comerciales, sus relaciones con TVN no han sido siempre saludables para sus empresas. Augusto Góngora señala al respecto: “El problema fundamental para todos son los malos términos de la negociación económica. Yo creo que los programas de la producción independiente están mal pagados. Por lo que entregan y por lo que son, valen más de lo que reciben. Los independientes tienen márgenes de utilidad bajísimos, que habitualmente se los gastan en imprevistos. Al final, el paso por TVN les sirve para hacerse cartel, para engrosar el currículum, y para mantener a su gente trabajando.”

Juan Forch es un gran desilusionado de la experiencia con su antigua productora Visión Comunicaciones en el trato con TVN. La relación se inicia en 1991 con la producción del microprograma **Titulares**. Posteriormente, Visión realiza la serie **Estrictamente Sentimental**, y el prestigioso programa cultural **El Show de los Libros** hasta 1994.

Forch declara: “TVN ha tenido, creo yo, una posición sumamente egoísta respecto de la producción privada, y empresarialmente, muy autárquica. Cuando tú quieres tener producción privada y no hay una industria; cuando eres un monstruo como TVN, tú tienes que crear esa industria y si tú no creas esa industria nunca vas a tener producción privada. (...) Lo que espera TVN es que la producción externa le solucione problemas y que los vista, que los vista de que ellos trabajan con producción independiente. Y para eso tienen un “negrito de Harvard”. Harvard es una universidad de blancos, pero siempre hay un alumno negro, al cual lo becan, porque es ‘interracial’ la universidad. Qué somos los productores independientes en TVN: el negrito de Harvard. ¿Por qué le mandan a Nueva Imagen a hacer **El Show de los Libros**? Porque **El Show de los Libros** es el negrito de Harvard de TVN. ¿Por qué no le mandan a Nueva Imagen a hacer **Los Venegas**? A Nueva Imagen le interesaría tener un contrato de un millón de dólares anual con TVN, yo creo que sí. Eso son **Los Venegas**. Si a mí me mandan a hacer **Los Venegas**, yo puedo armar empresa, pero si me mandan a hacer sólo doce programas de **El Show de los Libros** al año, yo no puedo armar empresa. Es sólo el negrito de Harvard.”

Al respecto, Altamirano responde: “La producción independiente no puede sustentarse en base a un canal. Si la producción independiente no puede penetrar otros canales u otros mercados, no nos pueden pasar a nosotros la responsabilidad de sustentarlos. TVN no es la Corfo. (...) Gran parte de los programas independientes son programas culturales que van a pérdida, entonces ahí está nuestro argumento sobre la diferencia que

existe entre una televisión pública y una televisión privada. Nosotros de cierta manera subvencionamos: con la plata que dejan los programas taquilleros, invertimos en otros programas que van a pérdida.”

Para Góngora una mejor negociación se logrará sólo con una organización y presión colectiva de parte de las productoras independientes, ya que ellas son las más interesadas en que existe un tipo de reglamentación y un sistema de tarifado más preciso. “La verdad es que han existido diversos intentos, pero no trasciende de la primera reunión. Yo he ido a varias; en la segunda reunión está el 30% y en la tercera solo el dueño de casa”, señala.

Cómo se llega a la pantalla

Son tres las formas que existen para la producción independiente de ingresar a la programación de TVN.

La primera responde a una iniciativa del canal: a partir de una idea gestada al interior de su Dirección de Programación, se decide qué productora sería la adecuada para realizarla. El programa se “manda a hacer”. Un ejemplo de este recurso es el microprograma **Titulares**, realizado por Visión Comunicaciones y emitido por TVN entre 1990 y 1994. La idea nace de Eduardo Tironi, quien encarga su realización a Juan Forch y su gente.

Más recientemente, el caso se repite con **El Hombre al Desnudo**, espacio creado con el fin de tener en pantalla un programa de contenido médico. Su realización está a cargo de Terranova, productora del doctor Alberto Daiber, quien ya tenía experiencias como proveedor para los canales 11 de la Universidad de Chile, y 9 Megavisión. Una variante de este caso constituye el paso de un programa que en un inicio se realiza al interior del canal, y luego pasa a la producción independiente. Es el caso de **Cine Video**, iniciado en 1991 y producido desde 1992 en Nueva Imagen.

Una segunda instancia de ingreso es la realización de una parte o sección de un programa producido por el canal. Es el caso de las **Crónicas Personales** realizadas por Nueva Imagen para el programa **El Mirador**; o las recreaciones realizadas por Artecien para el programa **En el Límite**.

La tercera forma de producir para Televisión Nacional depende exclusivamente de la iniciativa -y paciencia- del productor independiente. Se trata de presentar proyectos al canal, caso que se da con mayor frecuencia. Fruto de esta negociación han nacido programas como **El Show de los Libros**, **Los Venegas**, **La Tierra en que Vivimos**, **La Manzana de la Discordia**, etc. Se trata de un proceso largo y delicado, que se inicia con la presentación de un proyecto, casi siempre escrito, y algunas veces ya concretado a manera de programa piloto.

Una vez que este piloto es recibido por el canal, es sometido a un estudio interno que decidirá la viabilidad de incluirlo en la programación, o sea, comprarlo. Al respecto Góngora señala: "Negociar es difícil, porque hay que lidiar con tres entidades del canal al mismo tiempo. Una es la Dirección de Programación, que vela por los contenidos, por la línea editorial. Está también la Gerencia de Producción, que siempre va a encontrar caro el presupuesto que uno lleva, y uno lo baja hasta la crisis. Y por último, la Gerencia Comercial, que se preocupa de vender el programa a los auspiciadores apropiados y hacer que el canal gane plata con él."

Si finalmente el programa es aceptado, le corresponde al Director de Programación y su equipo decidir el rostro del conductor, los auspicios posibles, el horario y frecuencia de transmisión, e incluso, la eventualidad de no emitirlo. En la práctica, todos estos aspectos tienen alguna instancia de conversación con el realizador. Cuando el programa ya está en el aire, es controlado cada capítulo a través de un equipo de revisores, que vela por los contenidos y la calidad técnica de todo el material emitido por TVN durante sus veinte horas de transmisión.

LA EXPERIENCIA DE NUEVA IMAGEN

Nueva Imagen es una empresa de producción audiovisual que -desde 1989- viene realizando diversos programas de televisión; documentales para Chile y canales internacionales, reportajes, video clips y producciones cinematográficas. Para ello, crea proyectos de su interés, los desarrolla, busca socios, los gestiona en los canales de televisión para luego producirlos. En sus siete años de actividad ha producido más de 400 realizaciones audiovisuales.

La empresa, considerada de tamaño medio, se conforma por cuatro socios, que con vasta experiencia en la producción audiovisual dirigen y supervisan el trabajo de la productora. Además trabajan diez personas de planta y más de veinte profesionales y técnicos que en forma *free-lance* producen en los distintos proyectos de la empresa. Por la cantidad de trabajo y personas que trabajan en ella, Nueva Imagen es considerada en su rubro la productora más grande del mercado. En esta categoría no entran las productoras de publicidad, que manejan presupuestos y proyectos de mayor cuantía y sin comparación.

La productora tiene hoy en día dos programas culturales de probado prestigio en las pantallas de TVN; **Cine-Video** lleva seis temporadas al aire y **El Show de los Libros** dos con Nueva Imagen. Además, es la primera productora nacional en colocar una serie de documentales en una señal internacional como Discovery Channel. Este trabajo relacionado con la televisión se complementa con diversos proyectos con entidades

estatales, numerosos videos institucionales y otros de menor cuantía que permiten obtener ingresos para paliar la siempre precaria situación financiera.

El Director Ejecutivo es Fernando Acuña Díaz, quien ha sido Productor Ejecutivo del programa de televisión **Cine-Video**, del documental internacional **La Esperanza Incierta** para Channel Four de Inglaterra y del filme argumental para televisión **Hay un Hombre en la Luna**. Además es Director del Área Televisión del Comité de Exportación Audiovisual de PRO-CHILE, entre otras. Marcelo Ferrari Muñoz es el socio que asume la gerencia, además es director audiovisual y periodista, ganador de la "1ª Bienal de Video de Santiago 1993", director de Video-Clips para el mercado nacional y extranjero, de diversos documentales y reportajes televisivos, entre otros del Documental étnico **Mata Ote Maea**, premiado en Francia el año 1990. Este año obtuvo el Premio Especial del Jurado del Festival de Cortometrajes 1996 por **El Encierro** realizado para el Ministerio de Salud.

Otro socio es Rodrigo Moreno del Canto, periodista, director adjunto de **Cine-Video** y desde 1995 director del programa cultural **El Show de los Libros**, conducido por Antonio Skármeta; además de **Telekinesis**, programa juvenil de Televisión Nacional de Chile y realizador de diversos documentales y video clips. Además es profesor de postítulos realizado por la Escuela de Periodismo de la Universidad Católica de Chile y cursos de televisión en la Universidad Austral. Jaime Sepúlveda Voullieme es el cuarto socio, también periodista, director de documentales y reportajes televisivos y Subdirector de la serie cultural **Identidades**, premiada en 1994 por el Consejo Nacional de Televisión y

emitido por Discovery Cannel. Además dirige el área académica de Nueva Imagen, que mantiene cuatro proyectos de formación audiovisual para jóvenes en comunas de escasos recursos, coordina la actividad de intercambio académico con las universidades y gestiona pequeños talleres de formación audiovisual.

Nueva Imagen se prepara para enfrentar una nueva etapa en su dilatada trayectoria, en ésta pretende industrializar su producción televisiva y comenzar a exportar. La industrialización surge como necesidad al tener dos programas al aire y pretender a otros cuantos más. La mayoría de las productoras tiene un programa y todo su trabajo se centra en ese producto; por ejemplo Sergio Nuño demora todo un año en realizar los capítulos de **La Tierra en que Vivimos** y no le alcanza el tiempo y la gestión para expandir su producción. Por otro lado, Nuño no requiere mayor expansión porque la relación tamaño de empresa/producto le es muy favorable; realiza un gran producto con una pequeña empresa. Nueva Imagen, al estar constituido por un grupo grande de realizadores, requiere concentrar mayor cantidad de proyectos para sobrevivir y este mayor tamaño exige encontrar un equilibrio entre la dedicación minuciosa que permite la producción artesanal (característica de las productoras independientes) y una industrialización que posibilita una mayor cantidad de producciones pero en forma más seriada.

Al respecto Jaime Sepúlveda precisa. “Tenemos una predisposición a romper con la artesanía; somos varios directores-socios y tenemos otros, que sin serlo dirigen programas como el **Cine-Video**, y además estamos abierto a cualquier director que quiera realizar una

producción que esté dentro del proyecto de la institución. Esto permite ir absorbiendo distintos productos que son realizados con un mismo *know how* y estilo característico de la empresa” .

Con respecto a la externalización de la producción de Nueva Imagen, debemos señalar que la exportación de productos audiovisuales es una larga tradición para países Latinoamericanos como México, Brasil, Argentina y Venezuela. Sus empresas hace años que venden millones de dólares, principalmente por medio del genero de la telenovela. En este ámbito Chile definitivamente ha llegado tarde, además el mercado está absolutamente copado con producciones de gran calidad, en el cual ningún canal nacional puede competir y menos aún una productora independiente.

“Nosotros -señala Fernando Acuña- debiésemos buscar otro tipo de producto, que sepamos hacer bien y con el cual podamos satisfacer los mercados internacionales. En mi opinión, deberíamos realizar documentales y telefilmes. En este sentido, Nueva Imagen ha estado buscando en el mercado internacional nichos, o compradores de este material.”

El primer *nicho* lo han encontrado en el vertiginoso desarrollo que ha tenido la televisión satelital para América Latina, que se vende normalmente a través del cable. Estos canales (CNN, Discovery Channel, Travel Channel, etc.), son emitidos en Latinoamérica pero no contiene programas realizados en este continente, lo cual constituye una clara

falencia. “Será muy interesante ver a los leones africanos perseguir a un antílope, pero el público latino también quiere ver a sus animales, sus culturas, sus noticias, sus ciudades” argumenta Acuña. El otro nicho es la realización de historias universales que se puedan hacer en Chile. Todo esto se puede sustentar con la alta calidad que muestra la publicidad y la televisión, sus bajos costos (comparados con los otros países mencionados) y su gran calidad tecnológica.

Pero estas promisorias perspectivas de exportación e industrialización tienen un origen bastante modesto y precario. Antes de crearse Nueva Imagen, sus socios trabajaban en Teleanálisis. Esta ONG realizaba noticieros durante el régimen militar sobre informaciones que no salían en la televisión abierta y eran emitidos en pequeños circuitos como sindicatos, ollas comunes, etc. Teleanálisis pertenecía a la revista Análisis que, como la mayoría de las ONG, recibían dinero de la cooperación internacional para financiarse.

A mediados de 1989, tras el plebiscito y antes de las elecciones presidenciales, Teleanálisis se disuelve por diferencias con la revista a la que pertenecía; todo el equipo profesional y técnico se retira para formar una nueva entidad, la llamaron Nueva Imagen. En un principio no había mucha claridad de qué hacer; no había intenciones de crear una empresa, por estar esta concepción de trabajo alejado de los principios teñidos de “izquierda” y hipismo. Pero había que conseguir trabajos porque la cooperación internacional disminuía dramáticamente con la llegada de la democracia.

El cambio político de 1990 es clave para entender la historia de muchas productoras independientes: por un lado Televisión Nacional se abre a recibir trabajos realizados afuera, y por otro, la disminución de fondos provenientes de la cooperación internacional obliga a estas organizaciones a comenzar a funcionar como empresas para poder sobrevivir. Comienza, entonces, una etapa completamente nueva para estos periodistas y realizadores; tenían salir a vender un producto audiovisual.

La campaña presidencial de Aylwin fue un espacio en el cual encontraron cobijo como realizadores y Nueva Imagen comienza legitimarse en el medio. Mientras que la realización del programa **Cine-Video** para TVN es lo más estable, las Crónicas Personales de **El Mirador** son un espacio para la experimentación e innovación. También crearon documentales étnicos para **Tierra Adentro**, de ellos destaca Mata Ote Mata, sobre Isla de Pascua, y Usmagama, el camino del pueblo.

Otra veta fuertemente desarrollada, especialmente por Cristian Galaz, es la realización de diversos Video Clip's. Entre ellos destaca **Tren al Sur**, de Los Prisioneros, que marcó un hito en la producción nacional. El Estado también se transforma en un cliente potencial, la realización de un documental para el SERNAM (Re-cuentos de Mujer) y otros para el Ministerio de Salud inicia una relación de cooperación que se mantiene hasta hoy en día. Una cuarta área se comienza a desarrollar en 1991 con **La Esperanza Incierta**,

documental comprado por Cannel Four de Inglaterra y que inicia la producción para el extranjero.

Durante estos primeros años, Nueva Imagen se caracteriza por tener una producción sumamente artesanal y una férrea unidad temática, donde las expresiones culturales, la mujer, las etnias y la realidad social juegan un rol importante. A partir de 1994 se generan una serie de cambios que buscan fortalecer la gestión y venta de los productos. Ello incide en una producción más industrializada, pero se pretende mantener la unidad temática que caracteriza a la productora. Hay un intento de incursión en publicidad, que quizás por lo mismo, no fructifica.

Con una mejor gestión y un trabajo que persigue generar proyectos para concursar en fondos estatales, como el Fondart y el Consejo Nacional de TV, Nueva Imágen se abre terreno para la exportación, porque entiende que el mercado chileno está prácticamente copado y la productora no se sostenía con la pura venta de programas para TVN. En 1994 gana el concurso de CNTV con el proyecto **Identities**, que fue comprado por Discovery Channel, e inicia una nueva face para la productora que se ve coronado con un proyecto para el Travel Channel.

Este ascendente desarrollo institucional ha tenido un evidente costo, sobre todo en cuanto a la estabilidad y rentabilidad económica. “Yo en los momentos buenos gano 30%

menos de lo que acostumbran recibir mis compañeros de periodismo -dice Sepúlveda- pero esto lo compenso con una gran proyección creativa. He realizado guiones para ficción, documentales para Discovery, y tengo oficio, eso no lo tendría trabajando de planta en el Canal 13. Pero sin duda que he postergado un montón de cosas por esta inestabilidad. ” Otra veta desarrollada es la empresarial. “Normalmente los periodistas no son empresarios; que tiene sus riesgos, pero es un juego entretenido. Implica todo un proyecto, un sueño y ene gente.” señala Marcelo Ferrari.

Pero esta forma empresarial está mucho más cercana al artesanado que a la industria. Esta artesanía conlleva una manera especial de hacer las cosas, y en ella se destaca el aprendizaje de maestro-discipulo. Al respecto, Sepúlveda dice: “Aquí he tenido gente que me enseñó, me entregó métodos de trabajo. Eso se da en menor cuantía en la industria televisiva, donde la persona hace un pedacito de cada producto. En la artesanía tu haces todo; el guión, sales a grabar, rehaces el guión, editas, postproduces y lo entregas”.

APRECIACIÓN PERSONAL

Sin duda la apertura de TVN es un auspicioso inicio para la producción independiente. Si bien las productoras han sabido aprovechar este nuevo contexto en la televisión, existen aún muchas trabajo para perfeccionar el sistema y desarrollar la producción audiovisual en Chile.

1.- Las productoras deben seguir incrementando su calidad de producción para poder competir con los programas realizados al interior del canal. La experiencia e infraestructura que poseen los canal de televisión es algo con lo cual no pueden competir las productoras.

2.- Dado que es poco lo que puede aportar la producción en experiencia e infraestructura, debe ofrecer innovación en los lenguajes audiovisuales, creatividad en las temáticas y dedicación artesanal en el producto. Por las características de producción es difícil que en los canales se den estos tres elementos.

3.- Para asegurar una fructífera relación de cooperación entre TVN y las productoras independientes es imprescindible que se clarifiquen los términos de negociación para paliar las enormes diferencias en el poder de negociación. Esto sólo se logrará con la organización y presión de los perjudicados en esta relación comercial: las productoras independientes.

4.- Si las productoras independientes pretenden desarrollarse y no depender de un solo producto, no pueden aferrarse a *papá TVN*. Existe un gran mercado potencial en el cual las productoras nacionales son competitivas y pueden expandirse.

5.- Lo anterior conforma una nueva situación para los periodistas que estamos egresando de las escuelas, en mi opinión es un nuevo espacio de desarrollo profesional.

ANEXO 1

Descripción de producciones independientes para TVN

-**Los Venegas a las Dos y Media / Los Venegas.** Comedia costumbrista del mediodía, que retrata a la típica familia chilena de clase media. A mitad del primer ciclo cambia su nombre inicial, el que permanece hasta 1995, en su séptima temporada consecutiva.

-**A Bailar A Bailar.** Multitudinario concurso de baile conducido por Juan La Rivera desde el gimnasio Manuel Plaza. Realizado por la productora KV, sólo tiene una temporada de debut y despedida.

-**Titulares.** Microprograma noticioso que rescata el archivo filmico y fotográfico del país para recordar las efemérides del día.

-**Calles y Avenidas.** Microprograma educativo, describe y retrata brevemente el origen del nombre de arterias de la capital.

-**Polla Fortuna.** Concurso - misceláneo, entrega los resultados de los sorteos de los juegos de azar de la Polla Chilena de Beneficencia.

-**Genios del Arte.** Microprograma cultural. El fallecido pintor Nemesio Antúnez describe, de manera didáctica, una obra pictórica.

-**La Manibela.** Programa de humor y sátira a cargo del grupo teatral Ictus. **La ManiBela** es el retorno a la pantalla de **La ManiVela**, realizada por el mismo Ictus en 1969. Fugaz retorno de sólo una temporada.

-**Gente de la Tierra.** Programa cultural basado en dos soportes: se exhibe un documental sobre un grupo étnico chileno y luego se debate en el estudio junto a invitados pertenecientes a esta etnia. Breve ciclo de cuatro programas.

-**Desde... con Canciones.** El actor Bastián Bodenhoffer presenta cada viernes por la noche, y desde distintos bares de Santiago, a un cantante o grupo musical. Se le acabó el circuito de bares a la primera temporada.

-**Tierra Adentro.** La primera -y exitosa- experiencia de una revista del campo en formato audiovisual. El periodista Paul Landon se pasea por Chile para conocer al trabajador del agro y los animales, y ofrecer datos e informaciones.

-**Puertas Abiertas.** Espacio Evangélico semanal, cuya estructura cambia constantemente según los materiales que la producción disponga. A veces un espacio con el Pastor-Productor Ejecutivo Eleodoro Torres, otras veces un extracto de tele-evangélicos americanos, etc.

-**Tata Colores.** Microprograma infantil que inmediatamente antes del noticiero invita a los niños a dormir. Tata Colores es una combinación de animaciones planas y tridimensionales, utilizando figuras de peluche y recortes. Existen 16 versiones temáticas que han rotado durante cinco años.

-**La Manzana de la Discordia.** Programa debate en el que dos pares de invitados, personajes públicos o gente corriente, defienden cada uno una posición frente a un tema de candente actualidad. **La Manzana de la Discordia** marca el retorno del debate político y social a la TV, y durante sus tres años de vida, brindó acaloradas y sabrosas discusiones de interés público.

-**Pin Pon.** Después de 18 años, **Pin Pon** vuelve a deleitar a los niños chilenos. Esta vez, junto al actor José Secall en vez del originario "tío" Valentín Trujillo. Jorge Guerra

interpreta nuevamente a su inmortal personaje, en un regreso a todo color. **Pin Pon** es un caso especial dentro de la programación, ya que se trata de un programa dentro de otro. En la franja infantil de la tarde, se transmitía el programa de producción interna **Arboliris**, que después de un corte comercial daba paso a **Pin Pon**. Al finalizar éste, con créditos al aire, se volvía a cortar a comerciales y venía la segunda mitad de **Arboliris**.

-Polla Bingo. Una versión renovada de **Polla Fortuna**, con el mismo formato y el mismo objetivo.

-Los Musicantes. Programa folclórico de mediocre desempeño. La idea de llevar a la pantalla a los actuales exponentes del folclor se veía opacada por una débil dinámica televisiva, resultando un programa tedioso y demodé. Conducido por Charo Jofré, durante sólo una temporada.

-Cine Video. Después de una temporada en TVN, pasa a manos de Nueva Imagen, debido a la poca capacidad productiva del canal durante 1992. Conducido y dirigido por Augusto Góngora, en un principio se dedicó a exhibir gran parte del material del video alternativo desconocido para el público, mezclado con un debate de figuras públicas del cine y la política. Hoy, es una revista que logra la difusión de datos especializados para cinéfilos, y una gran variedad de datos, entrevistas y reportajes dirigidos al público aficionado.

-El Show de los Libros. Exitoso programa cultural creado y conducido por el escritor Antonio Skármeta. A través de recreaciones, entrevistas e invitados, **El Show de los Libros** pretende difundir el amor por la literatura de una manera entretenida y alejada del clásico "programa cultural". Sus dos primeras temporadas fueron realizadas por Visión Comunicaciones, que a partir de 1995 se hace cargo de la totalidad de la programación del nuevo canal 2 Rock&Pop. El programa se traslada, por decisión de TVN, a Nueva Imagen.

-Estrictamente Sentimental. Serie de ficción en formato video que retrata las aventuras amorosas de un joven matrimonio separado, interpretado por los actores Luz Croxatto y

Mauricio Pesutic. El intento más cercano a los telefilms americanos resultó ser una experiencia traumática para Visión Comunicaciones, que a mitad de camino vio reducidos el número de capítulos y las cifras del contrato. Juan Forch lo califica como “una estafa”. Como sea, el resultado en pantalla era técnicamente impecable, y fue la primera incursión en televisión del joven director de cine chileno Gustavo Graeff-Marino.

-Tincazoo. Una nueva variante de los juegos de azar de la Polla Chilena de Beneficencia.

-El Hombre al Desnudo. El doctor Alberto Daiber dedica cada capítulo a un tema médico de interés general, a través de ficciones, entrevistas y didácticas explicaciones. Un programa de calidad que, si bien no es pionero en el tema de la medicina, le impone un estilo nuevo y visualmente atractivo, alejándose del típico reportaje en profundidad.

-Carlos Carola. Serie cómica que relata la doble vida de un ejecutivo que se transforma en mujer para obtener un empleo en una agencia de modelos. Protagonizada por Alex Zisis y dirigida por Jaime Capó. No obtuvo el éxito esperado, y sólo duró una temporada.

-Spot Show. El actor Jaime Vadell es el anfitrión de esta revista publicitaria, en donde se exhiben los mejores comerciales del mundo. Un programa potencialmente entretenido que no lo fue tanto. Una temporada en pantalla.

-La Ruta de un Sueño. Un viaje por los picos más altos del mundo siguiendo el entrenamiento del equipo chileno que conquistaría el Everest. Un interesante documental que tiene la particularidad de haber sido grabado por sus propios protagonistas en formato video 8.

-Neruda en el Corazón. Documental unitario iniciado por el fallecido documentalista Jaime Barrios, y concluido por Gastón Ancelovici y Pedro Chaskel.

-**Fosis**. Microprograma de corte social que pretende resaltar el carácter positivo de la gente que vive en situación de pobreza, llamando la atención de la ciudadanía sobre la apertura de oportunidades. Se trata de un proyecto financiado por el Estado, a través del Fondo de Solidaridad e Inversión Social. En su primera temporada fue incluido en el canal como un espacio publicitario, haciendo una rebaja del 50% a sus realizadores. En 1995, el programa del **Fosis** fue exhibido gratuitamente, ya que todos los canales hicieron lo mismo y no significa así un favor de TVN al Estado.

-**Mea Culpa**. Pionero del llamado 'reality show', **Mea Culpa** recrea e investiga los más oscuros, sórdidos y bullados casos policiales de la historia reciente en Chile. Carlos Pinto, director y conductor del espacio, revela cada detalle del crimen, y luego se entrevista con los verdaderos protagonistas de los hechos (los que quedaron vivos).

-**Enlaces**. Programa de difusión científica conducido por Margot Kahl. En este caso, TVN impone al rostro del programa, que es miembro de su propia planta de trabajadores. **Enlaces** muestra en distintos reportajes el mundo de la ciencia al día, en todas sus disciplinas. Realizado por Imago Films.

-**Sobre Negocios**. El mundo de la economía dirigido y explicado al público común, con un valioso hincapié en el servicio de información al consumidor. Conversación y notas, con la conducción de Yuri Celedón.

-**En el Límite**. Reality Show que, a diferencia de **Mea Culpa**, no se adentra en el mundo del hampa, sino en las situaciones límite de gente normal: accidentes, desastres de la naturaleza, rescates, etc. Jaime Vadell y Verónica Neumann comentan en el estudio las recreaciones realizadas por Artecien.

-**Cumbres de Chile**. Microprograma de historia natural, donde seguimos la ascensión a un cerro o picacho en particular.

ANEXO 2

Cronología de la producción independiente para TVN

AÑO	PROGRAMA	PRODUCTORA
1969 - 1970	Telediario Teleminimundo Kilómetro 240 Londres Pop Revista Musical Cuatro en Reportaje Estadiovisión Majjope Show	Paparazzi Producciones (no existe información documentada sobre el orden y/o la cantidad de producciones. Los programas citados son algunos ejemplos del total de la producción en orden cronológico)
1969 - 1978	Martín Rivas ¿Quién soy yo? El Padre Gallo Plop La Colorina	PROTAB (no existe un archivo que especifique el número exacto de programas realizados para tvn)
1986	La Tierra en que Vivimos	Sergio Nuño producciones
1987	La Tierra en que Vivimos	Sergio Nuño producciones
1988	La Tierra en que Vivimos	Sergio Nuño producciones
1989	La Tierra en que Vivimos Los Venegas a las dos y media / Los Venegas A Bailar a Bailar	Sergio Nuño producciones Chilefilms Estudios KV
1990	La Tierra en que Vivimos Los Venegas Titulares Calles y Avenidas Polla Fortuna	Sergio Nuño Producciones Chilefilms Visión Comunicaciones Jaime Borlone Chilefilms

	Genios del Arte La Manivela Gente de la Tierra Desde... con canciones	Jaime Borlone Ictus El Canelo De Nos Celery Producciones
1991	La Tierra en que Vivimos Los Venegas Titulares Tierra Adentro Puertas Abiertas Tata Colores La Manzana de la Discordia Pin Pon Polla Bingo Los Musicantes	Sergio Nuño Producciones Chilefilms Visión Comunicaciones Terravisión Torres Producciones Vivian Barry Tv Corp Ábar Films Chilefilms Hugo Arévalo
1992	La Tierra en que Vivimos Los Venegas Titulares Tierra Adentro Puertas Abiertas Tata Colores La Manzana de la Discordia Pin Pon Cine-Video Estrictamente Sentimental Tincazoo	Sergio Nuño Producciones Chilefilms Visión Comunicaciones Terravisión Torres Producciones Vivian Barry Tv Corp Ámbar Films Nueva Imagen Visión Comunicaciones Chilefilms
1993	La Tierra en que Vivimos Los Venegas Titulares Tierra Adentro Puertas Abiertas	Sergio Nuño Producciones Chilefilms Visión Comunicaciones Terravisión Torres Producciones

	Tata Colores La Manzana de la Discordia Cine-Video El Show de los Libros El Hombre al Desnudo Polla Fortuna Carlos Carola Spot-Show La Ruta de un Sueño Los Venegas Especial Capítulo 1000 Neruda en el Corazón Fosis	Vivan Barry Tv Corp Nueva Imagen Visión Comunicaciones Terranova Chilefilms Celery Producciones Tv Corp L Producciones Chilefilms Nueva Imagen / Imaginavisión Vergara Comunicaciones
1994	La Tierra en que Vivimos Los Venegas Titulares Tierra Adentro Puertas Abiertas Tata Colores Cine-Video El Show de los Libros El Hombre al Desnudo Polla Fortuna Mea Culpa Enlaces De Tal Palo... Deporte en Acción Sobre Negocios	Sergio Nuño Producciones Chilefilms Visión Comunicaciones Terravisión Torres Producciones Vivian Barry Nueva Imagen Visión Comunicaciones Terranova Chilefilms International Network Group / Nuevoespacio Producciones Imago Films Estudios Catedral Toma Uno Producciones Tv Corp
1995	Los Venegas	Chilefilms

	<p>Tierra Adentro Puertas Abiertas Tata Colores Cine-Video El Show de los Libros El Hombre al Desnudo Mea Culpa Enlaces Sobre Negocios En el Límite Deportivamente Cumbres de Chile Fosis</p>	<p>Terravisión Torres Producciones Vivian Barry Nueva Imagen Nueva Imagen Terranova International Network Group / Nuevoespacio Producciones Imago Films Tv Corp Artecien Toma Uno Producciones Diapo Films Vergara Comunicaciones</p>
1996	<p>Los Venegas Tierra Adentro Y Si Fuera Cierta Los Enredos de Sussi Cine-Video El Show de los Libros Historias de Policía Mea Culpa Enlaces La Pandilla Laberinto Punto Rojo Cumbres de Chile La Tierra en que Vivimos Revolver Hola Verano</p>	<p>Chilefilms Terravisión Silvio Caiozzi Gonzalos Justiniano Nueva Imagen Nueva Imagen Nuevos de Espacios Nuevos de Espacios Imago Films Andes T. V. Artecien Terranova Diapo Films Sergio Nuño Producciones Paula Producciones Praga</p>

ANEXO 3

PRINCIPALES PRODUCCIONES DE NUEVA IMAGEN

CINE VIDEO

Género	Programa Cultural
Formato	Betacam SP
Duración	38 minutos / 12 capítulos
Cliente	Televisión Nacional de Chile
Año	1990 - 1994

CRÓNICAS PERSONALES

Género	Reportajes y documentales experimentales
Formato	Betacam SP
Duración	10 minutos / 12 capítulos
Cliente	Televisión Nacional de Chile Programa El Mirador
Año	1990 - 1995

MATA OTE MAEA

Género	Documental (Isla de Pascua)
Formato	3/4 U-Matic
Duración	50 minutos
Cliente	Televisión Nacional de Chile Programa Gente de la Tierra
Año	1990

USMAGAMA, EL CAMINO DEL PUEBLO

Género	Documental étnico
Formato	3/4 U-Matic
Duración	14 minutos
Cliente	Televisión Nacional de Chile Programa Gente de la Tierra
Año	1990

TREN AL SUR - Los Prisioneros

Género	Video Clip
Formato	Cine 35 mm.
Duración	5 minutos 30 segundos
Cliente	EMI Odeón Chile
Año	1990

(RE) CUENTOS DE MUJER

Género	Documental
Formato	3/4 SP
Duración	42 minutos
Cliente	Televisión Nacional de Chile Programa Especial Día Internacional de la Mujer
Año	1991

COLORES AL DESNUDO

Género	Docudrama educativo (sexualidad adolescente)
Formato	3/4 SP
Duración	32 minutos
Año	1991

LA ESPERANZA INCIERTA

Género Documental
Formato 3/4 SP
Duración 51 minutos
Cliente Channel Four de Inglaterra
Productores Asociados Nueva Imagen (Chile)
Cema (Uruguay)
Festa & Santoro Com. (Brasil)
Año 1991

NENA NO TE PORTES MAL - G.I.T.

Género Video Clip
Formato Cine 16 mm. y 35 mm.
Duración 4 minutos
Cliente EMI Odeón Argentina
Año 1992

COLORES AL DESNUDO II PARTE

Género Docudrama educativo (sexualidad juvenil)
Formato Cine 16 mm. y Betacam SP
Duración 37 minutos
Año 1993

BESO FRANCÉS - Miguel Mateos

Género Video Clip

Formato Cíne 16 mm. / Betacam SP
Duración 4 minutos 56 segundos
Cliente EMI Odeón Chile
Año 1993

NERUDA EN EL CORAZÓN

Género Documental
Formato Betacam SP
Duración 56 minutos
Productores Asociados Nueva Imagen
 Imaginavisión (Canadá)
Canal Televisión Nacional de Chile
 Programa Especial 20 años de la muerte de Pablo Neruda
Premio Fondo de Desarrollo de la Cultura y las Artes - Fondart
Año 1993

HAY UN HOMBRE EN LA LUNA

Género Mediometraje Ficción. Primera película chilena para la TV
Formato Cine 35 mm. / Betacam SP
Duración 27 minutos
Productores Asociados Nueva Imagen
 Filmocentro Cine
 Cebra Producciones
Premio Fondo de Desarrollo de la Cultura y las Artes - Fondart
Año 1993

ESCENARIOS DE PAPEL

Género	Documental institucional
Formato	Betacam SP
Duración	23 min. 8 seg.
Cliente	Ministerio de Educación
Año	1994

DESPUÉS DE LOS MUROS

Género	Documental institucional
Formato	Betacam SP
Duración	22 minutos
Cliente	Gendarmería de Chile
Año	1994

ANIVERSARIO 25 AÑOS DE TVN

Género	Documental institucional
Formato	Betacam SP
Duración	12 min. 20 seg.
Cliente	Televisión Nacional de Chile
Año	1994

A CIELO ABIERTO

Género	Documental institucional
Formato	Betacam SP
Duración	9 min. 40 seg.
Cliente	División Chuquicamata Codelco Chile
Año	1995

CONTRA LA HEPATITIS, TODOS EN ACCIÓN

Género	Video educativo
Formato	Betacam SP
Duración	5 min. 40 seg.
Cliente	Ministerio de Salud
Año	1995

PALITO MANOS LIMPIAS

Género	Video educativo infantil
Formato	Betacam SP
Duración	4 min. 40 seg.
Cliente	Ministerio de Salud
Año	1995

BIBLIOGRAFIA

- Altamirano, Juan Carlos, Los Desafios de la Televisión Chilena del Mañana, Centro de Estudios del Desarrollo, CED, Santiago 1995

- Altamirano, Juan Carlos, TVN's Television Model, documento-discurso, Paris, 1995

- Departamento de RR.PP. de TVN, Televisión Nacional de Chile, documento , Santiago, 1995.

- Fuenzalida, Valerio, Estudios sobre la Televisión Chilena, Corporación de Promoción Universitaria, CPU, Santiago 1981.

- Hurtado, María de la Luz, Historia de la Televisión en Chile. 1958-1973, Ediciones Documentas / Céneca, Santiago, 1989.

- Navarrete, Jorge, Cuenta Pública del Director General de Televisión Nacional de Chile, documento, Santiago, 1992.

- Portales, Diego, La Dificultad de Inovar: Un Estudio Sobre las Empresas de Televisión en América Latina, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, ILET, Santiago, 1984.