

SÉPTIMO CHILE

<https://septimochile.com/>

Medio digital sobre cine chileno

MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA

Informe de memoria digital

JOAQUÍN ANDRÉS ARACENA PADILLA

BENJAMÍN MAURICIO ZAMORANO ERAZO

Profesora guía: Patricia Peña Miranda

Santiago de Chile

2025

## DEDICATORIA

Quiero comenzar agradeciendo en primer lugar a mi mamá y mi papá, mis más grandes inspiradores en esta vida, quienes me han enseñado el valor del esfuerzo y de luchar por mis sueños hasta el final. Sin ustedes nada de esto habría sido posible. A mi hermana Dari, quien con su sentido del humor e inteligencia me ha ayudado cada día a recorrer el camino de la universidad y de la vida. A mi gato Ricky, quien, si bien no puede hablar, todas las noches me acompañó hasta tarde haciendo trabajos y demostrando su amor incondicional. A mis abuelos, quienes con pocas herramientas se las ingeniaron para hacer de mis padres y mi familia grandes personas, soñando siempre con un futuro más próspero. A todos mis amigos de la universidad y profesores con quienes compartí mi tiempo en esta bella escuela, quienes me brindaron su ayuda en momentos difíciles o simplemente me entregaron una sonrisa cuando el cansancio parecía ganar la batalla. Cierro esta etapa, infinitamente agradecido de todos y llevándolos por siempre en el corazón.

Benja

Le quiero dedicar esta memoria especialmente a mi mamá, mi modelo a seguir en la vida, la persona que siempre he querido ser y quien ha estado conmigo en todo momento. Gracias por soportar mi mal carácter y por tener la palabra precisa y el consejo adecuado para ayudarme a avanzar en cada una de mis etapas. Todo lo que he conseguido y que consiga en el futuro es gracias a ti y a tus grandes enseñanzas.

También me gustaría agradecer a mi familia por estar ahí conmigo, por su cariño y porque sé que cada uno de mis logros es un orgullo para ustedes.

Por último, también debo hacer especial mención a mi pequeño círculo de amigos. Son pocos y ninguno se conoce entre ustedes, pero no los cambiaría por nada en el mundo.

Joaco

Queremos comenzar agradeciendo a Patricia Peña, nuestra profesora guía, quien desde el principio confió en nosotros y en nuestro proyecto, entregándonos su apoyo y conocimiento en cada etapa de su desarrollo. También queremos agradecer a cada una de las personas que nos entregaron su tiempo y disposición, ya sea mediante una entrevista o respondiendo nuestras dudas sobre cine. A cada uno de nuestros seguidores en las redes sociales de Séptimo Chile, quienes nos apoyaron con un me gusta en cada una de nuestras publicaciones, demostrándonos que el proyecto valía la pena ser realizado.

Por último, pero no menos importante, también queremos expresar nuestro más profundo agradecimiento a nuestro compañero Martin González, una de las mentes creativas detrás de este medio y quien nos permitió poder continuarlo incluso sin su participación.

Benja y Joaco

# ÍNDICE

<b>1. Introducción</b> .....	8
Séptimo Chile .....	8
<b>2. Antecedentes y justificación</b> .....	11
Qué es cine chileno y cuál es su valor .....	11
Historia del cine chileno y panorama actual .....	13
Pandemia y sus efectos en la industria nacional cinematográfica .....	16
Alcance del cine chileno en el extranjero .....	18
Cine chileno en la era del streaming .....	20
Periodismo y cine .....	22
Nuevas formas de hacer periodismo .....	24
¿Cuál es la necesidad de Séptimo Chile? .....	25
Experiencia Séptimo Chile .....	27
Impacto y potencialidad .....	29
<b>3. Objetivos</b> .....	31
Objetivo general .....	31
Objetivos específicos .....	32
<b>4. Metodología UX: Design Thinking</b> .....	34
Design Thinking .....	35
Encuesta uno .....	37
Encuesta dos .....	39
Entrevistas individuales .....	44
Entrevista grupal .....	46
Usabilidad y público objetivo .....	48
Mapa de empatía .....	50

<b>5. Arquitectura de información</b> .....	53
Investigación benchmark .....	53
Arquitectura de información .....	56
Mapa de contenidos .....	57
Formato web: ¿por qué decidimos usar Wordpress? .....	59
Elección de la plantilla de Wordpress .....	60
Pasos para el levantamiento del sitio web y las redes sociales .....	61
<b>6. Manual de identidad gráfica</b> .....	64
Logotipo .....	64
Paleta de colores .....	65
Tipografía .....	66
Plantilla de redes sociales .....	66
<b>7. Estrategia de contenidos y canales de difusión</b> .....	68
Plan de comunicación: canales y objetivos .....	69
Periodicidad de publicación en el sitio y redes sociales .....	71
<b>8. Consideraciones éticas</b> .....	73
Línea editorial .....	73
Mapa ético .....	74
<b>9. Métricas del sitio web y las redes sociales</b> .....	75
Estadísticas del sitio web .....	75
Estadísticas de YouTube .....	77
Estadísticas de Instagram .....	79
Estadísticas de TikTok .....	81
<b>10. Sustentabilidad</b> .....	82
Proyecciones y sostenibilidad .....	82
Ingresos .....	83

Costos .....	84
<b>11.Conclusión .....</b>	<b>86</b>
<b>12.Bibliografía .....</b>	<b>88</b>
<b>13.Anexos .....</b>	<b>89</b>
Anexo 1 .....	89
Anexo 2 .....	91
Anexo 3 .....	92
Anexo 4 .....	101
Anexo 5 .....	107
Anexo 6 .....	121
Anexo 7 .....	122
Anexo 8 .....	130
Anexo 9 .....	134

## INTRODUCCIÓN

Durante el año 2023 nos vimos enfrentados por primera vez a la realización de un proyecto multimedia gracias a la cátedra de Taller de Proyectos Digitales. En ese espacio, tuvimos el desafío de idear un trabajo periodístico que permitiera enfocarnos en un nicho específico y que pudiera dar solución a un problema social desde la óptica de los medios de comunicación.

En este sentido, y enfocados en nuestros gustos personales, nos dimos la tarea de buscar un problema que pudiéramos solucionar a través del taller y que a su vez fuera el reflejo de una dificultad para un grupo de personas. Así llegamos al tema del cine chileno. Como amantes del séptimo arte, nos dimos cuenta de que la industria nacional queda opacada ante los grandes estrenos de Hollywood que copan la taquilla chilena, sin darle espacio a las producciones más alternativas e independientes de cineastas que tratan de hacerse un nombre en un mundo que no se los permite. Para peor, esta bola de nieve arrastra a un público chileno que no siente mucho interés por las cintas de su propio país debido a una evidente falla comunicacional y educativa en esta materia.

Por esta razón, decidimos crear un medio periodístico que arreglara esta falla y que pudiera dar solución tanto a cineastas como espectadores. De este modo, podríamos llenar un vacío existente en el universo de las comunicaciones chilenas al no existir ningún medio dedicado exclusivamente al cine nacional. El proyecto fue desarrollado durante el año 2023 y gracias a las buenas opiniones y evaluaciones que tuvo, tomamos la decisión de hacerlo mucho más grande y profesional, aportando la incipiente experiencia periodística que hemos ganado en el último tiempo. Nuestra motivación con Séptimo Chile es tener una labor informativa, social y educadora en beneficio de una industria que necesita toda la ayuda posible para surgir.

### **Séptimo Chile**

Séptimo Chile ([www.septimochile.com](http://www.septimochile.com)) es un medio digital periodístico que busca dar a conocer e interiorizar a las personas sobre diferentes producciones chilenas de cine, ya sean series, películas o cortometrajes. La misión es ser una plataforma conocida dentro del periodismo, pero

también en el ámbito cinematográfico chileno, uniendo dos de los mundos más importantes que conforman las comunicaciones.

La industria del cine ha sido denominada por muchos como el séptimo arte, no solo porque representa una forma de expresión, sino que también por lo reveladora que es respecto a una sociedad o su conjunto. Eduardo de la Cruz, en el texto Memoria(s), cine y sociedad: miradas del cine argentino (2022) explica respecto al cine que: “es testigo presencial de cómo cada sociedad discute/dialoga sobre sus propios conflictos, y a partir de sus creaciones estéticas propone imaginarios posibles donde la Cultura va a constituirse desde los múltiples encuentros de diferentes visiones/versiones y los usos que de éstos discursos se realicen” (p. 709). Es decir, el cine no solo es una producción audiovisual que se difunde, también es una muestra de los temas que importan y la cultura de un grupo. Al igual que un medio de comunicación, el cine crea realidades nuevas o acerca contextos lejanos. Por ejemplo, cuando alguien latinoamericano ve una película asiática, podrá percatarse de diferencias culturales evidentes, las que llamarán su atención y abrirán un nuevo abanico o forma de ver el mundo.

Por lo tanto, teniendo esto en cuenta, Séptimo Chile busca configurar una nueva visión de lo que significa el cine chileno para el país, preocupándose fundamentalmente de su instalación como medio de noticias, análisis y entrevistas. El objetivo de nuestro sitio tiene un punto de vista ético e inclusivo que subyace a todo ámbito de nuestra profesión, pero que aquí tiene una importancia primordial. Séptimo Chile no quiere ser cualquier tipo de página sobre cine otras que hay en internet. La idea es tener un sello distintivo de profesionalización periodística digital, pero que al mismo tiempo apunte a cualquier tipo de persona que quiera interiorizarse en este tema. Además, el fondo del proyecto es llenar el vacío que hay en este ámbito y que exista algún medio de comunicación que se especialice en las producciones nacionales.

El propósito de este proyecto también va acompañado con la labor social que tenemos como periodistas y que nos ha inculcado la universidad. El objetivo es acercar la cultura a gente que quizás por su situación socioeconómica, lugar de residencia o falta de oportunidades, no tiene el placer de conocer cine hecho por gente de su propio país. Además, queremos que cineastas jóvenes e independientes puedan dar a conocer su trabajo y tener la posibilidad de que el público acceda a él. En este caso, nuestra labor como periodistas será informar a la población acerca de ellos y de cómo poder apreciar sus propuestas artísticas. Por lo mismo, la página será construida de una forma

simple y minimalista, con lenguaje periodístico, pero sin tantos tecnicismos, cosa que cualquier persona pueda entender lo que se trata de comunicar.

Séptimo Chile apunta a ser uno de los referentes periodísticos en el ámbito cinematográfico chileno. Además, busca establecerse como un punto de encuentro para que cineastas nacionales interactúen con el público que disfruta de su trabajo.

## ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

La sustentación teórica del proyecto es clave para su posterior realización. Por eso mismo, es necesario desarrollar un marco metodológico y entender el escenario al que nos estamos enfrentando.

El cine chileno es un mundo que nació a principios del siglo XX. Consideramos relevante contar un poco de su historia, además de la relación que ha tenido con el periodismo, evidenciando el panorama actual que vive esta industria. Justificar de esta manera nuestro proyecto nos permitirá conocer si es un trabajo sustentable que puede tener un desarrollo efectivo para solucionar algunos de los problemas antes mencionados.

### **Qué es cine chileno y cuál es su valor**

Definir al cine chileno no es una tarea sencilla, mucho menos en un país tan diverso como el nuestro donde conviven diferentes realidades, culturas y formas de ver el mundo. Recordemos que, al igual que otros tipos de arte, el cine es el reflejo de una sociedad, los temas que le importan y cómo esta se muestra y percibe a sí misma frente a los demás.

Raúl Ruiz dice que el cine chileno tiene la característica de que siempre trata de definir al mismo Chile, lo que lo puede volver un agente diferenciador comparado con otras naciones, aunque si se compara con el mercado latinoamericano, lo cierto es que gran parte de este cine trata de definir a estos países como sociedad, sobre todo en periodos post dictadura.

El cine es y seguirá siendo una herramienta que contribuya a la memoria, entendiendo como memoria a no volver a cometer los mismos errores del pasado. Pero esto también acarrea otro conflicto, y es que muchas personas siguen pensando que el cine chileno solo trata y reflexiona periodos como el golpe militar, sin tener en cuenta otros pasajes en la historia del país.

Un artículo de la página Cinechile titulado *El cine chileno NO habla mucho del golpe y la dictadura* (2023) demuestra que entre 2001 y 2023 se estrenaron 613 películas chilenas en salas de

cine, de las cuales solo 92 se refieren de alguna manera a este periodo en particular, es decir, un 14,85% de las producciones. Teniendo en cuenta esto, se puede afirmar que el cine chileno se ha caracterizado en los últimos años por una diversidad temática, abordando tópicos como:

- **Identidad nacional:** el cine chileno a menudo explora temas como la identidad nacional, relacionados con la cultura, la historia y las tradiciones del país. Una película que sirve como ejemplo de esto es *Subterra* (2003) de Marcelo Ferrari, basada en la novela de Baldomero Lillo. La cinta aborda cómo era la vida de los mineros en el pueblo de Lota, durante el auge del uso del carbón como combustible. Otros casos son las producciones de *Héroes: la gloria tiene su precio* (2007) que realizó Canal 13 para el Bicentenario, siendo una serie de películas en las que se abordó la vida de héroes nacionales como José Miguel Carrera, Bernardo O'Higgins, Manuel Rodríguez, entre otros.
- **Realismo:** varias películas chilenas buscan retratar una realidad, es decir, se caracterizan por tener un enfoque que quiere mostrar la vida cotidiana de una persona o una comunidad. Si bien estos largometrajes pueden o no tocar la ficción, si dejan una impronta diferente en los espectadores debido a que hablan de un contexto que afecta a un sector de la sociedad. En este sentido, ejemplos de este tipo son *Las cosas como son* (2012) de Fernando Lavanderos o *Lucía* (2010) de Niles Atallah.
- **Contexto social:** Chile es un país con diferentes problemas sociales, como la desigualdad o las bajas pensiones, por lo que muchas producciones buscan representar lo que miles de personas viven día a día con estas dificultades. Un ejemplo de esto es la película *Perro bomba* (2019) de Juan Cáceres, en que un inmigrante haitiano debe enfrentarse al racismo y a una sociedad poco inclusiva con quienes provienen de otro país.
- **Paisajes naturales:** gracias a sus más de 4.200 kilómetros de largo, Chile es un territorio que posee una vasta geografía y diversidad de climas única en el mundo. Por esto, miles de directores nacionales utilizan estos espacios como inspiración para sus producciones. El ejemplo más cercano en el último tiempo se da en el documental *La cordillera de los sueños* (2019) de Patricio Guzmán, donde la cordillera de los Andes se alza como la inspiradora y testigo de la historia de una nación.

- **Cine de autor:** el cine de autor busca reflejar la personalidad del director y guionista que crea la película. Si bien existen varios ejemplos sobre este tipo de cintas, una de las filmografías más destacadas en la historia de Chile es la de Raúl Ruiz con obras como *La Maleta* (1963) o *Tres Tristes Tigres* (1968) que realizan una combinación entre la chilenidad, el poder del lenguaje y lo fantástico.
- **Cine político:** Este cine no sólo denuncia las injusticias del pasado, sino que también abre espacios para la reflexión sobre el presente y el futuro de Chile, convirtiéndose en un testimonio poderoso de la resistencia y la esperanza. A través de películas como *La Batalla de Chile* (1975) de Patricio Guzmán, se ha documentado de manera impactante el golpe de Estado de 1973 y sus consecuencias, mostrando la resistencia popular y el trauma colectivo que marcó a generaciones enteras.

Todos estos temas que el cine chileno se encarga de tratar son la fiel demostración de la diversidad temática de esta industria. Por lo tanto, si hubiera que definirlo con una sola palabra sería: diverso. Diverso por cómo son hechas sus producciones, por los temas que toca y las realidades que buscan dar a conocer. El cine chileno no tiene una forma de hacerse, una estructura o un tema absolutamente recurrente por encima de otros. Cada película es un nuevo universo en el que un grupo de realizadores logra plasmar en la pantalla las ideas que poseen sobre cierto aspecto de la cultura nacional que quieren identificar en la pantalla grande.

### **Historia del cine chileno y panorama actual**

El cine chileno cuenta con una historia rica y diversa, llena de películas que han marcado a la sociedad del país de buena o incluso de mala manera. Sin embargo, esta historia es relativamente reciente, y se remonta al siglo XX, específicamente a inicios de ese periodo, cuando surgieron las primeras películas chilenas.

Luis Valencia (2015) en su obra *El Cine chileno durante la Dictadura Militar* afirma que: “los orígenes del cine chileno se remontan al 26 de mayo de 1902 con la proyección del cortometraje documental Ejercicio General del Cuerpo Bomberos. Apenas con tres minutos de duración este documental filmado en la plaza Aníbal Pinto de Santiago marcó el inicio del cine chileno” (p.3).

Si bien la industria contaba con algunas producciones, no sería hasta 1960 cuando llegaría el verdadero impulso del cine nacional con la aparición del movimiento conocido como el Nuevo Cine Chileno.

Este movimiento de cineastas coincidió en su momento con otras ramas de la cultura como la Nueva Canción Chilena e incluso en otros países de la región con el Cinema Novo Brasileño. Varios expertos coinciden en que esta nueva “ola de inspiración” habría nacido durante el Festival de Cine de 1967, realizado en la ciudad de Viña del Mar, donde los cineastas más importantes del medio decidieron que las películas nacionales debían desarrollar una cultura nacional anticolonialista, abordar conflictos sociales para concientizar a las masas y actuar con perspectiva continental.

El Nuevo Cine Chileno tuvo sus ambigüedades y sus fronteras líquidas, pero no hay duda de que identificó un cambio en los modos de producción que, arrancando de un juicio negativo sobre todo lo que había existido, terminaba en un luminoso lado afirmativo: “la proclamación de la independencia del acto creativo, la afirmación de una conciencia política y la defensa de su conexión cultural con su propio pueblo” (Cavallo, 2010, p.13).

Entre los mayores exponentes de esta nueva forma de hacer cine estaban Helvio Soto, Aldo Francia, Miguel Littín, y Raúl Ruiz, quien acostumbraba a emplear un estilo más corrosivo y directo. También existían documentalistas como Patricio Guzmán y Pedro Chaskel. Esta nueva forma de ver al cine nacional generó una gran cantidad de novedosas producciones, las que tuvieron una gran repercusión durante la época e incluso en la actualidad. Algunas de estas cintas son: *El Chacal de Nahueltoro* (1969) de Miguel Littín, *Valparaíso mi amor* (1969) de Aldo Francia y *Caliche Sangriento* (1969), película de Helvio Soto que fue vetada durante el gobierno de Eduardo Frei Montalva debido a presiones desde el ejército.

Luego, durante la época de la Unidad Popular, varios cineastas chilenos se dedicaron a producir trabajos encargados por organismos gubernamentales o partidos políticos. En aquellos años, la televisión comenzaba a tomar más fuerza que nunca como medio de comunicación. Cada vez más hogares contaban con una dentro de sus casas, acercando el mundo audiovisual al común de las familias del país.

Pero todo dio un giro radical con el golpe de Estado de 1973, incluido el Nuevo Cine Chileno. Si bien las premisas de este movimiento siguieron intactas, estas se reinterpretaron desde los miles de cineastas que vivían en carne propia el exilio, ya sea como denuncia a la represión y las atrocidades cometidas por el régimen, o desde un sentimiento de nostalgia por la lejanía de la tierra natal y de un pasado que ya no existía.

Países como Francia, Alemania, Suecia, Finlandia, Canadá, la Unión Soviética, entre otros, se convirtieron en el principal destino de los cineastas chilenos quienes no tuvieron otro remedio más que escapar del territorio debido a la fuerte represión instaurada por la dictadura. Pero esto no significó que la industria parara por completo, de hecho, varias películas chilenas fueron terminadas en el exilio como *La Tierra Prometida* (1973) de Miguel Littín o *La Batalla de Chile* (1975) de Patricio Guzmán.

La férrea censura impuesta por la dictadura impactó de sobremanera en el cine nacional, frenando a una industria que había tenido un gran empuje previo al golpe de Estado. Esta situación, por otro lado, benefició a sectores como la televisión que era fuertemente controlada por la junta militar, de modo que pudieron seguir emitiendo algunos contenidos, sobre todo programas de entretenimiento.

Durante el regreso a la democracia, en la década de los noventa, el cine chileno no volvió a brillar como lo hacía antes. Aquellos años estuvieron marcados por estrenos irregulares y poco frecuentes, sin contar con el apoyo público que en aquel entonces y a pesar de los esfuerzos seguía siendo escaso. De este periodo destacan películas como *La Frontera* (1991) de Ricardo Larraín, cineasta que estrenó varios cortometrajes en los años ochenta.

Al inicio del nuevo siglo, el contexto del cine chileno emprendió algunos cambios. Poco a poco la industria comenzó a reactivarse con algunas producciones como *El Chacotero Sentimental* (1999) de Cristián Galaz y *Sexo con Amor* (2003) de Boris Quercia. Además, el cine nacional comenzó a adquirir nuevas características ligadas a lo económico, abriendo paso a películas más comerciales, lo que permitió producir cintas sin ayuda estatal, pero alejadas de los principios de lo que en algún momento fue el Nuevo Cine Chileno.

La industria vive actualmente una etapa de renovación y búsqueda sin precedentes. Gran parte de los estrenos de los últimos años no tienen un género definido, lo que demuestra el afán de las y los directores por llegar a una gran cantidad de público, sin importar características como el rango etario, la clase social, el género, etc.

Además, varias películas chilenas han obtenido prestigiosos premios en el ámbito internacional, como es el caso de *Una mujer fantástica* (2017) de Sebastián Lelio, producción que ganó el Oscar a mejor película extranjera, pavimentando (en parte) la apertura de la industria nacional al mundo. Sin embargo, también hay quienes postulan que medir el progreso de esta industria por su figuración internacional sería totalmente errado.

Este es el caso de Marcelo Morales, director de la Cineteca Nacional, quien afirma en su artículo web *Cine chileno en su justa medida* (2021) lo siguiente: “visiones reduccionistas y caducas que miden al cine chileno según su figuración internacional, o según su éxito frente a los mastodontes hollywoodenses solo ayudan a cristalizar prejuicios tales como que el cine chileno es malo, siempre habla de lo mismo, y que está siempre al borde de la desaparición. El cine chileno es más vasto, diverso y mejor de lo que se cree. Nos rodea más que nunca, y debemos verlo (y medirlo) cómo se merece”.

Lo cierto es que el cine chileno vive un momento de expansión, tanto en sus públicos como en los temas que busca retratar. Hoy más que nunca se ha vuelto fundamental difundir las nuevas aristas de este cine, trabajo al que Séptimo Chile busca contribuir mediante la construcción de su medio digital, mostrando cómo la industria se ha renovado en los últimos años, sobre todo después de la pandemia.

### **Pandemia y sus efectos en la industria nacional cinematográfica**

La pandemia COVID-19 afectó económicamente a millones de industrias de todo el mundo y el cine chileno no fue una excepción. Con cuarentenas y restricciones a la movilidad que se prolongaron por varios meses, miles de cineastas nacionales debieron ingeniárselas para sobrevivir durante un tiempo en que las producciones fueron canceladas, postergadas o detenidas.

Para tener una idea general de cómo se vio afectada esta industria en el mundo, Unesco realizó un informe titulado *Las industrias culturales y creativas frente a la COVID-19. Panorama del*

*impacto económico* (2021). Según este informe, en 2020 hubo una contracción de 750 millones de dólares generado por las industrias culturales y creativas, en comparación a 2019, una cifra superior al producto interno bruto de varios países en el mundo.

En Chile, conscientes de la situación, el gobierno de aquel momento entregó diferentes ayudas estatales al sector, como un bono de 450 mil pesos a trabajadores afectados, programas de financiamiento para ampliar o mejorar la infraestructura cultural, programas de reactivación apoyados por CORFO, ayudas económicas a cooperativas y organizaciones gremiales ligadas a la cultura, entre otras. Las ayudas se centraron en reactivar la economía ligada a este espectro de la población.

Sin embargo, el cine también sufrió otra metamorfosis durante la pandemia, no solo financieramente, sino que también en la forma de distribuir y apreciar estas producciones. Debido a la larga cuarentena y al cierre de las salas, miles de personas se volcaron al streaming como una forma de entretenimiento y de reemplazo para ver películas desde el hogar.

Pero ¿qué es exactamente el streaming? El concepto se refiere a cualquier contenido, grabado o en vivo que se pueda disfrutar en computadores o celulares con conexión a internet. Por ejemplo, plataformas como Netflix, Disney+, MAX, Prime Video, entre otras, ofrecen este tipo de contenido a sus usuarios, quienes mediante una suscripción de pago pueden decidir que les interesa ver.

La pandemia mundial COVID-19 se convirtió en el escenario perfecto para la consagración de estos sitios, incluyendo en este caso al cine y las producciones chilenas. Tal es el caso de Ondamedia, una plataforma gratuita creada por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio en 2017, buscando acercar al público nacional con sus propias películas.

Durante el confinamiento este sitio aumentó seis veces sus visualizaciones, pasando de 53.316 en el mes previo a la pandemia, a casi 334.804 en el mes siguiente. En 2020, la plataforma cerró con un total de 2.254.376 visualizaciones, comparadas a las 360.450 del año 2019, demostrando el fuerte posicionamiento y el interés de la ciudadanía por el streaming y el cine nacional.

Además, se estrenaron películas, documentales y series que se posicionaron con bastante éxito en las plataformas, como es el caso de *El agente topo* (2020) de Maite Alberdi que fue distribuida por Netflix. También hay ejemplos de otras producciones que no se lanzaron en este tipo de

plataformas, pero que hasta el día de hoy siguen siendo un éxito de visualizaciones, como *El reemplazante* (2012-2014) de TVN y *La cordillera de los sueños* (2019) de Patricio Guzmán.

Por lo tanto, se puede concluir que la pandemia aceleró un proceso inevitable: la coronación del streaming como una forma de ver y apreciar cine. Aunque algunos expertos siguen viendo este posicionamiento con cierto recelo, considerando que afectan a producciones más independientes sin tanto presupuesto, lo cierto es que, si se maneja adecuadamente, puede ser una oportunidad tanto para grandes y pequeños cineastas de dar a conocer sus obras, en especial a un público nacional que muchas veces no está enterado de los últimos estrenos.

En una entrevista realizada para este proyecto, Marcelo Morales habló sobre la situación del cine chileno post pandemia y explica que: “la reactivación en cuanto a apoyar la producción ha sido lenta, pero se espera efectivamente que el próximo año aumenten los presupuestos, aumenten las películas que tengan más apoyo, no solamente de directores consolidados, sino también de nuevos directores”.

### **Alcance del cine chileno en el extranjero**

Es innegable reconocer que ha habido un alza en el último tiempo respecto al éxito que han tenido las producciones nacionales cuando hablamos del extranjero. El último año fue particularmente beneficioso en este sentido. Si hablamos de los premios Oscar, Chile tuvo dos nominaciones a la estatuilla. Por un lado, está el documental *La Memoria Infinita* (2023) de Maite Alberdi una producción que narra los últimos años de vida de Augusto Góngora, periodista y creador de Teleanálisis, en su lucha contra la enfermedad del Alzheimer, acompañado por su esposa Paulina Urrutia. La cinta estuvo nominada en la categoría de Mejor Documental, sin embargo, no logró ganar, quedando en el camino frente a *20 días en Mariupol* (2023). Misma situación ocurrió con la película *El Conde* (2023) de Pablo Larraín, una sátira sobre el dictador Augusto Pinochet en la que se le caracteriza como un vampiro inmortal en una historia repleta de humor negro. La producción estuvo nominada a la categoría de Mejor Fotografía, pero perdió ante la ganadora a la Mejor Película que fue *Oppenheimer* (2023) de Christopher Nolan.

Pese a esto, el cine chileno sí logró ganar importantes premios en festivales extranjeros. La película *Los Colonos* (2023) de Felipe Gálvez logró ganar el FIPRESCI de la crítica extranjera en

el reconocido Festival de Cannes. Además, la antes mencionada producción de Alberdi, se llevó el Goya a la mejor película iberoamericana. Es menester mencionar que la industria nacional ha tenido otros éxitos y producciones reconocidas como *Historia de un Oso* (2014) de Gabriel Osorio y Patricio Escala y *Una Mujer Fantástica* (2017) de Sebastián Lelio que sí ganaron una estatuilla en los premios Oscar.

Sin embargo, algunos cineastas chilenos que están dentro de la industria como Orlando Lübbert, director de la mítica *Taxi Para Tres* (2001), afirman lo siguiente sobre la presencia del cine nacional en el extranjero: “el cine chileno no tiene presencia. Lelio es el que le ha ido mejor en el último tiempo, no sé qué estará haciendo ahora, pero muchas de las películas son cintas que se podrían haber hecho en cualquier lado. Lo importante es instalar temáticamente a Chile. Anduve por todo el mundo, me invitaron a Estados Unidos, China, Corea, a todos partes con *Taxi para tres* que es la película de mayor éxito que he tenido. Y es una película muy chilena, y uno podría pensar que no va a tener éxito por eso, pero es la cinta que más ha interesado en otros lugares”.

A lo que se refiere, Lübbert es que este éxito del cine chileno en premiaciones estadounidenses o europeas, solo con cosas esporádicas, no es una constante del cine nacional y que lamentablemente, nuestras producciones no tienen una importancia en Latinoamérica y mucho menos en el mundo. La comparación más cercana que tenemos es con el cine argentino, en dónde hay toda una industria detrás que apoya a sus películas. Por lo mismo, es conocido en el mundo que las películas trasandinas tienen un gran nivel artístico y de calidad de actores y cineastas, superior tal vez a varios países del continente o al menos con un mayor reconocimiento.

No se puede dejar de mencionar de todas maneras que el actor chileno Pedro Pascal es uno de los más reconocidos de la actualidad, participando en exitosas producciones como *Game of Thrones* (2011-2019) y *The Last of Us* (2023) para HBO y *The Mandalorian* (2019-2023) para Disney. Esto es un hito importante porque instala el nombre del país en medio de la cultura del espectáculo hollywoodense. No obstante, tampoco se puede tomar este hecho como que el cine o los actores chilenos estén triunfando en el extranjero porque la realidad es muy distinta. Partiendo del hecho de que Pedro Pascal no se crio prácticamente en nuestro país, podríamos decir que es más estadounidense que chileno. Afortunadamente él tiene un gran cariño por Chile y se reconoce a sí mismo como uno más de nosotros.

Pero si tenemos que nombrar a alguien de aquí que es reconocido por la crítica internacional es Pablo Larraín. Con sus películas y su productora Fábula ha logrado catapultar su carrera a grandes niveles, llegando a dirigir importantes producciones como *Jackie* (2016) o *Spencer* (2021) en las que ha trabajado con reconocidas actrices como Natalie Portman o Kristen Stewart. Además, con películas como *Neruda* (2016) o la misma *El Conde* (2023), ha logrado establecer de alguna manera su nombre en la industria cinematográfica del extranjero.

### **Cine chileno en la era del streaming**

El cine ha sufrido varias transformaciones a lo largo de los años, no solo en su estilo y forma, sino que también en cómo las personas ven y acceden a estas producciones. El autor Tomas Creus explica de estos cambios que: “El cine, a diferencia de otras formas de arte más tradicionales, como la literatura o la pintura, está más afectado por el avance tecnológico. Si por un lado los cambios en la tecnología han influenciado sustancialmente los procesos de creación y producción — desde la digitalización de las cámaras a los actuales efectos especiales hechos casi totalmente con ordenadores — por otro, han transformado radicalmente el modo como vemos y experimentamos el cine” (2018, número 83).

Pero esto no siempre fue así. En sus inicios el cine requería de un proyector y un rollo que contenía la película, rollo que además debía ser importado desde otros países si es que la cinta era extranjera. Luego, con la aparición del VHS y los DVD, se masificaron tiendas como Blockbuster, donde solo con una suscripción podías rentar películas para luego verlas en tu casa. No obstante, el streaming logró sepultar por completo esta forma que en su momento parecía muy novedosa, acercando a las personas al consumo de cine con solo un clic desde sus casas. Sin embargo, ¿qué tan realmente beneficioso es el streaming para el cine chileno?

Actualmente el streaming entrega varios beneficios a la industria, entre ellos, poder difundir películas fácil y rápidamente, además de poder verlas en el momento que cada uno decida. De esta manera, existe una “personalización” al servicio de los usuarios, lo que ha generado una alta popularidad de estas plataformas a nivel mundial.

De hecho, en nuestro país las cifras hablan por sí solas. Según una encuesta realizada por Cadem en conjunto con WOM, se pudo descubrir que un 66% de las personas en Chile ve contenido

audiovisual a través de servicios de streaming, cifra que aumenta a un 77% entre los jóvenes de 15 y 29 años.

Debido a la gran cantidad de usuarios, el streaming se ha vuelto una buena fuente para ver películas chilenas, entre las que se encuentran: *El agente topo* (2020) de Maite Alberdi, *Tengo miedo, torero* (2020) de Rodrigo Sepúlveda, *Mala junta* (2016) de Claudia Huaiquimilla, *De jueves a domingo* (2012) de Dominga Sotomayor, *Machuca* (2004) de Andrés Wood, *No* (2013) de Pablo Larraín, entre otras. Muchas pueden ser vistas en los servicios más exitosos como Netflix o Prime Video.

Aprovechando este auge, en 2017 el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio fundó el sitio Ondamedia, una plataforma 100% gratuita que busca promover el consumo e interiorizar a las personas del cine nacional. En un principio se lanzó una versión beta, con 40 películas y 41 documentales, entre otras categorías, permitiendo un total de ocho visualizaciones al mes.

Sin embargo, durante la pandemia Ondamedia dio acceso ilimitado a todo su contenido, sextuplicando su audiencia y alcanzado las 2.200.000 visualizaciones durante ese periodo. Se demostró que las personas si están interesadas en ver producciones nacionales, pero que por falta de tiempo o difusión muchas veces no adquieren la popularidad necesaria.

Respecto a esto, las plataformas de streaming también contribuyen a una gran problemática de nuestro cine; la publicidad. Una gran cantidad de películas en el país son de directores o directoras independientes, lo que provoca que el presupuesto para publicidad sea acotado. Sin embargo, establecer alianzas con gigantes del streaming como Netflix y Amazon soluciona en parte este gran problema, puesto que estas plataformas serán las encargadas de difundir y publicitar la producción.

Pero la entrada con fuerza del streaming al mercado del cine no ha significado sólo ventajas, sino que también algunas desventajas, sobre todo para quienes disfrutaban del cine clásico. El poder ver películas desde el hogar ha causado que miles de salas de cine (principalmente independientes) deban cerrar debido a la poca afluencia de público, quedando en el pasado y convirtiéndose en víctimas de estas nuevas tecnologías.

Lo cierto es que actualmente las salas de cine de grandes empresas (no independientes) sobreviven gracias a la exclusividad de ciertos estrenos, los que siguen cautivando al público. No

obstante, si el tiempo y el poder del streaming sigue creciendo, esto podría cambiar con el tiempo poniendo en peligro la experiencia social de ver cine.

Si bien el streaming acarrea ventajas y desventajas, no hay duda de que con los años estas plataformas cada vez atraerán más visualizaciones, recursos y por lo tanto poder. El cine nacional deberá adaptarse a estos cambios y aprovechar sus ventajas, tanto en difusión como en accesibilidad.

## **Periodismo y cine**

La relación entre el periodismo y el cine, aunque parezca alejada, es más cercana de lo que parece. Por un lado, el periodismo busca, en simples palabras, transmitir información relevante, ya sea por su cercanía geográfica o porque afecta a un conjunto de personas. Su característica primordial es que siempre trata hechos reales, a comparación del cine, que puede inmiscuirse, no exclusivamente, en historias de pura ficción.

Sin embargo, esta cuota de ficción que muchas veces tiene el cine no quita que detrás se esconda una realidad desconocida para los espectadores. Enrique Martínez-Salanova (2019) en su obra *El periodismo de investigación en el cine* señala que: “a partir del cine debe buscarse la realidad que existe tras la ficción o la ficción que se da tras la realidad. El interés que entraña el cine, su magia y su belleza, la versatilidad de sus técnicas y la infinita gama de contenidos es, en muchas ocasiones, la clave de la investigación sobre otras épocas, historias, relatos o documentos, o sobre el mismo cine, su lenguaje y su tecnología” (p.3).

Es decir, no importa que tan ficticia sea la historia detrás de una película debido a que siempre existirá algo verdadero en ella. Esto puede ser la forma de ver el mundo en determinada época, las cosas de moda o la forma de vestirse, la manera de relacionarse e incluso los temas que importaban a una sociedad en el pasado.

La industria cinematográfica es caracterizada por muchos como un arte, porque recrea y busca transmitir algo más que solo lo visual, busca generar algo en el espectador como sentimientos, experiencias o un punto de vista. Se puede pensar en el cine como una obra de arte instalada en un museo, que, al verla, genera diferentes apreciaciones dependiendo de las experiencias o historia personal de cada individuo.

Al igual que el periodismo el cine quiere ser difundido y busca llegar a la mayor cantidad de personas, transformándose así en un nuevo medio de comunicación, dando a conocer, representando y recreando realidades. Tal es la relación entre el cine y el periodismo que algunos autores postulan la existencia de un género propio e independiente.

El periodismo cinematográfico no es un género menor, ni un subgénero. Bajarlo de nivel, mezclarlo y no tener en cuenta su independencia significa un error de apreciación del contenido y de la forma. Por tanto, debe afirmarse que el periodismo cinematográfico es una categoría propia e independiente del cine (Álvarez, 1988).

Teniendo en cuenta esto, se vislumbra que la relación entre cine y periodismo es mucho más larga, y, de hecho, se puede resumir en las siguientes aristas:

- ***Películas basadas en hechos reales:*** Muchas películas se basan en historias 100% verídicas, aunque algunas con ciertas modificaciones en beneficio del argumento narrativo. Por ejemplo, la película *Spotlight* (2015) de Tom McCarty retrata la investigación periodística del Boston Globe sobre casos de abuso sexual en la iglesia católica.
- ***Documentales:*** Los documentales son definidos como una obra audiovisual que muestra un aspecto de la realidad, siempre desde un punto de vista claro. Por lo tanto, un documental requiere herramientas periodísticas como investigación, redacción y análisis de un hecho o un contexto. Para muchos, dentro del género del cine, es una de las ramas que más relación guarda con el periodismo, principalmente por la realidad que trata de mostrar.
- ***Cine como fuente de la realidad:*** El cine puede ser, algunas veces, 100% ficción. Sin embargo, esto no quita que detrás exista una realidad sobre un tema que importa a una sociedad. Imaginemos por ejemplo una película sobre injusticias sociales, a pesar de que la historia sea creada, detrás de esta ficción se esconde una realidad reflejo de una cultura, algo que representa muy bien la película surcoreana *Parásitos* (2019) de Bong Joon-ho. En el caso de Chile existen varias producciones que buscan reflejar las injusticias sociales, como por ejemplo *Machuca* (2004) de Andrés Wood.
- ***Cine como fuente de noticias:*** Es una práctica totalmente abandonada, pero digna de mencionar. En sus inicios, las salas de cine daban noticias antes de proyectar la película. En

Chile tuvo un principal auge entre los años 1919 y 1931 con los noticieros cinematográficos.

Por lo tanto, se puede concluir que tanto el cine como el periodismo son campos diferentes en su génesis pero que se complementan entre sí, aportando cada uno en sus diferentes áreas. Sin embargo, existen casos como el periodismo cinematográfico, trabajando juntos para conseguir un mismo objetivo: transmitir y difundir un mensaje.

### **Nuevas formas de hacer periodismo**

Durante los últimos años, el periodismo ha debido enfrentar una serie de cambios frenéticos, los cuales han reformado el panorama actual de las comunicaciones y de las formas de ejercer esta profesión. Si bien las maneras tradicionales como la prensa, la televisión o la radio siguen estando vigentes, ahora hay que sumar un nuevo integrante en medio de una nueva era, es decir, el aspecto digital.

Internet y las redes sociales son hoy en día un espacio y una oportunidad única de información en el mundo. Nunca en la historia de la humanidad había sido tan sencillo difundir una noticia en solo segundos alrededor de todo el globo. Por esta razón, miles de medios se han adaptado a estos cambios tecnológicos, creando portales de noticias en diferentes redes sociales y atrayendo a nuevos públicos.

Nuevas tecnologías y espacios de difusión que han suscitado la aparición de nuevos actores de la comunicación, pasando de una estructura vertical y unidireccional a un sistema horizontal, bidireccional e interactivo. Mientras antes el lector consumía los textos sin mucha capacidad de acción, ahora sus comentarios, búsquedas o publicaciones pasan a formar parte del contenido mediático en numerosas ocasiones (Carratalá, 2011).

Es decir, los espectadores se han convertido en nuevos agentes de la comunicación, comentando situaciones, generando contenido e incluso proponiendo temas. El rol del espectador se ha vuelto difuso puesto que hoy en día cualquier persona puede publicar o afirmar algo, adquiriendo un rol que antes solo se restringía al periodista.

No obstante, esta nueva libertad también es un arma de doble filo. Las conocidas fake news abundan más que nunca en la historia de la información y no solo eso, se aprovechan de estas nuevas tribunas para esparcirse rápidamente como una enfermedad. Por ello se han creado páginas como Fastcheck que, conscientes de este fenómeno, buscan verificar la veracidad de las noticias que circulan por internet.

La difusión de chismes, mentiras e información falsa es inherente al ser humano; lo que ha cambiado en los últimos años es la velocidad de transmisión y la facilidad de generarlas y propagarlas dadas las características propias de internet (instantaneidad, interactividad, viralización y globalización de la información) (Rodríguez, 2019).

Controlar un espacio como internet es una tarea casi imposible. Sin embargo, si se puede instruir a la población (desde profesiones como el periodismo) a que verifiquen lo que leen, en pasos tan sencillos como ver la fuente de la que proviene y si otros medios confiables también han hecho eco de la noticia.

Por otro lado, hay quienes afirman que hablar de noticias falsas sería errado, ya que una noticia falsa no es noticia, es pura ficción. En cambio, se prefiere hablar de desinformación y su propagación rápida mediante internet. “La noticia es, ante todo, “un hecho verdadero, inédito o actual de interés general” (Martínez Albertos, 1974). Fake news o desinformación lo cierto es que se ha vuelto imprescindible, hoy más que nunca, contar con medios y fuentes confiables de noticias, que puedan hacer frente a falsedad que no solo pone en riesgo la democracia, sino también a una profesión tan antigua como el periodismo.

Séptimo Chile desde su campo de acción, es decir el cine, busca contribuir a este objetivo y al periodismo confiable. Queremos posicionar al medio no sólo como un medio de comunicación, sino como un ejemplo de buen periodismo, sacando provecho de estas nuevas tecnologías disponibles y demostrando que su uso también puede ser positivo.

### **¿Cuál es la necesidad de Séptimo Chile?**

El tema del cine chileno es una rara avis dentro del panorama cultural nacional. No existe una persona que no vaya a decir que es algo importante, sin embargo, a la hora de ver una película, son muy pocos los individuos que preferirán ver una cinta de Chile en vez de un largometraje venido

directamente desde Hollywood. Cuando se habla de este espacio, ocurre una extraña contradicción entre querer que el cine chileno crezca y se desarrolle, pero no hacer nada al respecto por ello. En ese espacio es donde entra Séptimo Chile.

Durante el año 2023 se desarrolló la génesis de este proyecto en la que se realizó una investigación para ver cuántos medios periodísticos había exclusivamente de cine chileno. Se visitaron muchos sitios web, y si bien la mayoría tenían espacios dedicados a las películas nacionales, ninguno se actualizaba constantemente y tampoco eran específicos de esta temática. Además de esto, utilizamos motores de búsqueda con inteligencia artificial, Chat GPT específicamente, para que nos arrojara resultados de medios que fueran similares a los nuestros. La conclusión fue la misma. No existía ninguno cuya temática principal fueran los filmes chilenos. Solo hubo dos que de alguna manera se podían asimilar al nuestro, pero que no eran exactamente lo mismo. Uno de ellos era ChileDoc, centrado en la promoción de documentales nacionales, pero que no recibía muchas actualizaciones. Además, solo se centraba en las producciones de realidad y no de ficción. El otro era Cinechile, un sitio web dedicado a promocionar sólo cine nacional. Sin embargo, la diferencia con nosotros es que esta plataforma funciona como un archivo en el que se habla de la historia del cine chileno, y más que nada, cataloga las distintas producciones, fichando los datos más importantes de ellas. Si bien esto es un gran trabajo, no es exactamente lo que haríamos nosotros.

De esta forma, identificamos un nicho que no se estaba explotando dentro del mundo del periodismo. La idea de nuestro sitio no solo es funcionar como un archivo como lo hace Cinechile. El objetivo principal es informar a la población acerca del cine chileno y sobre todo de películas que la mayoría no conoce. Esto se hará a través de la producción de contenido netamente periodístico como lo son las noticias, reseñas, entrevistas, videos, reporteo en terreno, entre otros.

El director de la cineteca nacional, Marcelo Morales, apuntaba más a una labor educadora en cuanto a que el cine chileno debería estar dentro de la educación primaria y secundaria para que sea algo que se conozca y aprecie desde la base. “Pienso en medidas de largo aliento que implican instalar al cine como algo de base en los colegios. Que empiecen a ver el cine chileno como una experiencia nueva, no solamente como algo que ilustre alguna situación o algún momento histórico, sino que ver al cine como una experiencia artística que despierte sentido, reflexión y un potencial también imaginativo”, mencionó. Morales también apuntaba a que el tema de la publicidad no es

algo que funcione para este propósito, puesto que lo ve solo como una medida muy a corto plazo y rápida, pero que no trastocará las convenciones sociales que se tienen del cine chileno actualmente: “Se me ocurren solo soluciones que no son inmediatas, porque las soluciones inmediatas creo que tampoco servirán. Por ejemplo, aumentar la publicidad o aumentar la fusión con empresas es algo que no va a resultar porque ya se ha intentado y de todas formas no funciona. Además, estamos hablando de una prensa cada vez más enfocada en la inmediatez, de enfocarse en aquella cosa que les significa más clics, pero en cuanto a la profundidad de las temáticas es cada vez más crítica la situación”.

En este sentido, si bien no apuntamos a realizar un trabajo en colegios porque se aleja totalmente de nuestro campo de acción, si pretendemos tener esa labor educadora e informativa que tiene el periodismo. La idea es poner estos temas en la palestra, alejados claramente de lo que es la actualidad nacional en términos políticos o policiales, pero sí actualidad en el campo cultural nacional. Lo importante es apuntar a nuestros públicos y ofrecer el contenido de la manera más atractiva posible, no solo con el objetivo de obtener más clics (que también es algo de suma importancia en estos tiempos para mantener la profesión), sino que también por el hecho de tratar de volver interesante un tema que en primera instancia no esté entre las prioridades del chileno de a pie.

### **Experiencia Séptimo Chile**

Séptimo Chile debe diferenciarse de otros medios tradicionales en donde el tema de la cultura es sinónimo de espectáculo o farándula. En especial, los medios de comunicación televisivos suelen aunar estos conceptos en uno solo, teniendo una pequeña sección semanal en la que se pueden ver los grandes estrenos de cine hollywoodense que todo el mundo conoce y algún que otro chisme de la vida personal e íntima de algún artista. Los medios escritos, ya sean impresos (de los cuales quedan muy pocos) o digitales de renombre como La Tercera, Cooperativa o Biobío tienen una sección con noticias de cultura, muchas de ellas chilenas. Lamentablemente, no se le da el valor suficiente y están bastante inaccesibles para personas de espectros etarios que no se manejen adecuadamente con la tecnología y que quieran saber más sobre este tipo de temas.

Fuera de los grandes medios de información, el valor de la cultura nacional queda relegado a revistas o sitios web universitarios que son lo suficientemente irregulares como para que no se sepa

de su existencia. Muchas de estas páginas suelen tener equipos de gente a la que no se les paga por la labor que realizan, lo cual provoca que haya una falta de interés o tiempo entendible por parte de quienes están detrás de ese proyecto. Además, el lenguaje suele ser técnico e incluso pecar un poco de pretencioso, alejando a un público común y corriente y estando destinados a gente que conoce del medio. Esto es un gran punto para tener en cuenta puesto que se necesita que la mayor cantidad de personas tengan acceso a información sobre cultura chilena y sean capaz de entenderla para generar un interés genuino en un público que antes no lo tenía, pero que gracias a que leyó cierta noticia o pudo ver cierta entrevista, despertó un interés por consumir productos nacionales.

Por esta razón, nuestro proyecto debe diferir de lo que se hace tradicionalmente para poner como foco principal a la cultura chilena, centrada específicamente en el cine nacional. Esta es la base con la que se construyen los elementos que harán posible este trabajo. La idea principal es que el sitio web y las redes sociales generen un atractivo visual y lingüístico con el contenido que se está abordando. El propósito de esto es llevar una experiencia que no solo entregue información a la gente que entra en nuestro medio, sino que también cumplir con la labor educativa que nos hemos propuesto de volver al cine chileno un aspecto importante para el ciudadano de a pie. Esto es algo básico ya que las películas, y en realidad, toda producción audiovisual cumple una función social y humana primigenia que es mostrar realidades. Orlando Lübbert, en entrevista para este proyecto, explicó lo siguiente: “Hubo un tiempo en que la función social del cine fue un gran tema, además de una labor que es muy básica que tiene que ver con la formación de identidades. Es el ejercicio de mirarse al espejo. Tiene que ver con que normalmente en la formación de la personalidad y del carácter de las personas, siempre se habla del otro, de que se forma, eso dicen los psicólogos, se forma en contacto y a veces contrario también del otro. De alguna manera en la vida social, en la vida común como el colegio o distintas situaciones que nosotros vivimos y socializamos, hay procesos muy fuertes de identidad, de generar una identidad propia. La mía se forma en función del otro también, el reflejo que yo tengo, el primer espejo que son los otros. El intercambio y la comunicación son básicos para la formación de la personalidad y en general de la identidad humana”. Lo que explica Lübbert se refiere a que las películas y la cultura nos forman como la sociedad que somos, teniendo ciertas costumbres y características que nos definen. El cine se encarga de llevar esa llamada chilenidad en la pantalla, realizando incluso un ejercicio un tanto metafísico de ver reflejada mi personalidad y pensar en base a ella.

Por esta razón es que el cine chileno es sumamente importante y nuestro medio de comunicación viene a difundir eso. Nuestro objetivo es que las personas se interesen por su propia realidad, consuman contenido en el que puedan verse reflejados y generen conciencia de lo poco que los medios tradicionales le dan cabida a este tipo de cosas.

Yendo al punto de la accesibilidad, queremos que nuestro sitio sea de fácil navegación, por lo tanto, su diseño tiene que ser muy claro, preciso, simple y minimalista, pero a la vez atractivo, para que no haya una discriminación de rango etario o estrato socioeconómico y que cualquier persona pueda tener un fácil acceso a nuestra plataforma. En este sentido, a lo que se refiere la experiencia Séptimo Chile es tener un línea inclusiva y educadora para informar sobre cine nacional a quien quiera introducirse en esta materia.

Además, conectando esto con lo del reconocimiento del cine chileno en el extranjero, la idea a futuro, una vez que la página se establezca, sería intentar generar conexiones en el extranjero y promocionar más nuestro contenido para un público hispanoparlante. Es importante que el cine nacional comience a ser reconocido en otras partes del continente para así darle el empujón de importancia que merece. Pese a esto, nuestro objetivo principal siempre será el público chileno más que cualquier otro que pueda existir y hacia ellos irá dirigido el contenido.

### **Impacto y potencialidad**

Séptimo Chile busca entrar en la escena nacional de los medios de comunicación digital con una propuesta de nicho que es única en su contenido. La idea del sitio web es impactar en el área del periodismo cultural dedicándose únicamente a informar y educar sobre el cine chileno.

Por esta razón, nuestro objetivo es tener una base sólida de seguidores compuesta por gente que esté interesada en este tema o que pertenezca a la industria misma. Eso nos ayudará para que podamos comenzar a hacernos con un nombre dentro de los medios digitales y así de esta manera, empezar a diversificar el público en todo sentido. Sabemos que por nuestra edad y por el ambiente en el que nos encontramos, es probable que la primera categorización que se hará de nuestro sitio será como universitario, pero no queremos quedarnos ahí. Una vez teniendo esta base de personas que pertenecerán a este ambiente, lo siguiente es diversificar las audiencias, tratando de captar personas que tal vez el cine chileno no es su fuente de entretenimiento principal, pero que sí vean

a Séptimo Chile como una oportunidad para aprender del tema y comenzar a interiorizarse por este aspecto de la cultura nacional.

A partir de esto, consideramos que tenemos buenas oportunidades para una gran potencialidad como medio digital. Queremos entrevistar a varias personas, ya sean actores, directores, productores, periodistas expertos y académicos culturales para que ellos puedan explicar sus visiones del cine chileno. De esta forma, la segunda intención detrás de esto es generar colaboraciones que beneficiarán tanto a Séptimo Chile como a la gente con la que realicemos estos vínculos. Con esto nos referimos a invitaciones a estrenos, posibilidad de promocionar los adelantos, idas a festivales de cine, acuerdos con productoras y cineastas independientes para generar contenido en base a sus producciones sin tener problemas de derechos de autor, contactos con salas de cine y la posibilidad de anunciar estrenos e incluso realizar sorteos de entradas, entre otras cosas.

El objetivo de todo esto es culturizar y educar al público chileno en materia comunicacional para generar un interés de ver cine nacional. Al final de todo, la idea es ser un medio reconocido dentro de esto y que los miembros de esta industria se interesen en nuestro trabajo y en lo que podemos generar al momento de informar acerca de lo que ellos están haciendo en materia cinematográfica.

## OBJETIVOS

Todo proyecto de este tipo nace con unos objetivos. En nuestro caso, estos propósitos vienen desde el año 2023 y fueron refinados durante 2024 para centrarnos específicamente en lo importante que es la relación entre el periodismo y el cine chileno, identificando cuál es la mejor manera de aportar para un realce de la industria cinematográfica nacional y también del periodismo cultural destinado a esa área.

Por ello, y como forma de apoyar esta tarea, el sitio también tendrá sus propias redes sociales en diferentes plataformas, las cuales serán:

- **Instagram:** [instagram.com/septimochile](https://www.instagram.com/septimochile)
- **TikTok:** [tiktok.com/@septimo.chile](https://www.tiktok.com/@septimo.chile)
- **YouTube:** [youtube.com/@septimochile](https://www.youtube.com/@septimochile)

### Objetivo general

El objetivo principal de este proyecto es crear, diseñar e implementar un medio periodístico digital para que se transforme en una plataforma establecida de difusión de cine chileno y que sea un punto de referencia de producciones audiovisuales famosas y desconocidas. En este sentido, la idea es formar una comunidad periodística que incluya a personas usuarias y a cineastas para generar vínculos e interacción en la que se pueda dar a conocer, por medio de esto, el trabajo audiovisual chileno.

Si bien, lo ideal sería solo difundir a cineastas independientes, jóvenes, de disidencias, o sin tanta visibilidad dentro de la industria, sabemos que el proyecto no se puede sustentar solo en base a esto debido a que serían personas desconocidas hablando de personas desconocidas. Por lo tanto, en un inicio tendremos que generar contenido en base a producciones que sean conocidas dentro del ámbito nacional, cosa de generar un público fiel para nuestro sitio web y redes sociales,

teniendo el mayor contenido posible. De esta forma, una vez que tengamos una base sólida será mucho mejor poder difundir el trabajo de los grupos humanos que se mencionaron anteriormente.

### **Objetivos específicos**

Para conseguir realizar el objetivo general de nuestro proyecto, nos hemos propuesto tres objetivos específicos que serán los pasos por seguir en este proceso:

- ***Generar un medio periodístico digital que funcione en diversas plataformas de contenidos (sitio web, redes sociales, YouTube, entre otras):*** la idea de esto es que el sitio web sea nuestra principal plataforma en la que se generarán los contenidos más importantes, la que difundiremos principalmente, y la que más nos interesa que tenga éxito. Las redes sociales funcionarán como un canal de difusión para el contenido generado con el propósito de obtener seguidores y así lograr que nuestro trabajo sea más visto. Entendemos igualmente que el público de redes sociales es distinto al de un sitio web, por lo que habrá que generar dinámicas distintas y con un lenguaje diferente al que ocuparemos normalmente. YouTube es nuestra alternativa para generar, no solo contenido escrito, sino que también audiovisual. La idea de esta plataforma es hablar de cine chileno en formato de video. De todos modos, reiteramos que esto es secundario a lo que será nuestra puesta en marcha del sitio web que albergará el contenido principal de Séptimo Chile.
- ***Rediseñar el sitio web prototipo en WordPress, realizado en Taller de Proyectos Digitales:*** vamos a considerar principios de usabilidad y accesibilidad, además de una estrategia de contenidos que sea de interés para los tipos de público interesados en cine chileno. El sitio de 2023 fue proporcionado por la universidad y contaba con limitaciones de base. Al no tener un apoyo por parte de la institución académica en este sentido, decidimos costear, a través de Hostgator, un plan que nos permitirá realizar una página mucho mejor que la anterior ya que no tendremos dichas dificultades y además de que poseerá un dominio propio.
- ***Construir una comunidad diversa e inclusiva:*** el propósito de esto es ser un punto de unión entre cineastas y espectadores en donde se genere una labor educativa e informativa que permita hacer crecer al cine chileno y darle visibilidad a un contenido que de alguna manera

está oculto para el público general, simplemente porque no existen los canales periodísticos adecuados.

El alcance de estos objetivos es primordial tanto para el proyecto general a nivel técnico como con fomentar los principios que nos ha dado el periodismo y la universidad. Si bien queremos un medio profesional, la idea es que también sea atractivo, entretenido, diverso en su contenido y que cumpla con estándares de inclusividad.

## METODOLOGÍA UX: DESIGN THINKING

La metodología UX se refiere a los pasos que realizaremos para desarrollar este proyecto basados en la experiencia que queremos implementar en el medio. Para esto se ocupan diversas herramientas que permiten identificar personas usuarias potenciales y conocer la mejor forma de cubrir sus necesidades.

Lo importante de esto es la recopilación de datos y la ideación de arquetipos determinados que representen no solo al público objetivo que apuntamos principalmente, sino que también a las personas usuarias que podrían encontrarse con nuestra plataforma o individuos que no están verdaderamente interesados en este tema. La idea principal es generar un marco de trabajo que nos permita tomar decisiones y llegar a las conclusiones de cómo implementar cada uno de los elementos que tenemos pensados y también descartar otros. La relación directa con las personas es fundamental como herramienta de prueba para establecer el campo sobre el cuál vamos a trabajar.

Para la realización de esto, utilizamos distintas metodologías detalladas brevemente a continuación:

- ***Design Thinking***: proceso de trabajo que permite el diseño funcional de un proyecto basado en la utilización y usabilidad que tendrá para los usuarios finales, centrándose en la experiencia y en sus necesidades.
- ***Construcción de personas usuarias arquetípicas***: el desarrollo de un mapa de empatía que nos permitirá idear los distintos tipos de personas usuarias que enfrentaremos en la implementación de nuestras plataformas.
- ***Encuestas***: conexión directa con el público para conocer de primera mano su pensamiento, necesidades y datos sociales.
- ***Entrevistas***: charlas con expertos en el tema con el propósito de obtener una opinión profesional y autorizada sobre las problemáticas que intentamos resolver.

Cada una de las metodologías fue realizada para tener una base de datos e información relevante sobre la cuál movernos al momento de diseñar el proyecto. La finalidad es conocer a la gente con la que se interactúa y para la cuál debemos cubrir una necesidad.

## **Design Thinking**

El design thinking es una de las herramientas más importantes a la hora de realizar un proyecto y de la que se desprenden las posteriores etapas que se van a seguir en la creación de este. Se utiliza principalmente para generar soluciones innovadoras en beneficio de una persona usuaria determinada.

Esta metodología se compone de cinco etapas que son: empatizar, definir, idear, prototipar y testear. Los cinco pasos tienen una explicación y un conjunto de procesos propios que permiten realizar cada una de ellas. A continuación, expondremos brevemente las etapas y cómo fueron implementadas en el diseño de este sitio web.

- ***Empatizar:*** en este punto se debe realizar una primera toma de contacto con el público al que apuntamos. La idea no solo es enfocarse en sus necesidades centradas en lo que es el proyecto, sino que debemos conocerlos más a fondo para entender su realidad, como piensan, lo que sienten y qué cosas son de mayor importancia para ellos en todo sentido.

Para nosotros es la fase más importante porque nuestro trabajo (cine y periodismo) están hechos con el objetivo de que sea visto por un espectador. Esta persona tiene una vida propia y es fundamental entender el impacto que nuestra idea puede tener en ella. Por lo mismo, es la parte en la que más metodologías de trabajo utilizamos como una forma de entender cada aspecto del usuario y apuntar a una experiencia mucho más beneficiosa y personalizada.

En este sentido, la técnica utilizada fue la realización de encuestas y entrevistas.

Las encuestas nos sirven en el sentido de acumulación de datos estadísticos importantes para definir los grupos de interés que genera el proyecto. Si bien ayudan mucho para la generación de conclusiones, es menester tener en cuenta que los resultados siempre tienen un pequeño sesgo dependiendo de las condiciones en que se realizan las preguntas. Por

ejemplo, nuestras dos encuestas fueron respondidas por individuos de características similares a las nuestras dado que fueron difundidas principalmente en círculos de personas cercanas a nosotros. De todos modos, sirven para generar una idea real de lo que necesita un cierto tipo de público.

Las entrevistas nos brindaron una información mucho más personalizada y real del panorama que enfrentamos al desarrollar Séptimo Chile. Las conversaciones fueron con expertos y gente común y corriente que nos mostraron distintas visiones de la industria del cine chileno y cómo enfocar nuestros esfuerzos periodísticos de una mejor manera. Sin embargo, a diferencia de las encuestas, las entrevistas nos entregan datos mucho más pequeños. También debemos tener cuidado en no caer en falacias de autoridad, por lo que ambas metodologías se deben trabajar a la par con el objetivo de obtener una realidad mucho más completa.

- **Definir:** en esta parte tomamos toda la información recopilada en el paso anterior para aunar los datos que pudimos obtener y comenzar a extraer conclusiones. En esta parte utilizamos la técnica de la generación de personas usuarias arquetípicas mediante la creación de un mapa de empatía. Si bien lo ideal sería utilizar los números obtenidos en las encuestas y entrevistas, consideramos que faltaban otros miembros de la población chilena que se podían cubrir con esta metodología. Además, serán personas que de una u otra forma se encontrarán con nuestro sitio web y es necesario atraerlas para ir generando distintos tipos de comunidad.
- **Idear:** sintetizar la información anterior, además de buscar problemas y posteriores soluciones. Aquí el objetivo era ver las opiniones de nuestros usuarios, principalmente sus dolencias y necesidades para que reciban una ayuda de parte nuestra. Gracias a la información recopilada podemos establecer decisiones tales como: el contenido que es necesario dentro de Séptimo Chile, cómo nos posicionamos en la web, cuál será nuestra estrategia de comunicaciones, de qué forma se plantean nuestras redes sociales, entre otras.

En sí, y aunque suene curioso, la solución definitiva es la creación del sitio que cubra el vacío que existe respecto al cine chileno. Sin embargo, no nos podemos quedar solo en eso y debemos ofrecer la información que las personas necesitan, el contenido clave para atraer

al público y la forma en que todo esto debe ser expresado. Para eso fue necesaria la opinión de las personas en las encuestas y entrevistas en donde identificamos el problema para idear cómo resolverlo en esta etapa.

- **Prototipar:** generar una prueba del proyecto que sirva como base para una posterior implementación de forma completa. De alguna manera, el sitio desarrollado en el año 2023 nos sirvió de primer testeo para saber cómo realizar esta labor, su funcionamiento, sus complicaciones y también las cosas buenas que hicimos. A partir de esa experiencia, creamos una página web totalmente nueva que mejore lo hecho anteriormente y muestre la experiencia que hemos obtenido en este tiempo. De todos modos, esta nueva plataforma debe ser testeada una vez más para corregir errores y obtener la retroalimentación que permitirá realizar un mucho mejor proyecto enfocado en lo que la gente necesita.
- **Testear:** invitar a que las personas prueben nuestro sitio web, redes sociales y cualquier tipo de plataforma que creamos para generar contenido. De esta forma, mejoraremos lo bueno, corregiremos los errores y podremos implementar Séptimo Chile de manera definitiva.

Es necesario mencionar que todas estas etapas fueron realizadas en una escala mucho menor en el proyecto de 2023. Por esta razón, consideramos que es muy importante hacer este proceso de nuevo tomando en cuenta esa base como una experiencia importante al momento de idear esta versión de Séptimo Chile.

## **Encuesta uno**

Durante 2023, con el objetivo de medir la viabilidad del trabajo que estábamos desarrollando para el Taller de Proyectos Digitales, realizamos una encuesta que nos dio algunas conclusiones de la idea que teníamos para nuestro medio. Las preguntas fueron difundidas mediante nuestras cuentas de Instagram, grupos de WhatsApp y los foros de U-Cursos. Es menester decir que las respuestas tienen un sesgo debido a que, en su mayoría, son de estudiantes universitarios debido a nuestro círculo. De todos modos, los datos nos ayudaron a vislumbrar ciertas cosas y a dar un enfoque a lo que queremos lograr.

Algunos de los datos más importantes que pudimos incluir llegando a la cifra de sesenta personas son los siguientes (para más detalles ver Anexo 1):

- 35 personas de género masculino, 21 de género femenino, 1 no binario y 3 que prefirieron no decirlo.
- 76,7% son estudiantes.
- 85% les gusta mucho el cine.
- 90% van al cine y utilizan plataforma de streaming.
- 55% de los encuestados les gusta el cine chileno. A pesar de ser un resultado algo bajo, el 41,7% no está informado al respecto por lo que nos hace pensar que necesitan un medio para acercarse a este tipo de contenido.
- 73,3% le interesan las películas chilenas.
- El resultado más importante es que al 83,3% de los encuestados les gustaría tener un medio sobre cine chileno para informarse del tema.

Además, complementamos estos resultados con una agrupación de datos y conclusiones que hicimos en el informe anterior. Estos nos ayudaron mucho para enfocar el mapa de empatía que viene a continuación:

- **Grupo A. Estudiantes:** este grupo suele estar moderadamente informado de la cartelera internacional y de los estrenos en plataformas de streaming, pero no siguen medios dedicados al cine y la industria audiovisual chilena. Sin embargo, estarían interesados en introducirse en este mundo. Es el grupo con mayor interacción con las redes sociales teniendo una incidencia de uso superior al 90%, Se pudo extraer también que TikTok es la red social más usada por lejos (+50%), lo cual nos dice que están acostumbrados a consumir videos tipo reel o short. No obstante, tampoco queremos sacrificar nuestra calidad de contenido por una menor cantidad de tiempo, por lo que serán cosas que tendremos que pensar una vez tengamos la web y las redes sociales activas.
- **Grupo B. Trabajadores de medio tiempo:** este grupo tiene varias similitudes con el grupo A, tanto en el rango etario como en el uso de redes sociales. Sin embargo, hay diferencias claves. Por ejemplo, la red social favorita de este grupo es Twitter. Además, a pesar de que

esta es usada en su mayoría por los trabajadores de medio tiempo, igual consumen su entretenimiento audiovisual en formato video, reel y siguen algunos medios que informan sobre cine chileno (muy esporádicamente). Nuestra muestra específica de este grupo fue muy baja, por lo que marcar una tendencia determinada de ellos a profundidad más allá de la red social es una tarea compleja. Se requieren más datos, existe interés en el cine chileno, pero a mayores rasgos no se pueden hacer afirmaciones especializadas.

- **Grupo C. Trabajadores a tiempo completo:** la totalidad de este grupo no sigue a ningún medio especializado en la industria audiovisual chilena, pero mostró gran interés, tanto en el cine nacional como en la importancia de este. Lo que la diferencia de los grupos anteriores es que está dispuesto a consumir contenido en formato entrevista u noticia más profesional que los otros grupos los cuales no muestran un gran índice de visualización o cliqueo. Su índice de uso redes sociales es complejo, ya que nuestro tamaño de muestra de este segmento fue muy bajo, sin embargo, existe uso de plataformas como Instagram y Facebook. Independientemente de lo anterior todos consumen videos o reels de una u otra forma.

## **Encuesta dos**

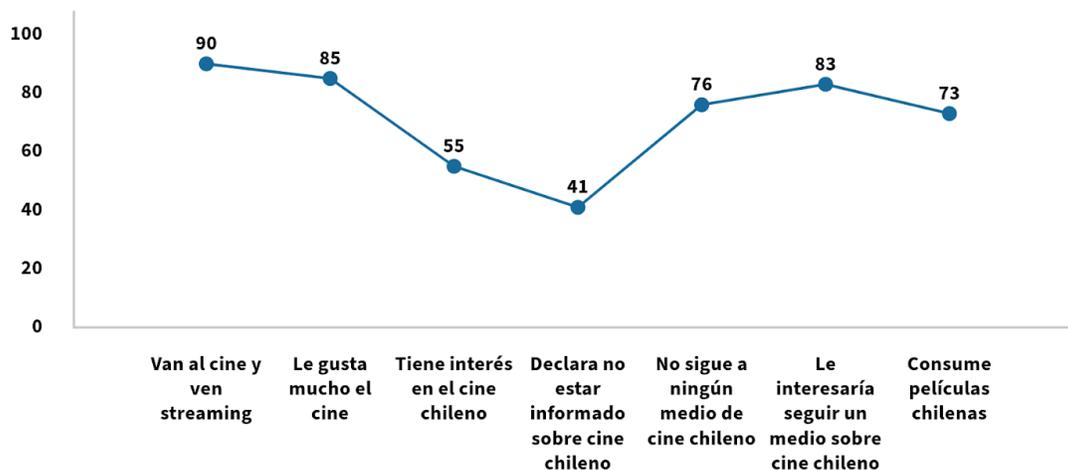
En esta ocasión, la encuesta la hicimos desde abril a junio de 2024 y obtuvimos un total de 60 respuestas. La edad de los encuestados sigue teniendo un sesgo debido a nuestro círculo, pero ahora realizamos preguntas mucho más precisas cuyo objetivo es generar un análisis de qué contenidos necesita el público sobre este tema y no tanto si es que es necesario un medio como este o no, aspecto que ya había sido respondido en la primera encuesta. No obstante, debido a que fue hace más de un año, decidimos repetir algunas preguntas para ver si el interés del público aún continuaba.

Los principales resultados que obtuvimos en esta segunda encuesta fueron los que están a continuación (para más detalles ver Anexo 2):

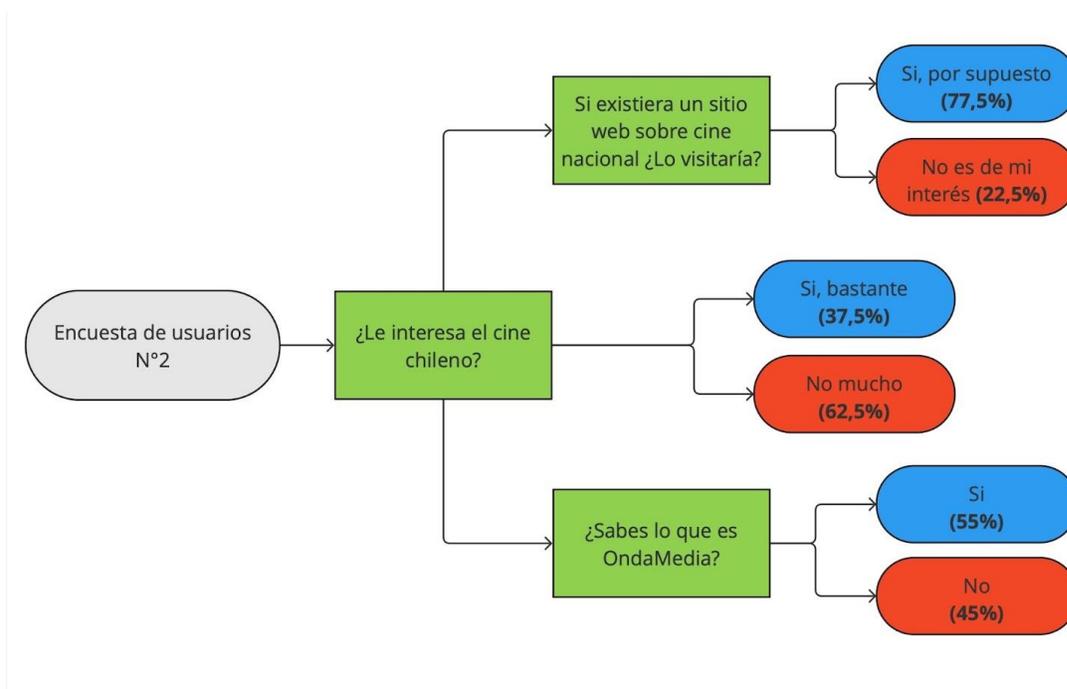
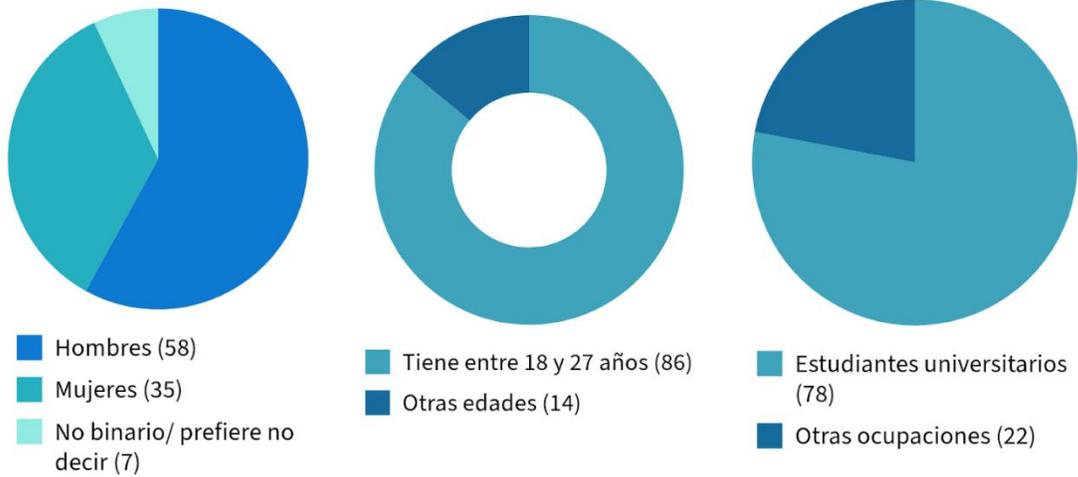
- 58,3% de los encuestados son de género masculino y 35% femenino.
- 86,7% tienen entre 18 y 27 años.

- 78,4% son estudiantes universitarios.
- 85% de las personas les gusta mucho el cine.
- 90% respondieron que van a salas y que además utilizan servicios de streaming.
- 55% tiene interés por el cine chileno, pero 41,7% declara no estar informado al respecto.
- 76,6% dijo no seguir a ningún medio sobre cine chileno, ya sea por desconocimiento de alguno o por no ser de su interés.
- En cuanto al consumo de contenido nacional, 73,3% admite consumir películas y 70% series/teleseries.
- A 83,3% le interesa un medio periodístico que sea exclusivo de cine nacional.
- En cuanto a las redes sociales, las dos más usadas son Instagram con un 76,7% y TikTok con un 31,7%. El contenido más consumido son los posts con un 65% de las preferencias.

## Resultados claves encuesta N°2:



## Datos sociodemográficos encuesta N° 2:



Gran parte de los encuestados declara no estar interesado en el cine chileno y sus producciones, sin embargo, a pesar de esto, las mismas personas también declaran que sí visitarían un sitio web dedicado a esta industria.

Por lo tanto, y en vista de los resultados, se puede decir que gran parte de este desinterés tiene su origen en el desconocimiento y la poca difusión, lo que también se logra clarificar con respecto al conocimiento de la plataforma OndaMedia, donde solo un 55% de las personas declaro conocer su existencia.



Poca difusión y falta de conocimiento que se refleja en otra pregunta de la encuesta número dos, donde solo tres personas de un total de 40 declaran tener un conocimiento superior a cinco sobre cine o producciones chilenas.

Cifra preocupante que empeora en la categoría nueve y diez de conocimiento, donde ninguna persona encuestada declaró poseer un conocimiento total o parcialmente superior sobre cine nacional.

Con respecto a los contenidos, las secciones con más interés por parte del público son especialmente “información sobre últimos estrenos” y “reseñas”, seguido por “información sobre películas clásicas”, “entrevistas” y por último “comparaciones con películas extranjeras”.

Por ello, como una forma de apegarnos a los resultados de la encuesta, Séptimo Chile dará un impulso especial a las secciones con más votos, escuchando los intereses del público con material nuevo más frecuente en ellas.



En este sentido, confirmamos que nuestro principal público serán jóvenes de entre 18 a 27 años, siendo muchos de ellos estudiantes universitarios. Los mismos tienen un interés por el cine, yendo a ver películas o al menos contratando servicios de streaming. Estos datos son fundamentales para el desarrollo del medio. Las cifras nos indican que no solo debemos estar atentos a los estrenos que se dan en las salas, sino que también en las plataformas de pago dado que hay mucho interés en ellas por una gran parte del potencial de las personas usuarias. En este sentido, Ondamedia, el Consejo Nacional de Televisión, la Cineteca de la Universidad de Chile y el Centro Cultural La Moneda serán nuestras principales fuentes de contenido en este sentido. De todos modos, no debemos olvidar las más famosas como Netflix o Prime Video que en los últimos años se han nutrido del catálogo nacional. Para el tema de las series o teleseries podríamos ayudarnos de las plataformas de pago de los canales nacionales como MegaGO o PlutoTV.

El 83,3% de personas que están interesadas en un medio exclusivo sobre cine chileno, se relaciona directamente con el 76,6% que no sigue a algún medio de este tipo. El desafío mayor será

hacernos conocidos generando un contenido que es de nicho y que debe ser atractivo para el público que si bien tiene un interés por este tipo de cine, no es algo que consuma de forma habitual. Es por esta razón que es necesario estar atentos a distintas instancias y plataformas que permitan el consumo de películas para cada persona usuaria respectiva.

### **Entrevistas individuales**

Para formar el marco teórico en el que queríamos trabajar, decidimos que una de las mejores opciones que teníamos era la de entrevistar a gente especializada en el cine chileno o que al menos fuera parte de algún sector de la industria. Por esta razón, y siempre manteniendo la intención de que sean personas diversas, contactamos con cuatro individuos que nos ayudaran a vislumbrar un panorama mejor del cine chileno. Los elegidos fueron los siguientes:

- Marcelo Morales, director de la Cineteca Nacional y creador de Cinechile (Anexo 3).
- Allan Fuentes, estudiante de cine y director de cortometrajes (Anexo 4).
- Orlando Lübbert, cineasta y profesor de la escuela de cine de la Universidad de Chile (Anexo 5).
- Carolina Arredondo, ministra de las artes, la cultura y el patrimonio (vía correo electrónico a través de la secretaría ejecutiva del consejo de las artes y la industria audiovisual) (Anexo 6).

Con Marcelo Morales fue la primera entrevista y se plantearon todos los temas de forma general, poniendo un especial énfasis en tratar de definir el cine chileno y el nivel que tiene la industria actualmente. Además, se puso un especial foco en la educación de las masas como punto central de la difusión de la cultura nacional. Para Morales es importante que la apreciación del cine chileno se fomenté desde el colegio, con cursos y talleres y que así sea algo natural. Por lo mismo, cree más en un trabajo a largo plazo que involucre cambiar las bases del sistema educativo y no otro tipo de medidas que sean inmediatas pero tal vez no tan efectivas de raíz.

Luego de esto hablamos con Allan Fuentes. Los temas relevantes en este caso fueron las motivaciones y desafíos que plantea la carrera de cine, las medidas que se pueden llevar a cabo para mejorar la situación y cómo introducir de a poco a las personas en el mundo de la

cinematografía chilena. Fuentes tuvo la experiencia de tener talleres en su colegio sobre cine que influyeron mucho en su decisión de estudiar esta carrera (dándole un punto a la teoría de Marcelo Morales). Sin embargo, también apunta a que las películas nacionales deben diversificar su oferta en cuanto a los géneros y temas que tratan para que las personas se interesen por ver alguna de ellas y no prefieran el último estreno internacional. En este sentido, también le da la responsabilidad a las salas de cine para que pongan mejores horarios para este tipo de largometrajes. De todos modos, refuerza la idea de Morales en el sentido de la labor educadora que debe existir, debido a que, desde su perspectiva, el ministerio da bastante dinero para la creación de películas, pero falta que la gente las vea.

El profesor Lübbert fue el tercer entrevistado y quién habló más a fondo de la labor social que tiene el cine y cuál es su impacto en una comunidad determinada. Para él, las películas marcan una forma de entenderse con la realidad y reflejar una determinada forma de ser para un espectro amplio de individuos. En consonancia con esto, mencionó que es importante el fomento al cine nacional para marcar un espacio de chilenidad que muestre nuestra verdadera forma de ser. Sin embargo, para Lübbert la culpa principal es de las cadenas de cine y las productoras extranjeras que no permiten generar una gran publicidad del producto nacional debido a que se compite con una veintena de cintas de Hollywood cuyo presupuesto es mucho mayor y que poseen una gran maquinaria detrás. Si bien le da una importancia a la labor educativa que mencionaron los otros entrevistados, considera que lo más importante es dar una relevancia mayor al cine chileno generando las condiciones óptimas de competición con productos extranjeros.

La última entrevista abordó la labor del estado en cuanto a la ayuda que este proporciona en la sustentación económica del cine chileno y la difusión que se intenta realizar del mismo. No obstante, las respuestas se limitaron a mantenerse dentro de lo políticamente correcto con frases generales que en realidad no aportaron mucho más que lo que ya habían mencionado los otros entrevistados. Además, en cuanto a la labor educativa, se mencionó el trabajo que realiza la cineteca con los talleres y también que el ministerio está tratando de llevar el cine a lugares donde antes no era accesible, creando funciones especiales en zonas rurales para que se pueda difundir un poco más este tipo de arte.

Si bien la mayoría de los entrevistados mencionó el hecho de educar al público masivo para que este se interese por ver cine chileno, ninguno habló sobre la labor que el periodismo y el mundo de

las comunicaciones puede realizar en este sentido. Nosotros creemos que el trabajo informativo es fundamental para que las personas conozcan y estén al tanto de lo que pasa en esta industria. Además, es sabido que el periodismo tiene el poder de instalar temas en la agenda pública y esa es una labor que comunicacionalmente estamos dispuestos a realizar. Es decir, queremos tomar al cine chileno como algo de relevancia para los ciudadanos, desarrollando este sitio web para que las personas puedan consumir contenido creado en base a la industria cinematográfica nacional. Asimismo, consideramos que la labor periodística aún es relevante en temas publicitarios y educacionales, no siendo nuestro principal objetivo, pero sí medidas que se pueden aunar a la labor informativa que tenemos.

Es probable que la no mención de esta arista se deba a la mala valoración que hay del periodismo en la actualidad, y de la decadencia del área cultural en este sentido. Sin embargo, y tal como lo dijimos en los primeros puntos de este informe, periodismo y cine tienen una relación directa entre sí, tal vez no es simbiótica dependiendo enteramente una de otra, pero ambas industrias se pueden ayudar y trabajar juntas en hacer crecer el panorama cultural chileno y ese es el objetivo máximo de este proyecto.

### **Entrevista grupal**

Más allá de realizar entrevistas a expertos, también necesitábamos una experiencia mucho más personalizada con personas lo más parecidas posibles a las que eventualmente utilizarían Séptimo Chile. Por este motivo, tomamos la decisión de juntar a un grupo de personas de diversos espectros para conversar, debatir y compartir sus experiencias sobre el cine chileno.

La entrevista grupal (Anexo 7) se compuso de cuatro personas que tenían diferentes características entre sí, tratando de poner personas lo más diversas posibles. A continuación, realizaremos una breve descripción de cada una de ellas para después establecer el análisis de la conversación.

- **Isidora Escobar:** es una estudiante de periodismo de 23 años. Según mencionó, por tiempo y por interés en otros temas, no dedica mucho tiempo al tema del cine o a ver películas, por lo tanto, suele acercarse a ellas si es que logra un nivel de identificación con la trama y los personajes.

- **Allan Fuentes:** estudiante de cine de 23 años. Al ser parte de esa carrera tiene mucho conocimiento de cómo funciona la industria desde dentro. Además, uno de sus principales temas de interés es el cine nacional, teniendo como proyecto personal, una página de Instagram dedicada a películas antiguas chilenas.
- **Rosa Ávila:** dueña de casa de 78 años. Prácticamente no tiene mucho acercamiento al cine. Suele ver películas de forma esporádica para pasar el rato, pero si conoce algunas cintas de la industria nacional, aunque no le gustan mucho.
- **Alejandro Flores:** director de cine de 42 años. En el pasado estudió cine, por lo que también conoce del tema. Ha trabajado en proyectos de cine nacional, sobre todo en el ámbito de la restauración de material y tiene amplio conocimiento del tema.

Fue una conversación corta, de una hora de duración, en la que los tres temas principales fueron: la identificación, el lenguaje y la promoción. Todo esto enmarcado dentro del nicho del cine chileno.

Sobre el primer tema, las intervenciones más importantes las dio Isidora ya que, al ser una persona que ve películas por su nivel de identificación, le resultaba más simple consumir este tipo de cine, aunque no fuera en gran cantidad. Para ella, era importante ver reflejada su realidad y su entorno en una película, cumpliendo así con la función espejo que mencionaba el profesor Orlando Lübbert y como el cine sirve para generar un reflejo de lo que somos y así potenciar otras perspectivas. Allan y Alejandro coincidían en que esto era importante, especialmente en el tema de la labor de los actores. Según ellos, el trabajo que debían hacer para afrontar personajes que no son parte de su mundo debe ser muy minucioso, sobre todo cuando se trata de personas de un espectro social más bajo.

A partir de la identificación, surgió otro tema relacionado gracias a la intervención de Rosa que es el lenguaje. Para ella, en las películas chilenas se habla con muchos insultos o garabatos, lo que impide que le interesen más las cintas nacionales. A partir de esto se formó el debate dado que, de alguna manera, el garabato puede ayudar a relacionarse con el tema anterior, de que los espectadores se sientan identificados con lo que ven y escuchan. No obstante, también hay que considerar que esto puede ser repulsivo para algunas personas. Finalmente, la conclusión es que

este tipo de lenguaje debe ser bien utilizado y tener una relación estrecha con los personajes y con el guion de la película para que no se sienta fuera de lugar.

El último tema fue el de la distribución. Aquí los cuatro participantes coincidieron en que falta mucho en este sentido ya que es difícil ver publicidad de películas nacionales, ya sea en la calle o en los medios de comunicación tradicionales. Además, de que se debería fomentar esto en los colegios, parecido a lo que dijo el director de la Cineteca Nacional, Marcelo Morales. Lo principal es fomentar el cine chileno tanto a nivel educativo como informativo en cuanto a los medios en los que debería estar presente.

En conclusión, nos dimos cuenta de que el cine chileno es un tema de debate a nivel general, en el que incluso pueden participar personas que no están tan ligadas a este mundo. Lo principal que piden todos son películas en donde se pueda formar una identificación con el espectador viéndose correctamente representados en la pantalla grande. Además, hace falta que el periodismo y la educación realicen un trabajo especial como forma de dar a conocer esta industria que, de momento, aún es incipiente.

### **Usabilidad y público objetivo**

Gracias a la encuesta realizada nos dimos cuenta cuál es el principal público al que apuntamos como medio de comunicación. La mayoría de las personas que contestaron, precisamente el 86,7%, fueron individuos pertenecientes al segmento de la población que está entre los 18 a 27 años. Si bien como mencionamos anteriormente este resultado tiene un pequeño sesgo debido a la difusión misma de la encuesta, de todos modos, sirve para evidenciar cuál será el primer público con el que tendremos que conectar para comenzar a hacer conocido nuestro medio.

En este sentido, el aspecto visual de todo lo que es el sitio web y las redes sociales debe ser sumamente atractivo para enganchar a usuarios jóvenes en primera instancia. Por lo mismo, el objetivo es generar material que no solo sea texto, sino que también tenga otros formatos, sin dejar de lado el aspecto periodístico, poniendo siempre en el centro dar información precisa y verídica.

Por lo mismo, el contenido generado en Séptimo Chile, tanto en el sitio web como en redes sociales, será hecho con texto, imágenes y, de vez en cuando elementos audiovisuales, para diversificar un poco el espectro de los formatos que se están generando. La página y las redes

necesitan tener una estética propia que genere una asociación mental entre el medio y el usuario que está consumiendo nuestro contenido.

A pesar de que en primera instancia vamos a relacionarnos principalmente con el tipo de público que expusimos anteriormente, es importante mencionar que no pretendemos quedarnos en eso y una de las cosas que queremos hacer es diversificar el espectro. Para nosotros es muy importante que el cine chileno llegue a todas las audiencias posibles y por esa razón pretendemos que el contenido y los formatos sean diversos.

De todos modos, nos hemos planteado algunos escenarios en los que nuestro sitio pueda ser requerido, no solo por sus usuarios habituales, sino por gente que necesite algo en específico. Las situaciones planteadas son las siguientes:

- **Información sobre un estreno:** las personas pueden necesitar información de en dónde y en que horarios dan cierta película, quienes son los directores o actores, además de tal vez una pequeña reseña de esta por lo que nuestro sitio debe estar siempre al tanto de aquello.
- **Recomendaciones de películas:** una de las preguntas fundamentales a la hora de ver una película es qué ver. Por lo mismo, es fundamental que en Séptimo Chile exista una amplia gama de recomendaciones ya sean en formato escrito o video y que no se limiten solo los clásicos que todo el mundo conoce, sino que también a cine un poco más desconocido que puede nacer desde ambientes universitarios o independientes.
- **Datos sobre un cineasta o actor:** información de archivo que puede ser en formato perfil o entrevista para dar a conocer a los rostros que hay detrás del cine chileno y quienes hacen que este sea posible.
- **Plataformas en las que ver una película:** usualmente se suele hablar de estrenos o dar recomendaciones de películas, pero no dónde se pueden apreciar las mismas. Por esta razón, en nuestra plataforma se darán datos de salas de cine o streamings en dónde poder ver los largometrajes que mencionamos en cada uno de nuestros contenidos. Consideramos que no tiene mucho sentido realizar esta labor de difusión del cine chileno si la gente no va a tener dónde verlo.

Plantearnos estos escenarios de uso en los que la gente puede necesitar a Séptimo Chile, es algo muy beneficioso puesto que permite apuntar a distintos públicos que no necesariamente sean amigos o conocidos nuestros. Por eso mismo, debemos poner un potencial énfasis en algunas técnicas web como lo son el SEO o los algoritmos de redes sociales debido a que son cosas que nos permitirán crecer como medio de comunicación y extender nuestra llegada con las audiencias.

## Mapa de empatía

Una forma de probar cómo funciona nuestro proyecto en distintos tipos de público es crear un mapa de empatía. De esta manera, desarrollamos seis arquetipos de personas que tratan de abarcar el espectro más amplio posible de individuos que viven en Chile y ver su interés respecto al cine nacional y de qué forma podrían coincidir con nuestro sitio web. A continuación, solo pondremos una breve descripción de cada uno de los perfiles y en el Anexo 8 habrá más detalles de cada uno de ellos.

- **Juan, el deportista:** Juan es un joven de 25 años apasionado por el fútbol y los deportes en general. Es estudiante de educación física y dedica la mayor parte de su tiempo libre a practicar y seguir deportes. No tiene mucho interés en el cine chileno ni en el arte en general, prefiere ver partidos y mantenerse activo físicamente.
- **María, la emprendedora:** María tiene 35 años y es dueña de una pequeña empresa de diseño gráfico. Está constantemente ocupada con su negocio y le encanta explorar nuevas oportunidades de crecimiento. Aunque le gusta ver películas ocasionalmente, no sigue de cerca el cine chileno, aunque sí lo consume de vez en cuando, así como cualquier otro tipo de largometrajes. De todos modos, prefiere ver series o documentales cortos en su tiempo libre.
- **Pedro, el jubilado:** Pedro tiene 70 años y es un jubilado que disfruta de la tranquilidad de su hogar en el campo. Le gusta leer novelas históricas y películas antiguas, incluidas chilenas puesto que son las que vio durante su juventud. No es muy aficionado al cine contemporáneo ya que prefiere las cintas que son de “su época”.
- **Valentina, la estudiante universitaria:** Valentina tiene 20 años y está estudiando ingeniería civil en una universidad en Santiago. Es muy activa en redes sociales y le gusta estar al

tanto de las últimas tendencias tecnológicas. Aunque le interesa el cine en general, no ha explorado mucho las películas chilenas, pero si se ha propuesto el objetivo de conocerlo más a fondo, sobre todo para generar contenido interesante en sus perfiles.

- ***Camila, la estudiante de enseñanza media:*** Camila tiene 16 años y está cursando segundo medio en la región de Valparaíso. Es una adolescente muy activa en redes sociales y le encanta la música y la moda. Aunque le gusta ver películas con sus amigos, no está particularmente interesada en el cine chileno y prefiere los filmes populares internacionales que son tendencia entre sus pares. De películas nacionales solo ha visto las más conocidas para trabajos del colegio.
- ***Carlos, el residente venezolano:*** Carlos tiene 28 años y es un ingeniero venezolano que se mudó a Santiago de Chile hace dos años debido a la situación económica y política en su país. Vive solo y trabaja en una empresa de tecnología. Aunque está adaptándose a la vida en Chile, disfruta de la estabilidad que ha encontrado. No tiene mucho tiempo para explorar el cine chileno, pero es su intención de hacerlo para estar al tanto de la historia y cultura de este país.

El armado de estos arquetipos de personas nos sirvió mucho para darnos cuenta de ciertos aspectos que no teníamos considerados. Al ser personas tan distintas entre sí llegamos a la conclusión de que podemos apuntar a todo tipo de público siempre y cuando tengamos una adecuada estrategia, no solo de contenidos y de comunicación, sino que también en lo que se refiere al armado del sitio. Para este objetivo, identificamos tres puntos principales:

- ***Presencia atractiva en redes sociales:*** Debido a que la mayoría del público es joven necesitamos tener un fuerte perfil en redes sociales. No obstante, este también debe ser atractivo visualmente y que vaya en sintonía con las tendencias actuales ya que es una excelente vía de comunicación y atracción de público joven.
- ***Generación activa de contenidos:*** Es necesario mantener siempre el sitio en actividad, no solo en el hecho de subir constantemente publicaciones, sino que estar atentos a las últimas noticias y estrenos, generando colaboraciones con los mismos realizadores, cosa de llevar esta información de forma rápida y eficiente para la gente que va a visitar nuestro sitio web.

- ***Simplicidad en el uso del lenguaje y las plataformas:*** Existe una cierta cuota de público adulto mayor o no relacionado al mundo del cine que pueda querer usar nuestras plataformas. Por lo mismo, el lenguaje y la experiencia de usuario en el sitio no puede ser compleja pensando en personas que no son asiduas a la tecnología, por lo que la simplificación y la precisión serán unos muy buenos aliados.

## ARQUITECTURA DE INFORMACIÓN

### Investigación benchmark

Un benchmark es la comparación directa con otros trabajos similares al nuestro para poder identificar aspectos positivos y negativos que puede tener el proyecto. En este sentido, intentamos comparar a Séptimo Chile con otros medios de comunicación especializados en Cine Chileno, cosa que no fue fácil.

Nuestra tesis era que a excepción de Cinechile, no existen más medios dedicados de forma específica a esto. Para corroborar nuestra hipótesis, utilizamos la herramienta de inteligencia artificial Chat GPT y le dimos la siguiente instrucción:

— “Dame 20 sitios de internet que hablen exclusivamente sobre cine chileno”.

El chat respondió:

— Claro, aquí tienes una lista de sitios web que se centran en el cine chileno:

- Cinechile - [cinechile.cl](http://cinechile.cl)
- Cinépata - [cinepata.com](http://cinepata.com)
- Cinestudio Chile - [cinestudio.cl](http://cinestudio.cl)
- El Agente Cine - [elagentecine.cl](http://elagentecine.cl)
- CineChileNoticias - [cinechilenoticias.cl](http://cinechilenoticias.cl)
- RevistaCineChile - [revistacinechile.cl](http://revistacinechile.cl)
- FilmChile - [filmchile.cl](http://filmchile.cl)
- Cinefilia Chilena - [cinefiliachilena.cl](http://cinefiliachilena.cl)

- Cine y Literatura en Chile - cineyliteraturaenchile.cl
- Ficvaldivia - ficvaldivia.cl
- Cinépata Noticias - cinepatanoticias.cl
- Cinestudio Universidad de Chile - cinestudio.uchile.cl
- Chilemonos - chilemonos.cl
- MegaCLiteca - megacliteca.cl
- Chiledoc - chiledoc.cl
- EresChile - ereschile.cl
- Cinéfilo Chile - cinefilochile.cl
- Sala Cine UC - salacine.uc.cl
- Rancagua Cine - rancaguacine.cl
- Cinéfilo Digital - cinefilodigital.com

A primera vista se ven varios, pero la mayoría ni siquiera seguían existiendo o no hacían lo mismo que nosotros, siendo páginas de festivales o dedicadas a otras cosas y no solo al cine nacional. En este sentido, los dos que rescatamos fueron Cinechile y ChileDoc, además de que agregamos la página Campo Contra Campo que es un archivo en formato línea de tiempo sobre muchos filmes nacionales. El análisis mismo del Benchmark está disponible en el Anexo 9 y a continuación se encuentran las conclusiones de la información que pudimos recopilar.

- ***Oportunidades:*** nuestro medio tiene como principal oportunidad que sería algo nuevo y que prácticamente no existe, o al menos, no de la manera en que lo estamos planteando. Al revisar nuestra competencia nos hemos dado cuenta de que, en general, el contenido está dirigido a un público especializado y con vastos conocimientos sobre Cine. En cambio, aspiramos a crear contenido que pueda ser leído y entendido por cualquier persona.

Una oportunidad que vemos es que la mayoría de la competencia tiene sitios estándar y parecidos entre ellos. La idea de nosotros es hacer algo más interactivo y gráfico para que tenga un dinamismo distinto y llame la atención de los lectores. Además, esto hará explotar las posibilidades del sitio e ir acorde con los temas que trata.

La competencia principal es Cinechile, no obstante, identificamos varias ventajas que nos pueden hacer resaltar en comparación a este medio. Primero que su contenido es principalmente escrito. Si bien en Séptimo Chile apuntamos también a lo mismo, una parte muy importante serán los videos. Esto se vuelve mucho más atractivo que un texto y servirá como un valor adicional en cada una de nuestras plataformas. Si explotamos bien este recurso, puede ser lo que nos lleve por el camino de la viralización dentro del mundo del internet.

Una gran oportunidad que vemos en comparación a los demás medios analizados es la utilización de redes sociales. Esto es algo a lo que debemos darle vital importancia porque será la mejor manera de hacernos conocidos. La intención es aprender de los errores de estos medios que analizamos y tener una presencia fuerte en esta área, no solo promocionando el contenido del sitio, sino que generando videos y post exclusivos que se puedan viralizar en ellas. Además, queremos incursionar en la red social más popular que actualmente es TikTok subiendo contenido especial en formato video y ver cómo podemos ser parte de las tendencias que existen ahí.

- ***Amenazas y debilidades:*** A pesar de que poseemos un monopolio virtual en nuestro nicho, este mismo es tan reducido que las posibilidades de monetización, enganche y fidelización es bastante limitado. Sabemos que el cine chileno no es el principal tema de importancia a nivel nacional, pero esta amenaza también es el desafío mismo que nos hemos planteado como medio de poder difundir las películas nacionales y hacer que gente que jamás ha visto una pueda interesarse en ellas.

Otra amenaza evidente es la comparación con Cinechile. Tenemos que intentar alejarnos completamente de la estética de esta competidora y no hacer el registro que hacen ellos, sino que generar contenido nuevo y diverso en base a las películas junto con la labor informativa que nos hemos planteado.

Una debilidad temporal de nuestro medio es que, al ser dos personas, se puede intentar abarcar mucho y fracasar a mitad de camino. Somos pocos para manejar el sitio web y las redes sociales, por lo que es posible que haya épocas en las que el contenido no sea demasiado. Esto se tiene que reducir al mínimo teniendo una buena estrategia de contenidos y organizándonos de la mejor manera posible para que no suceda eso.

## Arquitectura de información

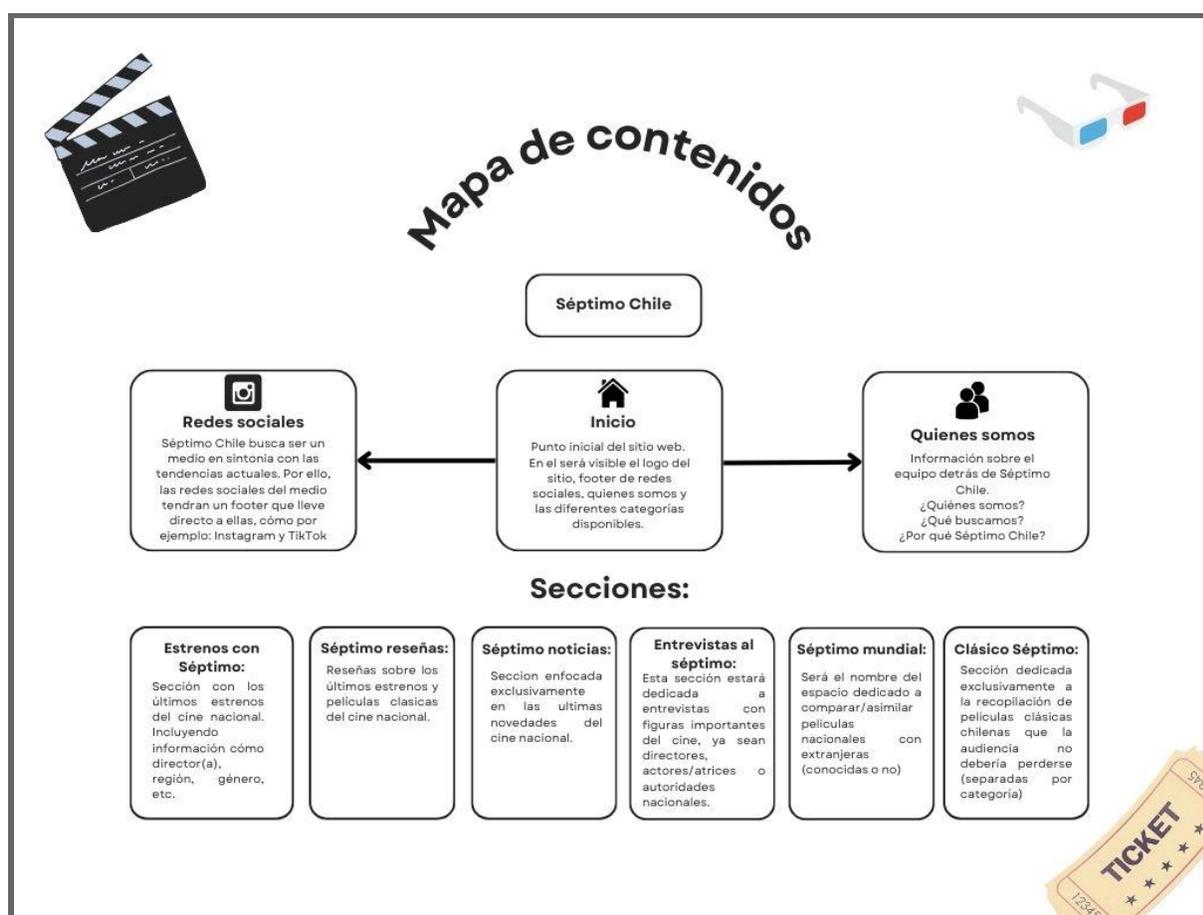
El medio y sitio web Séptimo Chile tendrá un total de seis secciones, cada una de ellas independientes, pero todas enfocadas en el mismo tema de fondo: el cine chileno. Las secciones serán las siguientes:

- **Estrenos:** esta sección debe ser visualmente atractiva, por ello, el texto será reducido y se dará más espacio a cuestiones visuales, como imágenes y tráileres de cada una de las producciones que se aborde.
- **Reseñas:** al contrario de la sección anterior, esta se enfocará exclusivamente en la escritura de textos como reseñas. También tendrá contenido en imágenes que mantenga la atención del usuario.
- **Noticias:** es una sección particular ya que el formato de su contenido podrá ir variando entre texto en el sitio web o post de Instagram. Sin importar la manera en que se presenten las noticias, la información debe ser resumida, entregando los detalles más importantes y de esa forma manteniendo la atención de los usuarios.
- **Entrevistas:** serán en formato texto (pregunta y respuesta) y se enfocarán en buscar personas que puedan aportar su visión desde dentro de la industria.
- **Séptimo Mundo:** sección parecida a las reseñas, pero que contarán con un análisis especial en el que se compare al cine chileno con producciones extranjeras que aborden temáticas similares
- **Clásicos:** será la sección retro del medio en la que se reseñarán grandes clásicos del cine nacional. Está enfocada principalmente a la atracción de público al ser productos más

conocidos. Por lo mismo, consideramos su implementación en formato de video en redes sociales para obtener mayores visualizaciones y una mejor viralización.

Cada una de estas seis secciones ha sido pensada para poder abordar el cine chileno desde diferentes perspectivas, con formatos que llamen la atención, pero además que sean interesantes. Por otro lado, se ha elegido un total de seis secciones por dos motivos: para no ser redundantes y no abrumar a las personas con una infinidad de contenido.

## Mapa de contenidos



Se definieron los siguientes rótulos de nombre para las secciones:

- **Estrenos:** Séptimo Chile busca convertirse en un sitio de referencia sobre las últimas novedades del cine chileno. Por ello, los últimos estrenos del cine nacional serán una sección fundamental de él, entregando información a la ciudadanía sobre películas recientes

y algunas características sobre ellas, como género, director/a, región de procedencia, etc., esperando además que la entrega de estos detalles sirva como un impulso en las personas para ver e interesarse por estas producciones.

- **Reseñas:** es el nombre de la sección dedicada a la producción de material crítico sobre los últimos estrenos. Debido a esto, el contenido estará muy relacionado con la sección anterior, aunque con un enfoque totalmente distinto, puesto que las reseñas escritas serán en base a opiniones, es decir, contenido subjetivo de estas, pero no por eso sin una base crítica profesional de cine.
- **Noticias:** esta sección estará enfocada en las últimas noticias del cine nacional, más allá de las películas, como por ejemplo foros sobre cine, actividades en cinetecas, festivales, o incluso sobre directores o directoras que demuestren interés en la producción de nuevos proyectos.
- **Entrevistas:** serán una parte complementaria del medio, pero no por eso menos importante. Con ellas será posible obtener nuevos puntos de vista del cine chileno y complementar el contenido que se ofrece, mediante la conversación con las figuras más importantes de esta industria a nivel nacional, ya sean autoridades, actores/actrices, directores/directoras, etc.
- **Séptimo Mundo:** la industria cinematográfica nacional es incomparable a otras del mundo. Sin embargo, en los tiempos globalizados de hoy en día se vuelve imperante tener en cuenta otros tipos de cine como lo es el internacional. Debido a esto, la sección Séptimo Mundo será la encargada de comparar y vislumbrar otras películas del cine extranjero que se asemejen a películas chilenas, contribuyendo al conocimiento de nuestra industria y apoyando a derribar prejuicios como que el cine chileno es “malo”.
- **Clásicos:** “los clásicos nunca mueren” es una frase de la que el cine sabe muy bien. Apoyando esto, Séptimo Chile quiere contribuir también a la memoria de un cine que en ciertas ocasiones es relegado o desconocido por las nuevas generaciones, sobre películas que marcaron a la industria, una época y al país. Por ello, Clásicos será una sección exclusiva dedicada a grandes largometrajes de culto del cine chileno y su análisis de por qué estas cintas se han vuelto tan icónicas y han penetrado tanto en el imaginario nacional.

## **Formato web: ¿por qué decidimos usar Wordpress?**

Wordpress es un sistema de gestión de contenidos que permite crear, editar y administrar sitios web. Fue creado en el año 2003 por Matt Mullenweg y Mike Little, pasando a ser una de las plataformas principales para el diseño web, además de la creación de páginas, blogs y sitios más complejos.

Este sistema brinda múltiples ventajas y herramientas al momento de crear un proyecto. El uso de variadas plantillas permite tener un diseño único y reconocible. Nuestra elección de Wordpress se basó principalmente en tres puntos clave que son: familiaridad con la plataforma, sencillez en la usabilidad y posibilidades de diseño.

- ***Familiaridad con la plataforma:*** Como explicamos en los primeros puntos de este informe, durante el año 2023 realizamos un sitio web para el curso de Taller en Proyectos Digitales que de alguna manera funcionó como un prototipo para lo que estamos desarrollando ahora. En ese curso, logramos ver las posibilidades que brindaba este sistema y nos familiarizamos con todas sus herramientas. Durante el taller tuvimos la misión de crear una página que fuera funcional, tuviera un diseño atractivo y que se pudiera mantener actualizado con notas. Esto permitió interiorizarnos en cada uno de los aspectos de Wordpress y así saber utilizarlos de buena manera cuando tuviéramos que realizar nuestra memoria de título.
- ***Sencillez en la usabilidad:*** Wordpress es muy simple al momento de crear un sitio web y mantenerlo actualizado con contenido. En primer lugar, te da un dominio personalizado que permite darle inmediatamente una identidad única a la página. Obviamente, este dominio está basado en el nombre del proyecto, aunque de todos modos te deja personalizarlo. Una vez hecho esto, y dependiendo del plan que se compre, se debe elegir la plantilla en base a la que se diseñará el sitio. Asimismo, Wordpress te brinda una herramienta de personalización que es muy intuitiva, pudiendo modificar los widgets, los colores, las letras, las imágenes, el formato y el orden de la misma plantilla. Las opciones son bastante fáciles de usar y dentro de la página de administración todo está ordenado, permitiendo saber en qué lugares se puede configurar cada uno de los apartados.

Una vez creada la página, la elaboración de entradas es sencilla. En este caso específico que son notas periodísticas, al elegir una plantilla que vaya de acuerdo con esa temática, el mismo sistema te configura automáticamente un modelo de entradas para ese objetivo. Si bien este se puede configurar de otras formas, la opción que se da por defecto es bastante funcional y tienen algunas herramientas que se usan de manera similar a como sería en Word de Office y en Docs. de Google. Además, posee un sistema de almacenamiento de imágenes, es decir, una nube que, dependiendo del plan que se compre, tiene más o menos espacio para el almacenamiento de estos elementos que son esenciales para que el sitio no incluya solo texto.

- ***Posibilidades de diseño:*** Tal y como se detalló en los puntos anteriores, Wordpress tiene un gran abanico de plantillas que permiten configurar y diseñar el sitio web en base al objetivo para el que uno lo necesite. Un punto negativo de esto es que muchas de ellas no vienen incluidas, sino que se pagan aparte. De todos modos, tienen versiones demo que se pueden utilizar con la mayoría de las funcionalidades importantes que se requieren sobre todo para la implementación de un medio periodístico. A pesar de ser demos, no existe mucha restricción en cuanto a los cambios y modificaciones que se pueden realizar de la plantilla misma, brindando un alto valor de personalización y diferenciación respecto a otros sitios.

### **Elección de la plantilla de Wordpress**

Al ser un medio periodístico, centramos nuestra búsqueda de plantilla dentro de Wordpress con un modelo que se adecuara a este objetivo. Además, necesitábamos que viniera con una configuración predeterminada para que funcionara correctamente con las herramientas que necesitábamos. De este modo, comenzamos a probar diversos modelos que estaban creados específicamente para webs de noticias y blogs de opinión. En general todas apuntaban a lo mismo y tenían diseños similares que, de cualquier manera, podían ser editados a nuestro gusto. Sin embargo, esa era la principal diferencia que tenían entre ellas puesto que eran demos y no la versión completa de las mismas. Por este motivo, las pruebas que hacíamos se centraban en verificar cuál de ellas podía llegar a un equilibrio entre funcionalidad, apariencia y opciones editables. Así fue como nos decidimos por el tema llamado Paper News de Wordpress.

Paper News es un tema que está específicamente creado para webs de diarios digitales, teniendo seriedad, pero a la vez dándole un toque moderno que es atractivo para la vista. Una de las principales cosas que nos llamó la atención fue el dinamismo que tiene debido a que hay varios widgets con movimiento en la pantalla. Tiene una barra superior similar a las historias de Instagram en la que aparecen las notas más recientes y que se va corriendo cada cierto tiempo, lo cual tiene la ventaja de mostrar nuevo contenido en todo momento. Algo similar sucede con la pantalla principal en la que se ve el último contenido que ha sido subido a la página web. Esta parte se divide en cuadrados con texto en donde el que es más grande también se va modificando y mostrando otras notas, no solamente la más reciente.

Aparte de esto, nos gustaron otras funcionalidades que tiene de diseño como los enlaces directos a redes sociales, el modo oscuro, el menú, la tipografía y que en todo momento muestre el contenido reciente. Eso último es importante puesto que en cada instante la página llama la atención del espectador y lo invita a hacer clic en algunas de las últimas notas que se han subido.

### **Pasos para el levantamiento del sitio web y las redes sociales**

El primer paso para el levantamiento del sitio web fue poder obtener un dominio propio. Para ello, realizamos la compra de uno a través del sitio web Hostgator, donde en conjunto decidimos optar por el Plan Emprendedor, ya que se ajustaba a las necesidades del sitio en cuanto a almacenamiento SSD, compatibilidad con Wordpress y tiempo del proyecto.

Luego de esto, nos fuimos a la plataforma de Wordpress y enlazamos este dominio con nuestra sesión conjunta, lo que nos permitió poder trabajar desde allí y configurar diferentes detalles de la página web como la plantilla, además de añadir nuestro logo.

Una vez que seleccionamos la plantilla de Paper News procedimos a instalarla en el sitio web. En un principio, el diseño trae la configuración por defecto que tiene el tema, así que correspondía comenzar a editar y personalizar de acuerdo con lo que teníamos en mente para Séptimo Chile. En general mantuvimos los mismos colores que traía la plantilla, es decir, los blancos y rojos para los fondos y el negro para los textos. De todos modos, fuimos modificando su posición y su tonalidad dependiendo de dónde queríamos esos colores y la intención que teníamos para que estos resaltaran. Sin embargo, como mencionamos anteriormente, mantuvimos los mismos que traía por

defecto debido que eran iguales a los que nosotros habíamos planeado y que se relacionaban con el logo que creamos. Una vez decididos los colores, comenzamos a eliminar todos los elementos, herramientas y widgets que no utilizaríamos y que estéticamente eran poco atractivos. Principalmente el objetivo era que las notas y el contenido subido al sitio fuera lo principal y lo que ocupara gran parte de la primera página. La idea es que a medida que la persona usuaria navegue pueda encontrarse a cada momento el contenido más reciente y que sea interesante para hacer un clic y sumar una visita. Aunado a esto, instalamos el logo tanto en la parte superior como inferior del sitio cosa de que este empiece y termine mostrando nuestra identidad. Configuramos el menú principal en dónde enlazamos cada concepto de este a las categorías que generamos para almacenar los distintos tipos de contenido que subimos al sitio. No fue necesario generar subcategorías o mantener el menú lateral desplegable que venía por defecto dado que todas las opciones que teníamos contempladas cabían perfectamente en la barra superior de la página. Decidimos ponerlas con letra mayúscula para darle un mayor realce visual, además de que estéticamente se veía más atractivo.

Uno de los últimos pasos fue enlazar las redes sociales a los íconos del sitio tanto en la parte superior como inferior. La configuración por defecto nos mostraba íconos de redes sociales que no íbamos a utilizar por lo que eliminamos varios y agregamos otros que faltaban. El tema del levantamiento de redes fue bastante sencillo. En primer lugar, creamos la cuenta de Instagram que es la principal que promociona el contenido y también tiene publicaciones exclusivas. Al poner el usuario, estaba disponible el nombre de septimochile, así que no hubo problema en ese sentido. Le instalamos el mismo logo que, al ser circular, calzaba perfecto en dicha red. Además, configuramos la cuenta como creador digital y enlazamos el link de nuestro sitio web en el perfil, además de poner el correo oficial del medio en la pestaña de contacto.

Un proceso similar al de Instagram fue el levantamiento de TikTok y YouTube. Estas redes serán secundarias puesto que solo se pueden subir videos y el objetivo es generarlos en formato vertical de menos de un minuto que funcionen para las tres plataformas (con algunas excepciones en cuanto a este formato). Afortunadamente, durante los meses en que se realizó este proyecto, YouTube implementó la opción de shorts de hasta tres minutos de duración, lo cual eliminó las restricciones de tiempo que teníamos. Por esa razón, independientemente del largo que tuvieran los videos de

Séptimo Chile en formato vertical (9:16) iban a poder ser subidos de la misma manera en TikTok, reel de Instagram y short de YouTube.

La cuenta de TikTok tuvo que ser creada con el usuario de septimo.chile debido a que septimochile ya estaba registrado. Con YouTube no ocurrió ese problema. Todas las plataformas tienen el enlace al sitio web y también comparten las otras redes para que la audiencia pueda seguirnos en cada una de ellas.

## MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA

Uno de los aspectos fundamentales para la creación de un sitio es que este tenga una identidad gráfica. Es decir, visualmente tiene que ser llamativo y a la vez diferenciarse de otras páginas similares. Esto se puede obtener a través de una paleta de colores determinada que influirá, en este caso, tanto en el aspecto de las distintas secciones del medio como en los diferentes elementos anexos que requieran una estética particular. Con esto nos referimos al logo y a las plantillas que generamos para los otros contenidos albergados en las plataformas secundarias con las que contamos.

Para el proyecto de 2023 se apuntó a utilizar una estrategia de imagen muy minimalista utilizando los colores blanco y negro, además de simplificar al mínimo los elementos presentes dentro de la página principal. Esta paleta de colores de blanco y negro quedó muy marcada en lo que fue el primer logo y el diseño del sitio. No obstante, si bien esa identidad apelaba a algo simple, también se entendía como algo muy culto hasta al punto de verse alejada de la cercanía con las personas que el proyecto pretendía. Por esa misma razón, para esta nueva etapa de Séptimo Chile optamos por algo similar, pero en dónde se pudiera sentir una cercanía especial entre usuarios y creadores de contenido. Los cambios implementados y la nueva imagen del proyecto difieren en algunos aspectos del anterior y logran consolidar el principio fundamental de Séptimo Chile que es acercar las películas nacionales hacia las personas comunes y corrientes.

### **Logotipo**

La primera versión del logo tenía como elemento visual a un caballo y a un jinete que hacía referencia a la primera película chilena de ficción de la historia que es Manuel Rodríguez de 1910. Abajo de este, y en menor tamaño estaba el nombre del proyecto. Además, todo iba de acuerdo con la paleta de colores que se había decidido que era blanco y negro.

Cuándo tomamos la decisión de armar el proyecto desde cero (solo manteniendo algunas cosas como el nombre y la idea original) uno de los principales cambios que queríamos realizar era el de

los colores del logo y la idea de este. Comprendimos que el elemento del caballo y el jinete no se entendiera bien considerando que es una página de cine, además de que esa no es una película tan conocida. Por lo mismo, pusimos una claqueta para que la página se identificara por sí sola. Además, el tamaño de las letras del nombre es mayor que el del elemento para que resalte más, a diferencia del otro en dónde destacaba más el caballo y no así las palabras. Por último, decidimos que el logo fuera rojo para evolucionar a la estética de colores cálidos que teníamos pensada, pero que fuera un rojo más apagado y no tan brillante cosa de que pudiera mantener una sobriedad en la imagen del sitio. Aparte de esto, la decisión de hacerlo circular fue meramente para que pudiera calzar en cada una de las plataformas y redes sociales en que lo ocupáramos.



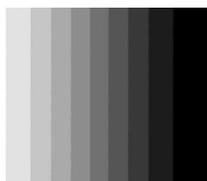
Versión 2023



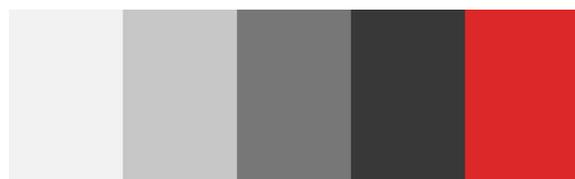
Versión 2024

### Paleta de colores

Como mencionamos anteriormente, el cambio más radical de la antigua versión del sitio a la nueva fue la inclusión de las tonalidades rojas. Principalmente esta modificación fue aplicada en el color del logo y en detalles de la página web como algunos fondos, encabezados y widgets. Consideramos que la estética en blanco y negro quedaba un poco fría, no acercándose al concepto que teníamos pensado. Por lo tanto, decidimos darle al sitio un aire más cercano incorporando las tonalidades rojas. Además, esto lo mostraría como más llamativo a simple vista y no sería tan apagado como si sólo tuviera una simple paleta de colores en blanco y negro.



Versión 2023



Versión 2024

## **Tipografía**

La única condición que teníamos para la tipografía era que contara con serif. Esta característica especial son las terminaciones que tienen las letras en los extremos. Esta característica facilita la lectura de las personas ya que se siente una conexión en cada una de las letras al momento de formar la palabra. De no tenerlo, se sentiría como un texto desconectado y difícil. En general, las letras con serif se utilizan más en textos académicos o narrativos para generar un mayor enganche y comprensión de estos por parte de los lectores.

En este sentido, nos decidimos por la familia de Noto Serif. Una de las letras que más nos gustaba era Times New Roman, pero encontramos que era demasiado común y eso podría demostrar falta de seriedad en el proyecto. La tipografía es bastante similar puesto que transmite seriedad a la vez de elegancia sin dejar de lado la comprensión lectora. Además, consideramos que se veía estéticamente bien en mayúsculas ya que la usaríamos para algunas cosas en la página principal.

# Noto Serif

## **Plantilla de redes sociales**

Para las publicaciones de noticias y promoción de los contenidos del sitio web en Instagram, necesitábamos generar una plantilla de redes sociales que nos diera una identidad. Esta fue desarrollada con la herramienta de Adobe Photoshop. Como primer paso al construirla, mantuvimos los mismos colores que los del logo en la parte del marco. Puesto que todas las imágenes del perfil cuentan con ese margen, se logra un efecto estético al momento en que una persona mire el feed de Instagram.

Por otra parte, la plantilla se compone de dos elementos principales y dos elementos secundarios que son: la imagen central, el rectángulo grande con texto, el rectángulo pequeño con la categoría y el logo de la página. Esto es replicado en el diseño de las miniaturas de YouTube, solo que con algunas modificaciones centradas en la anchura de esta debido al formato (16:9), la eliminación de la categoría y el añadido de un círculo rojo para llamar la atención.

El detalle de los elementos es el siguiente:

- **Imagen central:** una foto representativa del contenido publicado que sea estéticamente atractiva y a que a la vez llame la atención de los usuarios en la red. Como Photoshop funciona bajo el sistema de capas solo basta con tener la imagen y colocarla debajo de los demás elementos.
- **Rectángulo grande con texto:** colocado en la parte inferior de la plantilla. Es dónde va el titular de la publicación el cual debe procurar ser muy corto dado que al hacer más pequeña la letra puede correr el riesgo de verse antiestético. En el caso de las entrevistas, puede ir la cita más representativa.
- **Rectángulo pequeño con la categoría:** como su nombre lo dice, en la parte superior izquierda irá este elemento para indicar a qué categoría pertenece el contenido o de qué trata el mismo.
- **Logo:** ubicado en la parte superior derecha sirve a modo de marca de agua para que nuestra identidad vaya inmersa en la publicación.



## ESTRATEGIA DE CONTENIDOS Y CANALES DE DIFUSIÓN

La construcción de todo tipo de medio de comunicación requiere, en primer lugar, tener una audiencia objetivo. Por eso, nuestros principales públicos y a quienes queremos llegar serán:

- Cinéfilos (apasionados por el cine).
- Público general (gente interesada en cine chileno).
- Estudiantes y académicos (personas que busquen análisis más profundos).
- Profesionales del cine (directores, guionistas, etc.).

Teniendo en cuenta estos públicos, se idearon diferentes categorías que puedan conectar con ellos, ya sea en su pasión por el cine o por noticias relacionadas a este campo:

- **Noticias:** sección dedicada a las últimas novedades o noticias del cine nacional, ya sean festivales, concursos o incluso denuncias.
- **Estrenos:** el cine nacional constantemente está renovando y produciendo nuevas películas, por lo que esta sección se encargará de anunciar aquellos estrenos, con un pequeño resumen y el tráiler adjunto.
- **Reseñas:** las reseñas serán la parte más subjetiva del sitio, donde nosotros como administradores podremos plasmar nuestra opinión sobre cada película en base a nuestros conocimientos anteriores sobre cine.
- **Entrevistas:** el mundo del cine tiene muchos actores detrás. Entendiendo esto, la sección de entrevistas será un lugar para dar voz a sus figuras más importantes, desde estudiantes hasta directores de cine connotados.

- **Clásicos:** durante los años setenta, previo a la dictadura militar, el cine chileno vivió un apogeo sin precedentes, con películas que permanecen hasta el día de hoy. Por lo tanto, aquí se dará espacio a hablar sobre estas producciones y contribuir a su memoria.
- **Séptimo mundo:** el cine chileno también se ha visto influenciado por varias corrientes extranjeras en el tiempo, incluso hasta el día de hoy. En relación con esto, muchas películas nacionales pueden ser comparadas con otras extranjeras a través de estos vínculos.

Cada sección tendrá su propio contenido, pero este irá variando de formato, como una forma de entregar dinamismo y no aburrir a los usuarios. Entre este contenido estarán artículos de noticias cortas en formato escrito, los que podrán ir variando con la producción de contenido audiovisual.

Por otro lado, la estrategia de contenidos también estará enfocada en lograr que el sitio sea monetariamente sustentable en el tiempo. Por eso, una forma de conseguir esto es ofreciendo espacios de publicidad a organizaciones ligadas al cine: por ejemplo, a festivales, concursos, salas de cine independientes o incluso eventos realizados por municipalidades.

### **Plan de comunicación: canales y objetivos**

El plan de comunicación de Séptimo Chile se apoyará en las redes sociales como sus principales canales de difusión, en plataformas como:

- **Canal 1. YouTube:** es una de las aplicaciones de vídeos más vistas en el mundo, con miles de millones de usuarios, los que según Statista alcanzan los 2.500 millones en todo el mundo. Esto la convierte en una de las plataformas predilectas para ver videos. Por ello, Séptimo Chile tendrá su propia cuenta de YouTube, en donde se subirán especialmente videos en modalidad Short. ¿Por qué en esta modalidad? Los shorts, muy parecidos a los reels, son videos cortos que permiten en primer lugar monetizar un contenido, asegurando además un gran alcance entre los usuarios y la población, posicionando de esta forma a la plataforma como una gran oportunidad de promoción y difusión.

El objetivo principal de Séptimo Chile en esta red social será la captación de nuevos usuarios, quienes de acuerdo con sus propios intereses serán recomendados a conocer

Séptimo y todo su contenido, con videos cortos que mantengan la atención, entendiendo así la rapidez imperante y la inmediatez de las redes sociales.

- **Canal 2: Instagram:** redes sociales como Instagram nacieron en un principio con la idea de difundir las fotografías que las personas sacaban sobre su alrededor. Hasta el día de hoy esta red social continúa siendo (en gran medida) centrada en todo tipo de contenido visual, sobre todo apoyando la cultura de los memes y y otro tipo de publicaciones noticiosas.

Por eso, en esta plataforma subiremos imágenes (con texto resumido) publicitando los últimos contenidos del sitio. Esto nos permitirá, en primer lugar, interactuar con nuestros seguidores, manteniendo las recomendaciones en la página principal.

Además, esta interacción tendrá un efecto positivo ya que los me gusta, comentarios o publicaciones posicionarán a Séptimo Chile para ser recomendado en personas que se interesen por el cine y que no sean seguidores o incluso nunca hayan escuchado del proyecto.

- **Canal 3. TikTok:** una de las plataformas de videos más exitosas del último tiempo, con más de 1.500 millones de usuarios en todo el mundo. Según Data Reportal y el sitio web de la misma empresa, el 71% de los usuarios tiene entre 18 y 34 años, público joven que debido a la gran cantidad de contenido disponible en la web no ve o tiene poco interés por el cine nacional.

Teniendo en cuenta esta variable, la plataforma es una gran oportunidad para conectar con un público más joven, a través de videos que puedan ser entretenidos e informativos. Por ejemplo, se pueden utilizar audios o plantillas de videos que estén de moda y que aseguren una mayor propagación.

Por otro lado, los objetivos a lograr en cada uno de estos canales serán los siguientes:

- Aumentar y mantener las visitas del sitio, logrando una comunidad activa interesada en cine chileno.
- Posicionar a Séptimo Chile como una marca confiable y autorizada sobre cine chileno.

- Educar e impulsar la interacción entre usuarios, que permite una discusión sana y respetuosa sobre cine
- Fomentar alianzas con festivales y otras organizaciones de cine, que permitan difundir nuestro contenido y trabajar en conjunto.

Por último, se pondrá especial atención en los mensajes claves, los que son fundamentales para que el contenido pueda llegar hacia quienes apuntamos, con frases como “descubre lo mejor del cine chileno” o “cine chileno al alcance de todos”.

### **Periodicidad de publicación en el sitio y redes sociales**

Séptimo Chile busca ser un sitio activo, al que las personas puedan acudir constantemente para conocer e interiorizarse sobre la actualidad del cine nacional y su historia. Por ello, entendiendo esto, cada semana el sitio tendrá material nuevo en sus plataformas. Es decir, se fortalecerá la producción de contenido para cada una de estas categorías, procurando así una variedad de contenidos. La idea es que exista un balance, teniendo así un efecto más atractivo en los usuarios sin contenido repetitivo.

- Sitio web (contenido mensual): Dos noticias o estrenos, mínimo dos reseñas, una entrevista y un clásico. Séptimo Mundo, considerando que nuestro enfoque es el cine chileno, no tendrá un mínimo ni un máximo de publicaciones.

Las redes sociales son y serán una herramienta fundamental para el sitio web, no solo en su difusión sino también en la captación de nuevos públicos. Por ello, y entendiendo el mundo en que vivimos donde todo se relaciona a la rapidez, hemos seleccionado tres redes sociales que acompañarán a nuestro trabajo.

Estas son Instagram, YouTube y TikTok, plataformas en donde publicaremos imágenes y videos (conocidos como reels o shorts). En cada una de estas redes sociales se publicarán videos “resumidos” que funcionen como enganche, en un formato distendido que sea novedoso.

Por otro lado, la elección de estas redes sociales se basó en dos características primordiales, primero la masividad y segundo la diversidad etaria de estas. Por esta razón, y teniendo en cuenta cómo funcionan sus algoritmos, se subirá al menos un material nuevo cada semana en estas redes,

aumentando de esta forma las posibilidades de que Séptimo Chile sea recomendado automáticamente a nuevos usuarios.

Algo parecido es lo que quisimos hacer con el sitio web, por eso mismo implementamos el plugin de Wordpress llamado Yoast para el tema de la escritura. Este plugin ayuda para el tema del posicionamiento web en internet, específicamente en el buscador de Google. Ayuda a que los textos puedan ser escritos correctamente en formato SEO y que de esta manera quede mejor posicionado en la web. Además, entrega una optimización de las palabras claves que van en títulos, cuerpo y en el código de las imágenes cosa de que se pueda encontrar de mejor manera en lo que es el buscador.

## CONSIDERACIONES ÉTICAS

Es importante que todo medio de comunicación tenga una línea editorial, es decir, un margen de patrones bajo los cuáles el medio actuará o una línea de pensamiento en la que se subsumen los contenidos. Consideramos que es relevante definir esto con anticipación y mover nuestra parrilla de contenidos y la forma en que estos son creados de acuerdo con valores como: la identidad, la inclusividad y la verdad.

### **Línea editorial**

Séptimo Chile busca convertirse en un medio de referencia para la difusión del cine chileno y todas sus aristas, contribuyendo así al denominado séptimo arte a través del análisis. Nuestra misión es y será siempre visibilizar al talento emergente y a las obras consagradas, entendiendo al cine como una corriente que habla sobre nuestra sociedad y el país en donde vivimos, incluyendo su historia.

Por otro lado, nuestro propósito es instalarnos no solo como un medio informativo, sino también que eduque a nuevas audiencias, inspirando a futuros cineastas y contribuyendo al desarrollo de la industria en el país. Queremos acercar el cine chileno a las personas, teniendo en cuenta su diversidad de voces y sus miradas.

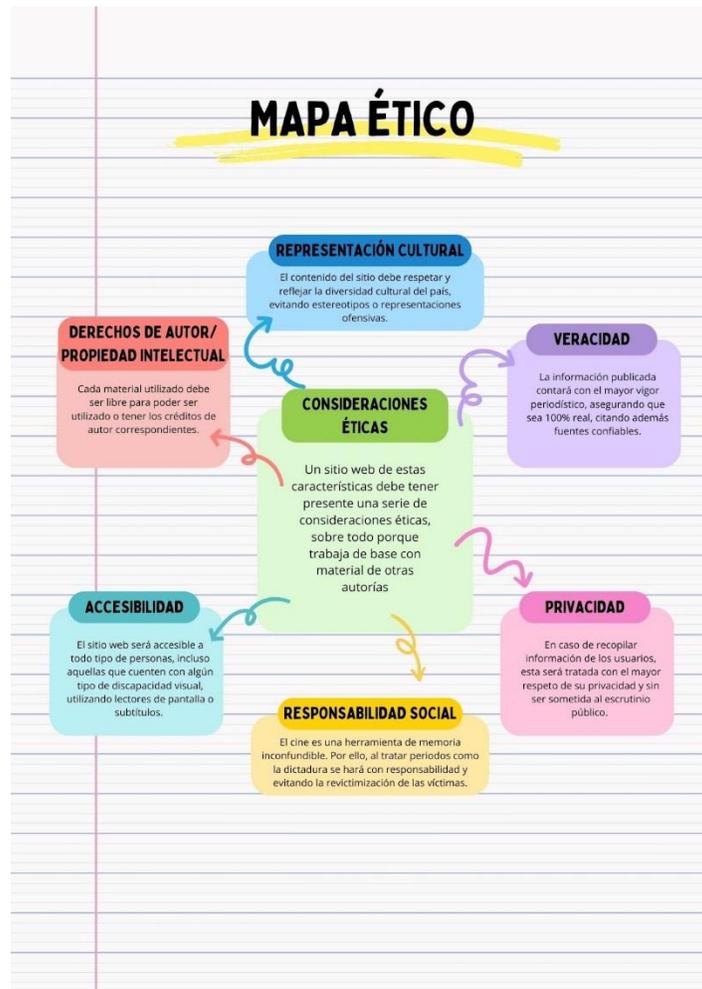
Nuestros valores serán:

- ***Diversidad y pluralidad:*** seremos la voz de quienes están consagrados y de quienes no, impulsando los talentos de forma equitativa.
- ***Accesibilidad:*** nuestro contenido será claro y sencillo, pero no por eso menos profundo. Buscamos acercar el cine, pero también ofrecer un análisis detallado apto para cualquier tipo de persona, incluso quienes no sepan de cine.

- **Calidad:** Séptimo Chile está comprometido a entregar la mejor calidad periodística en cada una de sus producciones, por medio de la investigación y la mirada crítica.
- **Compromiso con el cine:** fomentamos la colaboración entre los distintos actores involucrados, incentivando la visualización del cine chileno y su importancia en festivales nacionales e internacionales.

## Mapa ético

Un sitio web de estas características debe tener presente una serie de consideraciones éticas, sobre todo porque trabaja de base con material de otras autorías. Por ello, se debe asegurar una serie de variables las que pueden ser resumidas en el siguiente mapa:



## MÉTRICAS DEL SITIO WEB Y LAS REDES SOCIALES

Una de las mejores formas de medir el desarrollo del proyecto es hacerlo con base en las métricas de cada una de las plataformas en las que Séptimo Chile está presente. Obviamente, no todas ellas tienen que coincidir entre sí, puesto que las personas usuarias son distintas, los algoritmos son diferentes e incluso el contenido que se sube tampoco es el mismo. Por eso, habrá redes sociales que tengan mejores números que otras o contenido que fue mucho más difícil de promocionar y que, por lo tanto, no llegó a un público tan masivo. De todos modos, un aspecto positivo fue que todos los contenidos fueron vistos por personas y ninguno quedó sin que alguien pudiera apreciarlo.

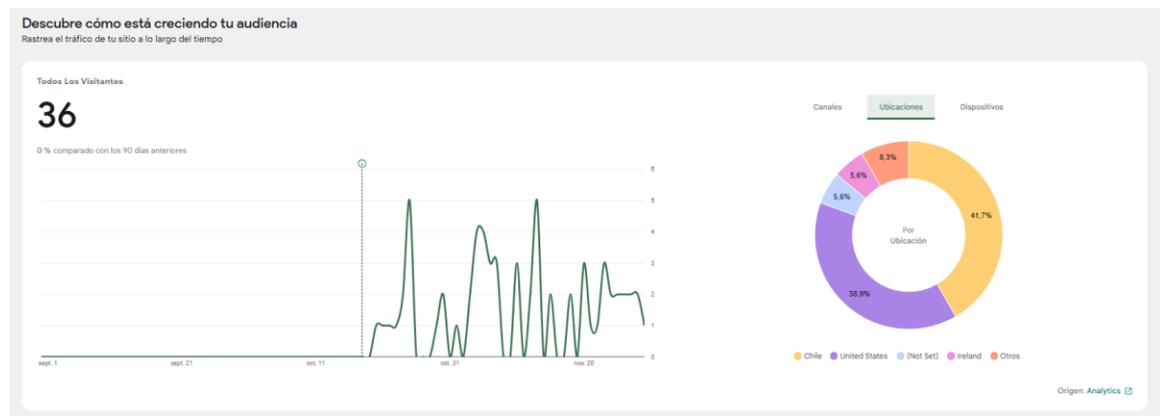
### Estadísticas del sitio web

El sitio web fue uno de los contenidos más difíciles de hacer crecer debido a que es complicado hacer que el público de redes sociales se mueva hacia la página. Es menester mencionar que tuvimos problemas con activar la opción de que contabilizara las métricas y estas recién fueron activadas el 11 de octubre, siendo que el sitio venía funcionando desde septiembre. Sin embargo, logró acumular un número de usuarios que fueron fieles al contenido.



Uno de los puntos más destacados de esta métrica es el tiempo de duración de la visita. Que sea más de 3 minutos nos indica que las personas no solamente entraban y se iban, sino que el contenido era atractivo y que las personas se quedaban leyendo alguna nota o buscando algo que fuera de su interés.

Otra de las cosas positivas es que logramos que uno de los contenidos fuera más atractivo que la página de inicio, aspecto que es bastante complicado, puesto que eso es en su mayoría lo que visitan los usuarios. Con esa reseña en particular hicimos el experimento de poner un título más llamativo y con algo más de ciberanzuelo para ver si funcionaba en tener un mayor enganche, cosa que así fue.



En las últimas tres capturas podemos ver desde donde viene nuestro público. Más allá de que la mayoría sea de celulares y no de un computador, nos sorprendió que gran parte de la audiencia es estadounidense. Nuestra conclusión es que son chilenos o latinos viviendo en ese país, o también personas que tengan configurada su dirección VPN en Estados Unidos. De todos modos, es un dato curioso, considerando que también nos marcó a gente que vive en Irlanda. Asimismo, también hubo una gran mayoría de la gente que viene de redes sociales, lo que, si bien nos indica que es difícil trasladar a todo el público, sigue siendo un elemento para utilizar a la hora de promocionar los contenidos.

#### Contenido principal en los últimos 90 días

Título	Páginas vistas	Sesiones	Tasa de participación	Duración de la sesión
1. Séptimo Chile - Medio digital dedicado al cine chileno /	87	65	56,92 %	1min 37s
2. El lugar de la otra: ¿Lo peor de Maite Alberdi? - Séptimo Chile /el-lugar-de-la-otra-lo-peor-de-maite-alberdi/	7	7	57,14 %	5min 18s
3. La corteza de mi abuela: el rescate de las tradiciones en la animación - Séptimo Chile /la-corteza-de-mi-abuela-el-rescate-de-las-tradiciones-en-la-animacion/	6	5	40 %	6min 51s
4. Reseñas Archivos - Séptimo Chile /category/resenas/	5	2	100 %	4min 49s
5. ¿Quiénes somos? - Séptimo Chile /quienes-somos/	5	5	80 %	23s
6. "El chacotero sentimental": Historias y lios de amor - Séptimo Chile /el-chacotero-sentimental-historias-y-lios-de-amor/	4	3	100 %	4min 3s
7. "Malqueridas": maternidad tras las rejas - Séptimo Chile /malqueridas-maternidad-tras-las-rejas/	4	4	75 %	4min 22s
8. Blanca noche: luz y oscuridad en el ser humano - Séptimo Chile /blanca-noche-luz-y-oscuridad/	2	3	66,67 %	3s
9. Séptimo Chile - Página 2 de 2 - Medio digital dedicado al cine chileno /page/2/	2	2	50 %	31s
10. Orlando Lübbert: "Nosotros hacemos como que tenemos cine chileno, pero no existe" - Séptimo Chile % /2024/10/2/orlando-lubbert-nosotros-hacemos-como-que-tenemos-cine-chileno-pero-no-existe/	1	1	100 %	12min 21s

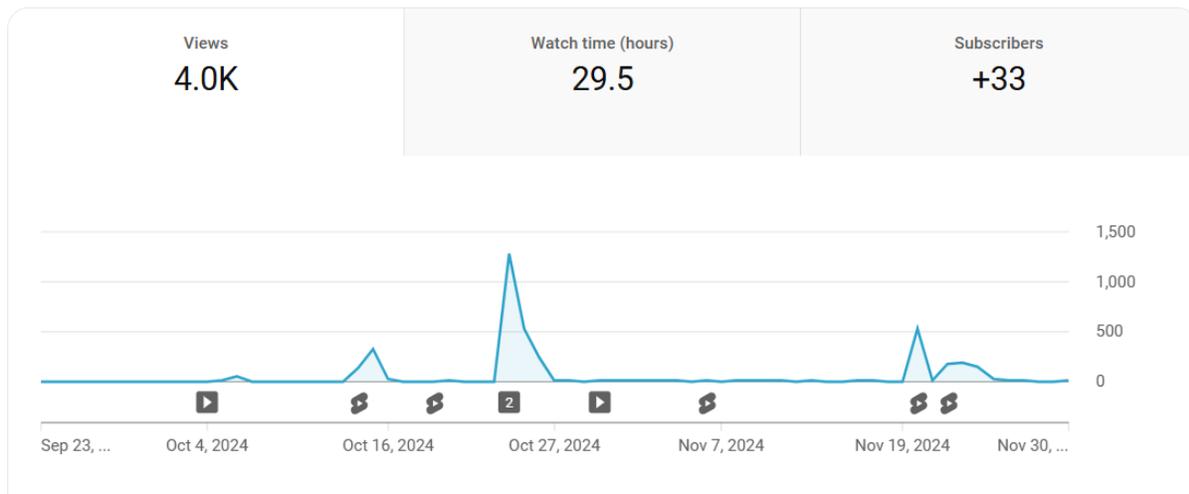
En la última imagen se ve el desglose de todo el contenido. Es una expansión de la primera estadística y vemos como se condice que el tiempo que se quedan los usuarios en cada una de las notas es bastante, por lo que asumimos que se están leyendo y que logramos generar una escritura atractiva. Esto nos ayudó a tomar la decisión de realizar por lo menos una reseña a la semana debido a que es el contenido más atractivo para los usuarios, puesto que es la instancia que tenemos para recomendar cine que no hayan visto.

## Estadísticas de YouTube

El canal de YouTube de Séptimo Chile fue abierto en el mes de septiembre, pero comenzamos a subir contenido a partir del mes de octubre. El canal lo dedicamos principalmente a los shorts que, a diferencia de los videos normales en formato horizontal, son los que mayor cantidad de audiencia pueden atraer pese a que no monetizan tanto. De todos modos, ese último punto no es

importante en este momento y lo que más nos preocupaba era comenzar a generar una audiencia en esta plataforma. Es importante decir que este contenido no fue promocionado en otra red social, por lo que todas las estadísticas provienen de gente a la que el contenido les pareció atractivo en YouTube.

## Your channel has gotten 3,987 views so far



Las estadísticas de esta plataforma fueron unas de las más positivas. En el poco tiempo que estuvo activa logramos acumular casi 4 mil visitas, equivalentes a 29.5 horas de visualización. Considerando que el contenido no fue publicitado en Instagram, la conclusión es que logramos generar shorts atractivos con una buena imagen destacada y un título que llamaba la atención, dos cosas que son fundamentales para tener éxito en YouTube.

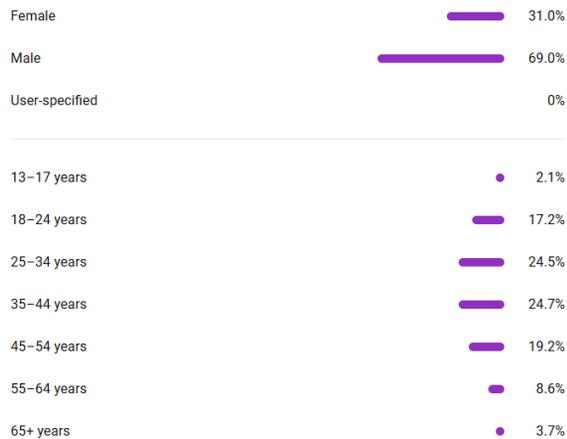
### Your top content in this period

Content	Average view duration	Views
<p>1</p> <p>3 películas de terror chilenas para ver en Halloween Oct 24, 2024</p>	0:25 (44.2%)	2,111
<p>2</p> <p>¿Sabes cuál es la peor película chilena de la historia? Nov 20, 2024</p>	0:27 (55.3%)	530
<p>3</p> <p>Johnny 100 Pesos: El impactante hecho real que narra la película Oct 14, 2024</p>	0:19 (40.0%)	517
<p>4</p> <p>MIRAGEMAN: El SUPERHÉROE CHILENO que no conocías Nov 22, 2024</p>	0:29 (50.8%)	510
<p>5</p> <p>Las tres mejores películas chilenas según IMDB Oct 20, 2024</p>	0:47 (79.3%)	182

En la imagen anterior se presentan los cinco contenidos más vistos del canal. Lo más positivo fue lograr que un video superara las 2 mil visitas, es decir, más de la mitad del canal provienen solo de ese contenido. Los demás lograron mantenerse en una media bastante alta si se considera que solo tenemos 33 suscriptores en total. Además, el porcentaje de retención de público rondó casi siempre en el 50% lo que debería ser el ideal en YouTube, de modo que podemos suponer que los temas eran atractivos para las personas.

#### Age and gender

Views · Lifetime



#### Top geographies

Views · Lifetime

All Videos Shorts



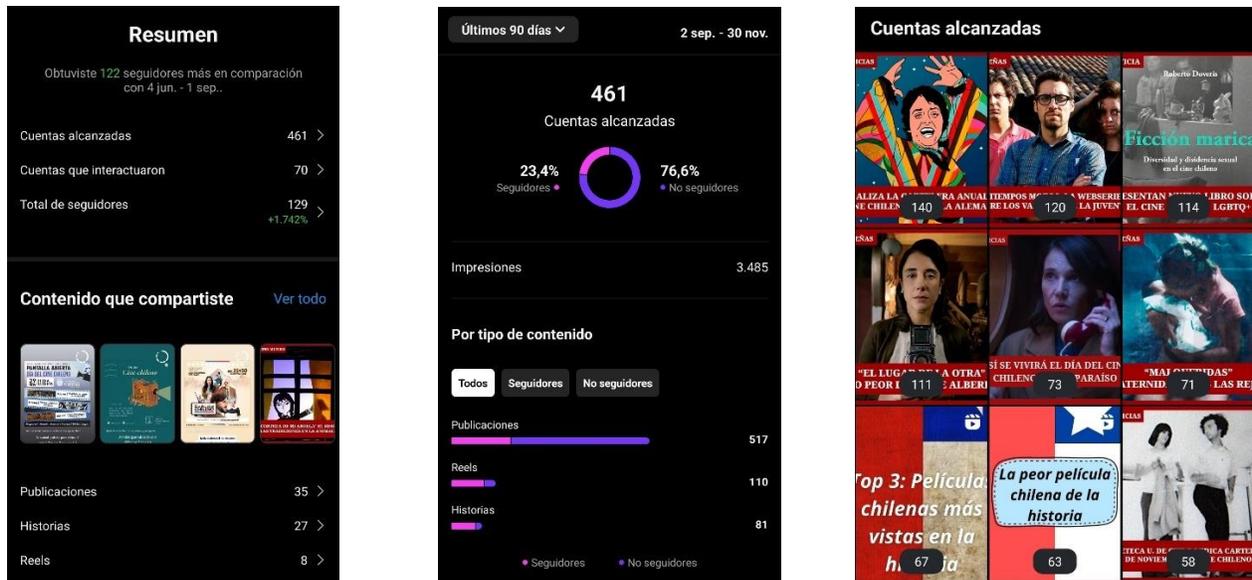
See more

Las últimas estadísticas nos indican que tenemos más público masculino que femenino, pero que en edad es bastante diverso sin obtener una mayoría clara. Eso último lo consideramos algo positivo ya que, debido a la naturaleza de este proyecto, creíamos que solo podríamos tener público universitario, pero esto nos demuestra que lo que hacemos es atractivo para diversas generaciones, pudiendo afirmar que nuestro público es desde los 18 a los 54 años, siendo un rango bastante amplio.

### Estadísticas de Instagram

Esta red social era la más importante de todas. Por un lado, necesitábamos que creciera en seguidores para promocionar el contenido que se subiera al sitio web y así pudiera ser más visto. Por otro, también necesitaba contenido propio que no estuvieran albergados en otra plataforma y así dar un paso más en el objetivo antes mencionado.

Una de las mejores cosas que tiene Instagram es que se pueden subir fotos y videos, por lo que todo el contenido que hiciéramos podía quedar alojado aquí sin distinción. Por lo mismo, se desarrolló una estrategia para publicitar el sitio web (compartir gráficas con parte de las notas que impulsaran a ir hacia el sitio y compartir el enlace de estas en las historias), generar gráficas con noticias propias y cortas varias veces a la semana, y publicar todos los videos que fuéramos haciendo, cosa de que generen un alcance mayor a través del sistema de reels.

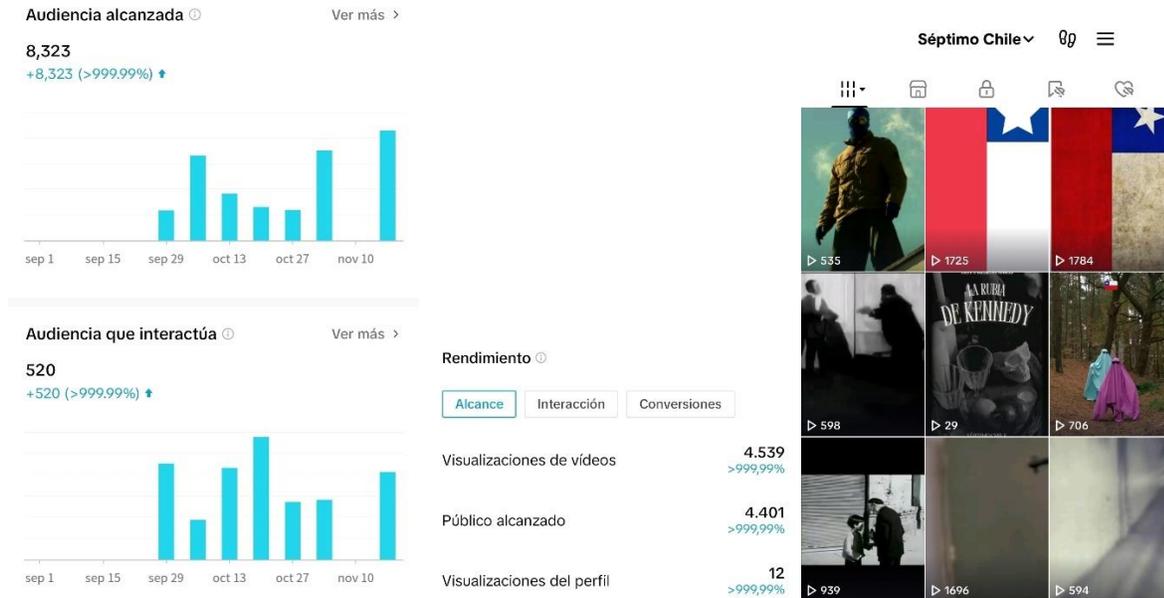


La cantidad de total de publicaciones fueron 70, las que se dividen en 35 gráficas, 27 historias y 8 videos. Esto nos permitió alcanzar la cantidad de 129 seguidores y 461 cuentas, casi cuadruplicando a las personas que decidieron seguirnos. Esta métrica queda clara al ver que el porcentaje de personas que interactúa con nuestro contenido, siendo 23,4% seguidores y 76,6% de gente al que le fue recomendado por el algoritmo de la plataforma.

El aspecto que consideramos más relevante es que de las nueve publicaciones que más cuentas alcanzaron, cuatro de ellas son gráficas que armamos para publicitar el contenido de la web. De hecho, podemos ver que queda en evidencia con la reseña de *El lugar de la otra* (2024) de Maite Alberdi, que fue una de las más vistas en Instagram y la más leída en la página. Por otro lado, las cinco restantes se dividen en tres publicaciones de noticias exclusivas de esta red social y dos videos que también quedaron alojados en YouTube. De esta forma, concluimos que lo mejor es seguir realizando un contenido de diverso y atractivo, pero que a la vez pueda promocionar el que se sube a otras plataformas. }

## Estadísticas de TikTok

Esta red social funcionó de forma muy parecida a YouTube y, coincidentemente, tuvo resultados similares en sus métricas. En TikTok se subían los mismos videos que en las otras plataformas, de modo que podían quedar albergados en tres redes sociales distintas



TikTok fue la red social más exitosa, puesto que, al igual que en YouTube, los videos no se promocionaron en otra plataforma. Aquí alcanzamos un total de 8.323 cuentas, de las cuales 520 interactuaron con la nuestra.

En cuanto a visualizaciones, la media se mantuvo muy similar a YouTube, de hecho las estadísticas son muy parecidas en algunos videos. TikTok es una de las redes sociales dedicadas exclusivamente a videos verticales, por lo que la competencia es mucho mayor. No obstante, consideramos que las métricas son bastante altas debido a que estamos recién comenzando en esa plataforma y el contenido de cine chileno no debe ser lo más solicitado por el algoritmo.

Debido al buen resultado de los videos (en las tres plataformas), decidimos aumentar el ritmo de estos, tratando de tener por lo menos uno a la semana, cuando en un inicio habíamos pensado que solo sería uno al mes. Consideramos que era una buena manera de atraer al público a nuestro medio sobre todo si el algoritmo era lo que estaba recomendando.

## SUSTENTABILIDAD

Uno de los aspectos más importantes que necesita el medio para subsistir es el dinero que se puede ganar a través del contenido creado y por medio de otras instancias de financiación. Las redes sociales y el mismo Wordpress dan la posibilidad de generar ingresos en base a lo que se suba en cada uno de ellos, premiando la constancia y la creatividad del creador de contenido. Además, existen los fondos concursables del estado a los que se puede postular para utilizarlos como un gran impulso en los objetivos que el proyecto quiere alcanzar.

### **Proyecciones y sostenibilidad**

A continuación, se explicará el desglose de los gastos e ingresos que podría tener Séptimo Chile en un futuro. En la mayoría de los casos no son cifras exactas, pero sí se puede saber desde qué plataformas viene el dinero y los pasos que hay que seguir para obtener este mismo.

Los ingresos se dividen en:

- Publicidad de septimochile.com
- Monetización de YouTube
- Bonificaciones de Instagram
- Programa Creators Rewards de TikTok
- Fondo concursable del estado

Mientras que los costos serían principalmente:

- Gratificaciones o bonos
- Licencias, costos de oficina y financiación de proyectos.
- Costos variables.

## Ingresos

- **Publicidad de septimochile.com:** la principal fuente de ingreso que podemos tener como medio en el sitio web es mediante el programa de Google AdSense, el cual permite integrar anuncios en la página, y una vez que ésta comience a generar un mayor tráfico, Google pagará por clic en los anuncios o por las visitas al contenido.
- **Monetización de YouTube:** parecido al anterior, YouTube también genera ingresos a través del sistema de Google AdSense. Sin embargo, aquí el algoritmo de la plataforma selecciona qué publicidad incluye en los videos si es que estos tienen activada la monetización, la cual depende de las visualizaciones, el número de clics, la duración del video, el tipo de contenido y el tiempo de permanencia del usuario dentro de este. Los requisitos para activar esta opción son los siguientes:

### Eligibility

Showing data as of: Nov 10, 2024 ⓘ

28 subscribers

500

3 video uploads  
last 90 days

3

and one of the following

0 public watch hours  
last 365 days

3,000

2.7K public Shorts views  
last 90 days

3M

- **Bonificaciones de Instagram:** los creadores de contenido tienen la posibilidad de ganar dinero a través de la interacción y visualización que el público tiene de sus reels o de las publicaciones e historias de Instagram. Además, la red social también incentiva a comunidades que creen contenido constante en la que sus usuarios puedan interactuar con este.
- **Programa Creators Rewards de TikTok:** es parecido a Instagram puesto que este programa existe para que los creadores generen un contenido atractivo que permita tener una gran cantidad de vistas e interacciones con el público. La red social premiará a su vez el impacto

y la calidad de lo que se suba. Los requisitos para tener activada esta opción son: tener una cantidad mínima de seguidores y visitas mensuales, cumplir con las políticas de la comunidad y las normas de contenido de TikTok, ser mayor de edad (generalmente 18 años o más), tener una cuenta activa y original, sin infracciones graves.

- **Fondo concursable del estado:** existen al menos tres fondos del estado en los que se podría postular a Séptimo Chile y obtener una financiación para el medio en general o para alguna actividad en específico. Los fondos son: Fondo de Fomento al Cine y Audiovisual de CORFO (si bien están destinados a la producción, algunas iniciativas incluyen difusión, distribución y comunicación del cine), Fondo de Medios de Comunicación del FOM (con iniciativas destinadas a medios de comunicación que promuevan la cultura nacional), Fondo de Preservación del Patrimonio Audiovisual (específicamente para la comunicación y difusión del patrimonio audiovisual).

## Costos

- **Bonos y gratificaciones:** presupuesto destinado a darle un pago a los colaboradores de Séptimo Chile. No obstante, al ser un proyecto que está iniciando concentrará la mayoría de sus fondos en licencias, gastos de oficina, financiación de proyectos específicos y gastos variables.
- **Gastos de oficina, licencias y financiación de proyectos:** se prioriza el pago de planes premium, tanto para las redes de difusión como para las herramientas de trabajo (computador, cámaras, micrófonos y programas de edición). Además, ciertos proyectos como algún reportaje, entrevista o video podrían significar tener que financiar dicha producción, por lo que también se incluirá el gasto en este apartado.
- **Gastos variables:** consisten en un fondo, el cual estará destinado a pagar los viajes y el precio de entrada a festivales y funciones. Con esto siempre existirá un fondo en caso de que un evento de actualidad noticiosa referente al cine chileno ocurra. Séptimo Chile contará con recursos para despachar un colaborador a cubrir este.

Para concluir, este proyecto digital tiene una proyección sustentable potencial. Esta hipótesis se debe a que, durante las etapas de recolección de datos y construcción de perfil, como grupo notamos

que este nicho es explotable de manera viable, sobre todo en el tema de redes sociales. Existe una búsqueda orgánica por parte de los usuarios de este tipo de portales, además que la inclusión de herramientas de monitoreo, métricas y monetización fueron factibles y de implementación exitosa en el proyecto.

Si bien el presupuesto propuesto es diagnóstico, se pueden disminuir gastos y así abaratar el funcionamiento de la página. La proyección puede ser similar a la de un medio menos profesional, pero no por eso Séptimo Chile será menos riguroso. De esta forma, se podrá monetizar, visibilizar y fomentar el crecimiento de la página en un presupuesto mucho más acotado, pero generando ganancias monetarias y tráfico real. Por ejemplo, el costo de internet, bonos por uso de computadores y viajes podrían ser descartados con el objetivo de hacer más asequible y factible de financiar en el tiempo. Por lo tanto, no afectará la calidad de los artículos, pero sí el número de eventos, creación de redes y contactos que se pudieran conseguir en un proyecto con un presupuesto un poco más generoso. Sin embargo, un hecho es inmutable. Séptimo Chile como proyecto de medio digital es factible y explotable.

	PRESUPUESTO BASE	SÉPTIMO CHILE						
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6
<b>COSTOS FIJOS</b>								
*Es el costo base de producción se realiza una vez o regularmente por todo el proyecto								
<b>Item/ actividad</b>								
<b>Equipo Trabajo</b>	Benjamín Zamorano Erazo	0	0	0	0	0	0	0
	Joaquín Aracena Padilla	0	0	0	0	0	0	0
<b>Plataformas Tecnología</b>	Dominio proyecto	24.000	Un pago anual	0	0	0	0	0
*puede considerarse un pago anual o por meses pero son gastos básicos								
	Webhosting	24.000	Un pago anual	0	0	0	0	0
	Plantilla Wordpress	Plantilla gratuita		0	0	0	0	0
	Plataforma YouTube	0	0	0	0	0	0	0
	Zoom	0	0	0	0	0	0	0
	Licencia aplicación	6.796	6.796	6.796	6.796	6.796	6.796	6.796
<b>Gastos oficina y otros</b>	Costo Internet (mensual)	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
	Básico oficina (luz, agua)	0	0	0	0	0	0	0
	Viáticos (traslados)	3.900	3.900	3.900	3.900	3.900	3.900	3.900
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	\$179.872							

<b>COSTOS VARIABLES</b>	(*Es el costo de actividades, recursos o salarios que no se realizan regularmente)	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 10
<b>Equipo Trabajo</b>	Diseñador/a	0	0	0	0	0	0	0	0
	Fotógrafo/a	0	0	0	0	0	0	0	0
	Camarógrafo/a	0	0	0	0	0	0	0	0
	Cámaras fotos/ video	0	0	0	0	0	0	0	0
	Microfonos	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Plataformas Tecnológicas</b>	Pago campañas en rrrs	Sin campañas de pago		0	0	0	0	0	0
	Ej 2 meses de campaña en IG de 2 posteos		0	0	0	0	0	0	0
<b>Gastos varios</b>	Viáticos	5.000	7.000	10.000	5.000	2.000	3.000	3.000	3.000
	Traslados (ej entrevistas, grabar)	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000	4.000
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>\$70.000</b>								
<b>PRESUPUESTO TOTAL</b>		270.000							
<b>COSTOS FIJOS + COSTOS VARIABLES</b>		249.872							

## CONCLUSIÓN

En base a la larga investigación y conocimientos adquiridos sobre cine chileno, podemos decir a modo de conclusión que se ha demostrado a lo largo de los años una expresión cultural dinámica y en constante evolución. Esto refleja las diversas realidades sociales, políticas y culturales que existen en nuestro país.

A través del análisis de sus diferentes momentos, temáticas, géneros y estéticas, queda claro que el cine chileno no solo narra historias nacionales, sino que también dialoga con problemáticas universales. Esto le ha permitido conectar con públicos de otros países, reforzando muchas veces el sentimiento latinoamericano y las historias que se repiten en una región tan similar pero tan distinta a la misma vez.

Por otro lado, gran parte de nuestra difusión de cine chileno se vio acompañada de un gran recibimiento e interés por parte de las personas. Este aspecto refleja que la ciudadanía está muy interesada en las producciones nacionales, compitiendo en un mercado que se ha visto inundado por películas extranjeras o franquicias como Hollywood.

Esto queda reflejado en las métricas obtenidas, principalmente las de redes sociales. Creemos que el hecho de tener miles de visitas tanto en TikTok como en YouTube demuestra el potencial que tiene este nicho y el interés de la población sobre este contenido.

Un ejemplo de esto son películas clásicas como *Machuca* (2004) de Andrés Wood, la que mediante la expresión de una identidad nacional se posiciona en la sociedad chilena e incluso el escenario latinoamericano, con temáticas tan complejas como las diferencias sociales.

Es difícil decir si con este medio conseguiremos que las personas realmente se den la tarea de ver cine chileno. Ha habido varias políticas culturales de diferentes gobiernos y aun así esto sigue siendo una tarea complicada. Pese a esto creemos que Séptimo Chile puede ser un aporte cultural bastante importante desde el lado del periodismo. La información y la difusión son fundamentales

para que esta industria crezca, para que los cineastas puedan desarrollarse y para que el público valore historias que son hechas en su propio país.

Vivimos tiempos vertiginosos, donde muchas sociedades alrededor del mundo se cuestionan su propia existencia e identidad. Por ello, el denominado séptimo arte toma hoy más fuerza que nunca, demostrando que no solo es una industria con gran potencial, sino también un reflejo de nuestra propia vida y del impacto que puede tener en ella.

Al cine chileno aún le queda mucho por entregar. Y Séptimo Chile continuará recorriendo el camino junto a esta industria y los miles de talentos que la conforman.

## BIBLIOGRAFÍA

Álvarez, S. (1988). El periodismo cinematográfico. *Hojas de cine, testimonios y documentos del nuevo cine latinoamericano*, 3, 35-37.7

Cavallo, A. (2010). *El novísimo cine chileno* (Vol. 5). Uqbar.

Creus, Tomás. El futuro del cine en la era del 'streaming'. *COMeIN* [en línea], diciembre 2018, núm. 83.

Curiel, E. H. (2011). El periodismo en el siglo de las redes sociales. *Vivat Academia*, 1113-1128.

De la Cruz, E. (2012). Memoria (s), cine y sociedad: miradas del cine argentino. *COMUNICACIÓN. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 1(10), 708-719.

Morales, M. (2022, 26 febrero). *Cine chileno en su justa medida*. CIPER Chile. <https://www.ciperchile.cl/2021/12/27/cine-chileno-en-su-justa-medida/>

Naylor, R., Todd, J., Moretto, M., & Traverso, R. (2021). Las industrias culturales y creativas frente a la COVID-19: panorama del impacto económico.

Pérez, C. R. (2019). No diga fake news, di desinformación: una revisión sobre el fenómeno de las noticias falsas y sus implicaciones. *Comunicación*, (40), 65-74.

Sánchez, E. M. S. (2019). El periodismo de investigación en el cine. *Aularia: Revista Digital de Comunicación*, 8(2), 1-12.

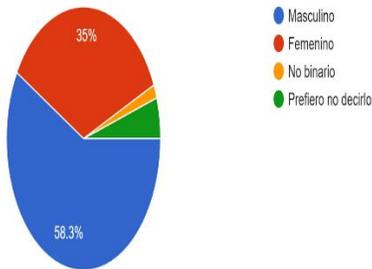
Valencia Fuentes, L. E. (2015) El cine chileno durante la dictadura militar.

# ANEXOS

## Anexo 1: Encuesta uno

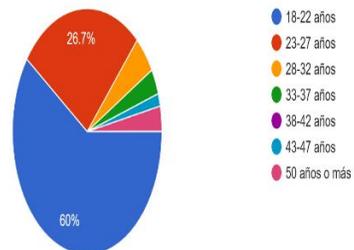
¿Cuál es tu género?

60 respuestas



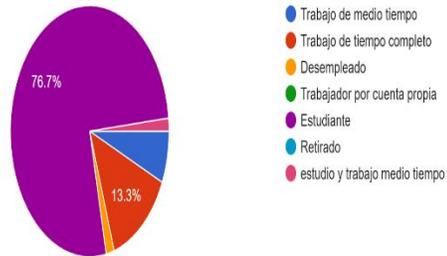
¿Cuál es tu edad?

60 respuestas



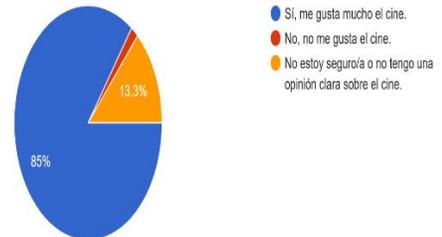
¿A qué te dedicas? ¿Cuál es tu situación laboral actual?

60 respuestas



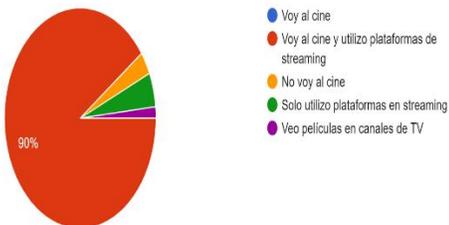
¿Te gusta el cine?

60 respuestas



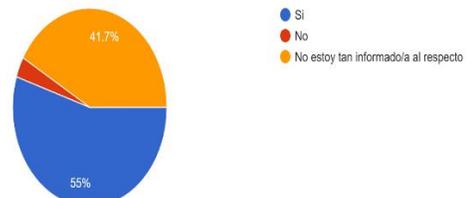
¿Vas al cine o utilizas otros medios?

60 respuestas



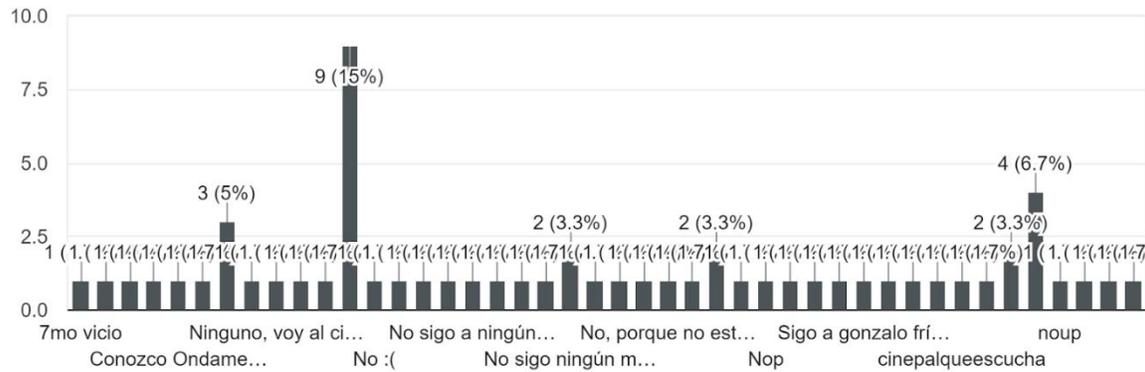
¿Te interesa el cine chileno?

60 respuestas



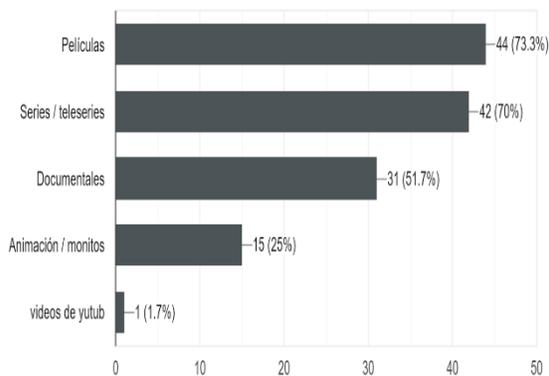
### ¿Sigues algún medio sobre cine nacional ? ¿Cuáles y por qué?

60 respuestas



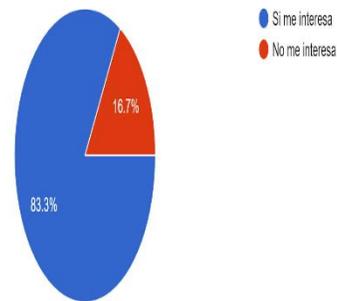
### ¿Qué tipo de contenido chileno consumes?

60 respuestas



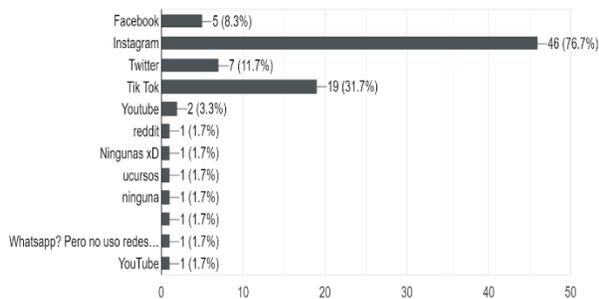
### ¿Te interesa un medio sobre contenido audiovisual chileno?

60 respuestas



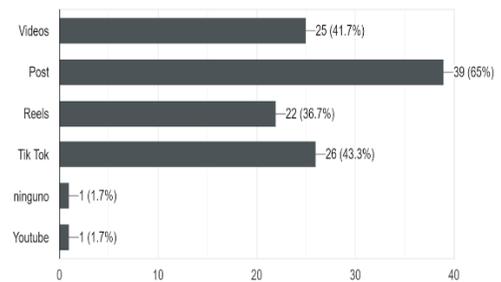
### ¿Cuál es tu red social favorita?

60 respuestas



### ¿Qué contenido consumes más en redes sociales?

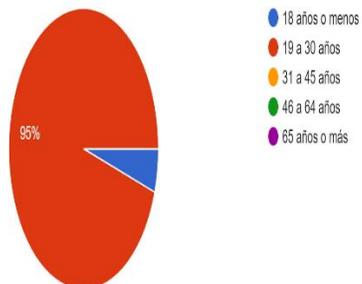
60 respuestas



## Anexo 2: encuesta dos

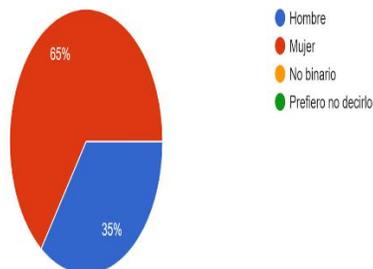
¿Cuál es su rango etario?

40 respuestas



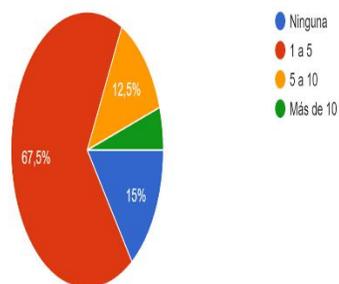
¿Con qué género se identifica?

40 respuestas



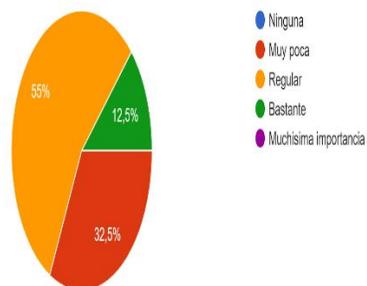
¿Cuántas películas o series chilenas vio en 2023?

40 respuestas



¿Qué importancia cree que tiene el cine chileno a nivel nacional e internacional?

40 respuestas



¿Qué tan seguido visitas salas de cine?

40 respuestas



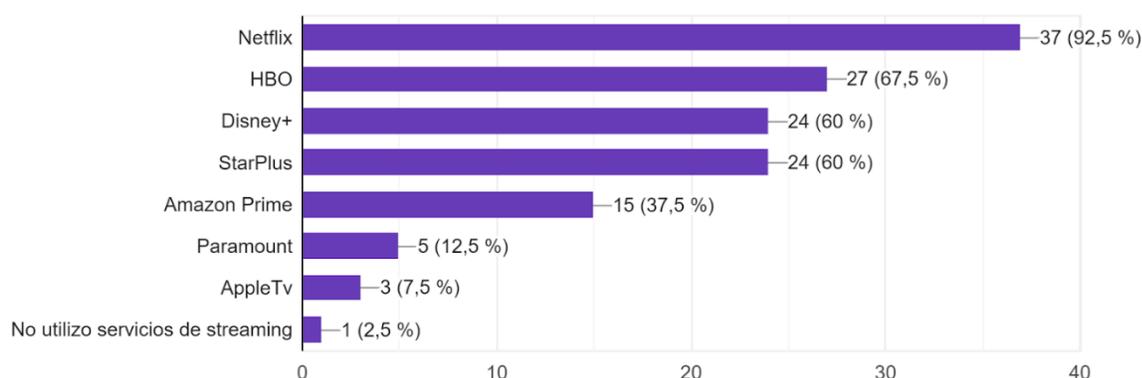
¿Qué tan seguido visitas salas de cine?

40 respuestas



### ¿Que servicios de streaming utiliza?

40 respuestas



### Anexo 3: transcripción de la entrevista a Marcelo Morales, director de la Cineteca Nacional de Chile

*¿Cuál crees tú que es la importancia del cine para una sociedad?*

Creo que es importante como cualquier otra disciplina artística. Porque por un lado creo que toda expresión artística es fundamental para el espíritu de una sociedad en cuanto a su expresión, también a plasmar ciertos deseos o ideas, reflexiones. Y el cine en ese sentido tiene una particularidad bien notable que además registra la misma realidad o intenta hacerlo.

Entonces en ese sentido también es un documento que sirve para la memoria, Y eso aumenta su potencialidad de uso, reflexión, y de penetración también porque es muy democrático a la vez. Todo el mundo que ve cine le es muy fácil de comprender lo que está viendo o tarda muy poco en comprender el lenguaje.

Entonces tiene muchos beneficios sociales, y además que genera comunidad. El ver cine también genera comunidad, con compartir una experiencia y eso es algo que contribuye mucho más allá de la experiencia misma en la sala de cine.

Es algo que te ayuda a comprender donde uno está parado y esa forma sirve a la vez de imaginar un porvenir. Lo interesante de eso es que no se hace de manera individual, se hace conjunta,

compartida. Por eso es importante que exista la experiencia de ver cine en una sala de cine, el compartir se hace tangible.

*Desde tu punto de vista, ¿Qué características tiene y cómo se podría definir el cine chileno? ¿Hay algo que a lo mejor lo destaque comparado con otros países, como por ejemplo el cine argentino?*

Es difícil como definir a... Difícil sobre todo pensando en una producción que es cada vez más amplia y variada. Yo creo que eso podría ser una característica de hecho, es una producción más variada y amplia de lo que se cree.

Raúl Ruiz decía que el cine chileno tenía la característica de que siempre trataba de definir al mismo Chile, que puede ser un asunto igual y que podría diferenciarse de otros lados. Pero claro si uno se adentra en cualquier filmografía, sobre todo de países donde la producción ha sido compleja por temas presupuestarios y políticos sociales, como casi todos los países de Latinoamérica, uno podría pensar que siempre el cine justamente también está enfocado en eso de definirse a sí mismo como sociedad o como cultura.

Pero digamos que sí, que podría ser eso igual, como que todas las películas chilenas tratan un poco de inventar Chile o de pensar Chile siempre. Y creo que eso ha sido muy beneficioso también, sobre todo en un país que, después del golpe militar, le ha costado mucho reflexionar sobre su historia. Creo que el cine en ese sentido ha ayudado mucho.

*¿Qué difícil es definir a una sociedad que en su raíz es muy diferente...*

Si es difícil, y ambicioso también. Creo que muchas películas fallan especialmente en esa ambición, fallan porque tratan de abarcar mucho o ser muy grandilocuentes en ese sentido.

*¿Cuál es la evolución que ha tenido el cine chileno en los últimos años en cuestión de temas a tratar y plataformas? Sabemos que ahora hay muchas plataformas de streaming, que quizás le han ido quitando espacio a las producciones nacionales.*

Creo que son películas que genéricamente son mucho más abiertas, más amplias, creo que esa es una característica actual. Son películas muy variadas, muy sorprendentes en ese sentido como

que ningún realizador o realizadora busca encasillarse mucho en un tema, o en un ámbito, y eso es bien rico yo creo para la producción.

Como que uno siempre se encuentra con cosas nuevas, en todos los directores o las películas chilenas, como que hay búsquedas. Y eso creo que es muy valorado afuera también, no solamente acá en Chile o en quienes vemos cine chileno, sobre todo, que no es mucha gente tampoco. Entonces creo que ese es el ver característico del cine chileno actual.

Frente al tema de las plataformas, bueno creo que ese es un tema que está desacomodando el cine en todos lados. Es una cosa que explotó muy de pronto, empujado por la urgencia de la pandemia, donde había que ver cómo, de alguna forma, se sobrevivía dentro del cine en un contexto así donde no se podía ir a ver películas.

Entonces creo que es un periodo de crisis por así decir que todavía estamos explorando cómo afrontarlo y como acomodarse a ese panorama. Igual creo que de a poco se ha ido ajustando y bueno, se ve que muchas películas chilenas o productores ya han logrado subirse a este carro del streaming, están generando más series, hay películas chilenas que les va relativamente bien sus primeras semanas en streaming, de a poco se está leyendo ese nuevo panorama.

Soy optimista en verdad en ese sentido. de cómo cualquier momento de cambio en el cine que claramente es crítico, sobre todo en base a filmografías como la nuestra, que son subdesarrolladas por así decirlo o que los temas de los presupuestos son limitados. Entonces creo que por ese lado ya pasamos una crisis más o menos intensa, que cada vez está leyéndose mejor el contexto y acomodándose al nuevo estado. Como digo, esto rebota no solamente en Chile, sino que en todo el mundo.

*Actualmente se podría decir que a lo mejor los productores chilenos, los directores de cine chilenos, se están abriendo más a poner producciones en streaming. Como en vez de luchar contra estas plataformas, mejor pongamos nuestras películas ahí también*

Si, finalmente está la idea de tratar de llegar al mayor público posible y en la plataforma que sea. En ese sentido creo que no hay prejuicios, no veo que los haya, solo buscando la mejor oportunidad o lo que de mejores réditos para la película misma. Creo que al inicio había más reticencias, pero como te digo, antes de pandemia había más reticencias de tratar de estrenar la

película en salas o festivales en circuito, pero claro, la pandemia reconfiguro todo, aceleró un proceso que se pensaba iba a durar más tiempo, entonces ante esa situación los productores o realizadores han tenido que acomodarse rápidamente también a esa situación.

*Muchas personas creen que por ejemplo el cine chileno solo trata periodos como la dictadura ¿Estás de acuerdo con esto y que le dirías a alguien para desmitificar esto?*

Primero iría a la cantidad de películas y diría que es un porcentaje muy bajo de hecho, son como el 15% de películas que se estrenan solo en cartelera y a eso no estoy contando las películas que realmente se hacen que sean casi 100 al año, solo hablo de las 40 que se estrenan año a año en salas comerciales o ahora en streaming también. Y de esas solo el 15% hablan de alguna forma de ese periodo o de esos temas, incluso algunas ni siquiera se remiten directamente a eso, sino porque hablan de algún personaje que vivió ese proceso, pero no es su vida completamente ahí. Estoy siendo bien generoso en ese conteo.

Diría que no, que el cine chileno tiene un porcentaje que obviamente habla del tema, pero no es solamente de eso de lo que habla. El problema es que la gente se entera muy poco de las películas que se estrenan, y ese es otro problema. Un problema de difusión, un problema de los medios también, que cada vez dan menos cupo no solamente al cine chileno, sino que al cine en general como un producto artístico.

Entonces eso hace que la gente tenga una sensación que es errada, que es muy prejuiciosa y que a la vez ese prejuicio es muy dañino finalmente para la idea que se tiene del cine chileno. De eso nosotros nos damos constantemente cuenta como cineteca porque la gente cuando se acerca, gente que va de manera puntual a la cineteca, se encuentra y se da cuenta de lo sorprendente que hay una cartelera tan variada y amplia de películas chilenas que no tenían idea que existían.

Entonces yo le diría a la gente que en verdad si hay y que trate un poco de fijarse en toda esa producción que hay detrás, que se meta a Onda Media, que se meta a nuestra misma cartelera y van a descubrir muchas películas que les van a llamar la atención porque son películas que hablan de otras realidades, de otras cosas y otros temas.

Finalmente, toda esa idea que hay detrás del cine chileno es muy dañina. Por otro lado, tampoco estoy diciendo que esté mal hablar de ese tema, sino que eso demuestra también, que es algo que

hablamos al principio, que el cine chileno se ha hecho cargo de una deuda histórica de reflexión, de hablar sobre esa circunstancia que fue la dictadura, el golpe y la unidad popular.

Creo que ha sido muy importante que el cine chileno se enfrente a eso, también la gente es prejuiciosa porque cree que todas las películas hablan como en defensa, como en atacar la dictadura, en defender, pero no, de hecho, son películas muy cuestionadoras del proceso de unidad popular, son películas que reflexionan mucho sobre el proceso, sobre la dictadura, sobre los mismos errores cometidos por militantes, entonces es aún más rico viéndolas de esa forma esas películas. Contribuyen mucho a la reflexión histórica que oficialmente el país no ha abordado de la manera que debería haberse abordado, por eso mismo seguimos discutiendo sobre esos temas.

*Con respecto a las películas que se estrenan que a veces no tienen mucha difusión. ¿Qué crees que se podría hacer para que la gente las conozca? Porque finalmente el cine chileno es muy desconocido a veces, sobre todo por los mismos compatriotas.*

Se me ocurren solo soluciones que no son inmediatas, porque las soluciones inmediatas creo que tampoco servirán, como por ejemplo aumentar la publicidad o aumentar la fusión con empresas. Es algo que no va a resultar porque ya se ha intentado y de todas formas no funciona. Además, que estamos hablando de una prensa cada vez más enfocada en la inmediatez, de enfocarse en aquella cosa que les significa más clics, pero en cuanto a la profundidad de las temáticas es cada vez más crítica la situación.

Yo solo pienso en medidas de largo aliento que implican instalar al cine como algo de base en los colegios, en los estudiantes, que empiecen a ver el cine chileno como una experiencia nueva, no solamente como ver una película que le ilustre alguna situación o algún momento histórico, sino que ver al cine como una experiencia artística que despierte sentido, que despierte reflexión, que despierte un potencial también imaginativo o imaginario, y que eso lo lleve a crear sus propias imágenes. Ahora es mucho más fácil crear nuestras propias imágenes, pero me refiero a crearlas con un sentido de autodescubrimiento.

Creo que todas esas cosas faltan de tomarlas en cuenta y cuando uno piensa en todas esas situaciones de cine como un lugar de expansión, de conocimiento, como de reconocimiento de otras realidades, y que ayuda a pensarnos a nosotros mismos. Creo que despierta una nueva forma

de pensar el cine, no solamente como un lugar de diversión, que está bien que ocurra, pero también ese factor, ese elemento.

Nosotros en la cineteca tenemos un programa que se llama “Escuela del Cine” justamente que trabaja ayudando a formar cineclubes en colegios de todo el país, son más de 300 cineclubes que asesoramos a lo largo de todo Chile, de Arica a Punta Arenas, y vemos ahí como justamente estos efectos se provocan, de ver al cine como una experiencia enriquecedora en muchos sentidos. Y cuando es cine chileno es aún más porque nos damos cuenta de que finalmente cualquier película chilena si tiene algo de valor, porque nos está mostrando una realidad que es mucho más cercana, que nos remite más directamente.

*¿Se trabaja algo cultural?*

Si, estás compartiendo algo que es común también. Aunque la película no te guste o no te guste lo que te diga, es rico igual escuchar porque no te gusta, porque nos hace conversar finalmente, te hace conversar con otros, te hace dialogar, que creo es algo que las redes sociales no están ayudando a hacer. Todos tratan de imponer su verdad, entonces en ese sentido creo que hace falta tomar más en serio el cine desde ese punto de vista y aplicarlo de esa forma desde nuestras formaciones más básicas.

Pero eso claro implica un compromiso político, un compromiso de gobierno, un compromiso educativo que no es fácil instalar. Pero, hay países como Francia que por ejemplo si existe y eso gráfica de que el cine en Francia es muy valorado por toda la sociedad, el cine francés es muy visto, se sustenta por lo mismo, es el único país donde las salas de cine siguen primando por sobre el streaming. Hay un compromiso de que el cine sirve a la sociedad, como conjunto.

*El cine no estuvo exento de los efectos de la pandemia ¿Esto produjo algún cambio permanente en la industria o hubo algún tipo de ayuda estatal para ayudar, sobre todo, a directores más “pequeñas”?*

En el momento mismo si hubo apoyo, sobre todo en cuanto a difusión, Onda Media aumentó su presupuesto para pagar los derechos de las películas que estaban saliendo, de algunas películas anteriores que esperaban estrenarse, en ese sentido hubo apoyo en cuanto a difusión.

Ha sido lenta eso sí la reactivación en cuanto a apoyar la producción, pero algo que se espera efectivamente se haga el próximo año de aumentar los presupuestos, de aumentar las películas que tengan más apoyo, no solamente de directores consolidados, sino que también de nuevos directores.

En ese sentido hay una gran señal, aunque puede cuestionarse el monto que se asigna, pero por ejemplo el banco estado ya recuperó esa asignación apoyo de películas que se estrenan, que pueda ayudar mucho en la difusión de las películas, o generan avisos publicitarios en las calles, por ejemplo. Eso se había perdido en el gobierno de Piñera y ahora se retomó, entonces si hay pequeños gestos que toman conciencia de lo importante de generar apoyo en búsqueda de reforzar esos vínculos con el público.

*¿Qué se espera del cine chileno para el futuro? ¿Se sabe que el campo ahora mismo está un poco lento, se está reactivando de a poco pero que se puede esperar de esto?*

Creo que debería esperarse una cierta consolidación de directores/as jóvenes que han aparecido últimamente y que han mostrado una sorprendente madurez en sus primeras películas. Como Claudia Huaiquimilla, por ejemplo, es algo que se me viene a la cabeza ahora, pero directores de ese tipo que ya van por su tercera o segunda película y que uno espera una consolidación y también un reconocimiento más amplio.

Creo que hay una buena, sobre todo una camada, que es bien importante sobre todo de directoras, de cineastas, que han aparecido y que tienen una voz muy fuerte, muy particular, sobre todo en el documental chileno. Pero una consolidación en ese sentido, además que son películas que no solamente tratan temas delicados o fuertes, sino que también los asumen desde una visualidad muy importante. De hecho, este jueves se estrena “Malqueridas” una película de Tana Gilbert que es una joven realizadora que este es su primer estreno largo, había hecho un par de cortos antes, unos cortometrajes muy destacados y buenos. Y ahora esta película es muy impactante, no solamente por la temática, que habla sobre madres que están en la cárcel, adopta esa temática.

Creo que justamente esa película es una muestra del buen futuro que le espera al cine chileno. Como que cada vez, siento, hay una mayor consolidación en lo que se quiere decir y frente a cómo

se quiere decir, como que la forma y fondo, tal vez los realizadores más jóvenes están teniendo un dominio mucho más acabado.

*Hace poco estuvo Maite Alberdi con varios documentales que fueron muy famosos y exitosos. A la memoria infinita le fue muy bien en la taquilla.*

Claro, la Maite trabaja de una forma que además son películas muy abiertas también, como que busca un público amplio. Eso también es muy destacable, creo que también los realizadores piensan mucho de esa forma, como llegar al mayor público posible y no quedarme en un público entendido, más específico, hay de todo igual, pero siento que cada vez es más amplia esa búsqueda de al menos intentar tener un público más amplio.

Mientras más gente mejor, pero claro, no basta con esas ganas, si también debes tener un aparataje detrás que lo apoye y lo que hablamos recién, que está muy difícil ese aparataje con medios de comunicación que son cada vez menores, que cada vez publican menos sobre temas de cultura y siempre van por el clic fácil.

*Anteriormente me mencionaste el caso de Francia, que el estado pone ciertas políticas para fomentar el cine nacional, me podrías comentar algunas y como te gustaría que esto se pudiera replicar en Chile.*

Sobre todo, con políticas que instalan al cine, a la apreciación del cine, el cine como una experiencia sensorial, artística y cultural dentro de las salas de clases. O sea, como parte del programa regular de los colegios. Y eso va más allá de poner una película y decir vamos a hablar de la segunda guerra mundial, entonces vamos a ver una escena del soldado Ryan. Va más allá de eso. Cine como algo más integral, como una experiencia más integral, más allá de ilustrar algo.

Creo que eso es un gran ejemplo, un gran modelo a seguir. Es algo que intentaba Luisa Vega con sus talleres de cine en las poblaciones. No sé si viste “100 niños esperando un tren”, intenta verla porque ella lo que hacía en esos talleres era enseñarles desde lo básico a los niños, de que es el cine, hasta como la materialidad del cine, hasta como el cine finalmente te genera un vínculo con una realidad, que, con ese entonces en plena dictadura, niños que vivían en poblaciones donde eran allanadas o reprimidas por la dictadura. Enfocaron una forma de densificar o expresar esa realidad dura en que vivían.

El cine les servía para eso. Y también para conectarse con otras realidades, entenderse un poco a sí mismos, salir un poco también de ese círculo tan oscuro en el cual vivían. Creo que esa es la forma, eso sería lo ideal, eso es lo que los franceses entendieron muy bien, por eso la gente valora tanto la experiencia cinematográfica de forma integral, no solamente como ir a ver una película de moda.

*¿El cine no es solo algo comercial? Tiene un aspecto, pero no es solo eso.*

Hay algo más y eso explica porque nos gusta el cine. A mí no me gusta el cine porque lo paso bien viendo Avengers o lo paso bien viendo la guerra de las galaxias en mi caso, que sí, fue un modo de entrar también al cine viendo esas películas. Pero, en un momento también me di cuenta de que entregaba otras cosas, entregaba más conocimientos de mí mismo, de mi entorno, de conocer otras realidades, de ayudarme a entender también cómo funciona el mundo, como que todos esos aspectos son muy valiosos.

Lo ayudan mucho a uno a ser mejor persona también, y creo que esa forma de vincularse con esa experiencia es importante desde la formación básica. Piensa tú en tu película favorita y piensa por qué te gusta esa película, no es solamente porque es entretenida, sino que quizás está hablando un poco de una realidad o de algún aspecto que te hace sentido.

*Las películas marcan por alguna razón y eso tiene que ver con varios aspectos nuestros. Por último, ¿Qué películas o directores le recomendarías a alguien que quiere empezar a ver cine chileno?*

Yo creo que es difícil, porque hay muchas películas importantes chilenas, pero creo que hay películas que siempre funcionan muy bien. Nosotros nos damos cuenta cuando las damos en la sala o nos enfrentamos con eso, son películas mayoritariamente del periodo de los 60's, del llamado "Nuevo cine chileno" como "Largo viaje", "El chacal de Nahueltoro", son películas que impactan, increíblemente aún al público de hoy.

No son para nada películas que tengan un discurso muy marcado, como la gente quizás puede prejuiciar, sino que son películas que intentaron mostrar una realidad del Chile de entonces y lo impactante es que la gente siente que son realidades que todavía repercuten hoy. Por ejemplo, en el caso del Chacal están hablando de alguien que es condenado a muerte cuando hoy en día no

existe la condena a muerte. Pero finalmente también está hablando de un ser despojado de una sociedad, abandonado socialmente, que finalmente comete un acto horrendo, sin saber mucho lo que está haciendo.

Hoy día eso puede sonar muy cercano, con las noticias que vemos diariamente. También yendo incluso más atrás funciona muy bien como entrada ver “El húsar de la muerte”, una película que va a cumplir 100 años el próximo año, una película sobre Manuel Rodríguez que cuando uno la ve se sorprende mucho de que una película chilena tan antigua tenga ese efecto en uno, y tenga también ciertas conexiones con nuestra propia identidad. Entonces recomendaría eso y creo que de ahí para adelante es más fácil abordar y enfrentarse a películas chilenas. Creo que son películas muy derribadoras de prejuicios.

#### **Anexo 4: transcripción de la entrevista a Allan Fuentes, estudiante de cine**

*¿Qué te atrajo a estudiar cine?*

Estudí en Rancagua. Yo soy de ahí. En la enseñanza media me metí en un taller de cine y ahí me introduje específicamente en lo que era el cine.

*¿En qué consistía el taller?*

Hacíamos cortometrajes igual, grabábamos cosas del liceo, actividades, y todos los semestres hacíamos un pequeño cortometraje. Y bueno viene desde antes el gusto de ver películas, pero pasa que yo no sabía que era algo que se podía estudiar. Y en la media me di cuenta de que estaban estas opciones como de estudiar y sentía que era algo que se me daba bien.

*¿Cómo encontraste la información?*

Yo tenía una conocida que había entrado a estudiar cine en la Universidad de Chile igual, y para mí era como: “que raro, cine”. Pero así me enteré.

*¿Tienes alguna película o director que te haya inspirado para empezar a estudiar cine?*

Cuando más chico veía películas como un pasatiempo no más, sin ninguna pretensión artística, pero después cuando empecé a ver sistemáticamente películas, cuando ya sabía que iba a empezar

a estudiar cine, Scorsese es un director que me gustó bastante, siento que tiene algo de autor y de comercial, que son películas que puede ver cualquier persona y la puede pasar bien viéndola.

*¿Qué sabes sobre cine chileno?*

Con un compañero tenemos un proyecto que es una página de Instagram en la que hacemos revisiones sobre cine chileno, y hemos estado yendo a la biblioteca nacional a sacar material como de diarios o revistas, como de las premieres de ese entonces, así que me adentrado en ese mundo hartito, sobre todo por esto que dice todo el mundo de que el cine chileno es malo o que solo habla de dictadura, o que todas tienen escenas subidas de tono, o que son comedias como burdas, quizás si es como la constante, pero yo creo que si hay producciones que se escapan de esos lineamientos. En realidad, si uno busca las estadísticas no es verdad que todas las películas son como de dictadura. Es como el 20%, no es tanto, pero siempre son esas las que tienen más pantalla, en televisión o en los medios tradicionales.

*¿Ese proyecto nació como una forma de desmitificar algo sobre el cine chileno?*

Nació porque siempre me ha gustado el cine chileno, pero el que todos conocen en realidad como las de Pablo Larraín, Machuca de Andrés Wood que son los que han tenido más éxito desde el 2000 en adelante, pero claro, fuera de esos dos realizadores hay todo un mundo de otras películas buenas nacionales. La otra vez con mi compañero revisamos una película de los años 40 que se llama Hollywood es así y ahí los realizadores tratan de imitar el Hollywood de esos años y está super bien conseguida, es una comedia y es divertida de ver y es super buena en realidad, son cosas que no se conocen casi nada.

*¿Cómo definirías el cine chileno?*

Es difícil ver cine chileno de buena calidad o que sea bueno en general, porque en calidad técnica todas las producciones se ven y se escuchan bastante decentes, cosa que no pasaba antes, pero yo creo que el problema del cine chileno es que hay una falta de identidad en las películas nacionales. Se dice hartito que casi siempre son de una élite o que se sabe de qué clase social son solamente viendo las películas. Son de la clase alta y cuando hacen representaciones del chileno de clase media o del flaute no lo hacen bien y al final son como caricaturas. La gran problemática del cine chileno es que una persona común y corriente al ver una película le va a costar sentirse identificado

con lo que está viendo en la pantalla, que es algo que no pasa en el cine argentino, que yo creo que la gran industria del cine latinoamericano está en Argentina.

*¿Y la falta de identidad en cuanto a la temática y estética de las películas?*

Puede ser, pero yo creo que cada vez es menos y cada vez se le da más pantalla a realizadores que hacen cosas más cercanas a la gente. Pero de nuevo, ese mito de que el cine chileno solo habla de dictadura o que de lleno es malo como que hace que desde los 2000 en adelante la gente ya no vaya a ver cine chileno al cine, como que los últimos grandes éxitos fueron Sexo con amor y esta película de Stefan vs Kramer. Yo creo que Sexo con amor tiene un valor artístico siendo una comedia o no, no sé las de Kramer, pero la gente ahora prefiere pagar cinco o seis lucas por ver una película hollywoodense que sabe que va a ser en el peor de los casos entretenida, en vez de ver una película chilena que la pasan super tarde en la noche y que va a ser latera o lentas o fomes. Yo creo que si ya está como ese sesgo de que el cine es malo, es difícil arreglarlo o hacer que la gente vaya a pagar un boleto de cine para ver una película nacional.

*Muchas personas dicen que a los realizadores les falta calle y no saben representar bien algunas cosas, pero ocurre lo contrario con El reemplazante que sí lo hizo bien y por eso pegó tan fuerte.*

Estoy de acuerdo, y creo que en cualquier caso de que uno quiera hacer una película de un sector sociocultural que uno no conoce, yo creo que uno siempre puede hacer esa pega de investigación o los actores que contrates deberían o pueden ser parte de ese sector si es que no te sientes capacitado de representar a un sector sociocultural, siempre te puedes informar, va más que nada por el hecho de hacer la pega. Como que Maite Alberdi cuando hace El agente topo o esta película de niños con Síndrome de Down, probablemente ella no tenía idea antes del tema, pero se hace una investigación, se va a conocer a los personajes, que es algo que quizás los realizadores de ficción no hacen tanto.

*¿Crees que el cine chileno es entretenido o piensas que tienden a ser un poco pretenciosos?*

Si, es que creo que las temáticas son monotemáticas y falta comedia a veces, y los exponentes de comedia que había no eran tan buenos y estaban involucrados en polémicas, Entonces solo hay drama y temas como densos, y no para ir un domingo a distraerse a ver una película, que puede ser

ver algo para distraerte o algo que te haga pensar, pero hay que ampliar el espectro de cosas que se pueden ver y para todos los gustos.

*¿Qué opinas de los humoristas que hicieron películas?*

Creo que si un comediante quiere hacer una película es importante que el equipo tenga que estar bien elegido. Yo no las he visto, pero sé lo que se habla de ellas, que son malas o que tienen problemas de guion que es algo recurrente. Pero por ejemplo Boris Quercia que viene desde el mundo del teatro lo ha podido hacer bastante bien, como por ejemplo con *El rey de los huevones* y *Sexo con amor* que son dos comedias que están como bien, que es un balance entre comedias y algo serio.

*¿Cómo crees que el streaming afectó al cine chileno?*

Para una industria que es tan pequeña como el cine chileno fue una ayuda ya que hay hartas cosas que son para streaming nacionales o gente pudo ver cosas que no pudo haber visto en el cine, por ejemplo, la trilogía de Sayén, que te puede gustar o no o puede que tenga varias fallas técnicas, pero harta gente la vio, o estas series que se hicieron, o Piola que se lanzó para streaming en pandemia que es una de las mejores. Yo creo que fue una ayuda para el cine nacional, harta gente que no hubiera ido a verlas al cine, las vio en streaming porque en el peor de los casos de que no te guste, la sacas no más.

*¿Qué opinas de Ondamedia o de plataformas enfocadas en cine chileno?*

Son buenos ejercicios y repositorios de cine chileno. Uno siempre que quiere ver una película chilena es ideal que esté en algún lado porque antes no pasaba y solían estar en YouTube con una calidad no tan buena así que es una muy buena aplicación, faltan hartas cosas claramente, pero están la mayoría de las películas que uno podría reconocer del cine nacional.

*¿Cuáles son los mayores desafíos a los que te has enfrentado como estudiante de cine?*

Es como una crisis vocacional. Yo creo que igual pasa. Hay compañeros que siempre se van en primer o segundo año y uno siempre dice como que la vieron antes que nosotros no más. Es difícil estudiar cine, por eso, porque uno sabe que saliendo de la carrera vas a trabajar en la tele o de freelance. Pero es difícil que cuando salgas digas, voy a hacer películas. Nadie piensa así, pero si

alguien lo hace es un poco naif. Siempre uno puede pensar postular a los fondos, pero es difícil, uno sabe que saliendo no vas a tener un trabajo estable en un buen rato. Yo creo que todos quieren hacer películas. Si estudias cine es por eso. Y la opción es esa, los fondos. O hacer algo de bajo presupuesto solo por hacer una película, y eso es lo otro, es muy complicado hacer cine en Chile desde cualquier vereda porque en el peor de los casos la vas a hacer y no la va a ver nadie o muy poca gente, con lo complicado que es hacerle, buscar el financiamiento, la gente, y la distribución como en festivales, en Netflix o en la tele, son varias barreras que la gente que hace películas tiene que pasar.

*¿Y es poco motivante eso?*

Si, todo el rato. Uno tiene que ser realista y las escuela deberá encargarse de eso. Así como: “oye tenemos una tarea difícil saliendo de aquí”. No te las cantan tan claro al principio o uno no lo piensa, pero cuando te acercas al final de la carrera te preguntas: qué voy a hacer después. Siempre hay opciones y uno tiene que ser realista, siempre se puede trabajar en la tele, en publicidad, en comerciales. Yo ahora último he hecho varios videoclips y eso igual salva, pero está difícil.

*¿Tienes algún sueño que te gustaría cumplir en tu carrera?*

Yo creo que hice todo lo que podría hacer en la carrera, hice cortos con equipos grandes, me falta solo hacer solo el guion de egreso que igual es difícil porque solo aprueban cuatro proyectos y hay ocho postulando. Yo espero lograr ganarme ese fondo en la escuela, hacer mi proyecto y que le vaya bien en algún festival. Eso también me ha hecho editar cortos de mis compañeros. Y ahora los mandaron a festivales, como al de Valdivia o al Sanfic. Lo mejor como estudiantes es hacer un proyecto de escuela y que te vaya bien en algún festival para obtener algún premio monetario o que te haga lo suficientemente visible.

*¿De qué forma te gustaría que el estado ayudara al cine chileno?*

Yo creo que hace hartos y suficiente. Es difícil porque siempre hay harta gente que quiere hacer cosas, pero se destina harta plata en fondos de cultura o realización cinematográfica. Tengo un profe de cine latinoamericano que decía que son hartas lucas las que uno recibe con un fondo, pero en el peor de los casos obtienes la plata, la haces y no la ve nadie. Yo no sé si pediría al estado que entregara más fondos para obras que no las va a ver nadie. Quizás esos fondos se tendrían que tirar

como en la creación de espectadores para talleres de cine y que la gente las valore, pero desde los colegios. Creo que, si una persona en una etapa temprana aprende a valorar el arte, cuando sea grande igual paga una entrada para el cine nacional. Igual se hacen varias películas, más que en Colombia, no se las estadísticas, pero Chile es un buen productor de películas, solo falta que la gente las vea. Como te decía, las películas chilenas las pasan bien tarde en la noche, entonces es difícil igual como que la gente diga: que ganas de ir a ver una película chilena un viernes a las 10 de la noche. Falta una cuota de salas para películas nacionales. Que no pasen las funciones chilenas tan tarde, sino que nadie las ve. Si las ven mil personas es un éxito y eso igual no es nada. En México hay eso o en Argentina, como cupos para el cine nacional.

*¿Se puede llamar industria del cine chileno?*

No. Yo no creo que haya industria en Chile. No sé si la vaya a haber en algún momento. Lo más cercano es Fábula, pero tienen un monopolio de la producción, tienen oficinas en México y Larraín ya está instalado en Hollywood. Pero aquí queda mucho porque es difícil que se genere esa audiencia. En Argentina por ejemplo la gente va a ver películas nacionales porque son rentables y tienen sentido a nivel económico. Pero si gastas 120 millones en una película y la ven 14 mil personas, no sale a cuenta invertir eso que ni siquiera te da a cuenta para recuperar lo que ya gastaste.

*¿Qué opinas de los festivales que hay en Chile?*

Es más cerrado, de nicho, la gente que va a esos es gente que trabaja en cine. No sé si gente común y corriente que está metida en la industria del cine como que vea películas. Ayuda a nivel monetario porque a veces se premia con dinero, o ayuda a visibilizar, pero no sé si nacionalmente, esas películas más conocidas a nivel internacional son porque se asociaron con Fábula y ellos se pueden dar el lujo de mandarla a Cannes o los Oscar. Si te mandan a los Oscar demás qué te van a ver al cine, pero no siempre pasa. Con la Mujer Fantástica no pasó, que fue a Hollywood y tampoco le fue tan bien en la taquilla a nivel nacional. Pero son casos puntuales. Si te va bien en el extranjero y estrenas acá en Chile, igual tienes oportunidades.

*¿Qué películas o cineastas recomendarías a alguien que quiere empezar a ver cine chileno?*

Diría Pablo Larraín, pero es un caso aislado. Está Claudia Huaiquimilla de Mala Junta o Mis hermanos sueñan despiertos que tiene un grado de compromiso social y son aciertos a nivel de cine. Maite Alberdi también, a la gente le gustan sus películas. Los Colonos igual es buena. Matías Bize también que se mantiene hasta ahora y le va relativamente bien, es un buen realizador.

#### **Anexo 5: transcripción de la entrevista a Orlando Lübbert, profesor y director de cine**

*¿Qué importancia cree usted que tiene el cine chileno para la ciudadanía en general?*

Esto se ha hablado bastante, hubo un tiempo en que eso fue un gran tema, la función del cine. la función social del cine, pero además una función que es muy básica que tiene que ver con la formación de identidades, es el ejercicio de mirarse al espejo también. Tiene que ver con el ejercicio de, que normalmente en la formación de la personalidad y del carácter de las personas, siempre se habla del otro, de que se forma, eso dicen los psicólogos, se forma en contacto y a veces contrario también del otro.

De alguna manera en la vida social, en la vida común como el colegio o distintas situaciones que nosotros vivimos y socializamos, hay procesos muy fuertes de identidad, de generar una identidad propia. La mía se forma en función del otro también, el reflejo que yo tengo, el primer espejo que son los otros, el otro. Lo que le pasa al otro también, el intercambio, la comunicación, eso es básico para la formación de la personalidad y en general de la identidad humana.

Creo que el cine tiene esa función ya a niveles sociales, ya a nivel de la sociedad completa. Nos permite darnos cuenta de cosas de distintas maneras, todo lo que significa la narración, el relato, involucra también un ejercicio de ponerse en el lugar del otro, empatía, y muchas veces, grandes aprendizajes que te los da el cine, y no la sociedad y el colegio. Fíjate que yo recuerdo que, nosotros en la época previa al golpe, una de las cosas que nosotros no teníamos era decir “que mierda es esto” que se nos viene encima no, la amenaza era permanente, se sabía que iba a venir un golpe militar, pero no se sabía la forma que iba a tener, no había ningún referente.

Y había una película que logramos alcanzar a ver que era “La batalla de Argelia”, que es una película de Gillo Pontecorvo. Y esa película fue un tremendo, para muchos, yo hablo de parte mía

pero también de muchos amigos que la vimos, porque esas películas se veían en proyección de cine, en salas como las de la biblioteca nacional, donde había una sala de cine chiquita que tenía un proyector de 100 mm, no era como hoy en día con el video que es muy fácil ver cine, en esa época era un ejercicio de ir a ver esas películas, de conectarte con el tema en este caso, y el tema del golpe militar y la represión en La Batalla de Argelia es notable, notable, muy terrible pero notable desde el sentido que en un momento teníamos un material referencial para poder decir bueno, aquí esto hay que prepararse porque lo que viene es terrible.

Entonces eso es en muchos aspectos el cine, tiene una función antropológica diría yo, el hecho de verse... Recuerdo que alguna vez, cuando las películas chilenas Raúl Ruiz, Palomita Blanca, ese tipo de películas que hacía muy con sello antropológico Raúl Ruiz y otras películas más, en relación por ejemplo al hablar chileno, la gente iba a ver películas chilenas o tenía al principio un gran problema de enfrentarse a películas donde hablaban en chileno cotidiano, porque la gente estaba acostumbrada a ver películas que hablaban en inglés, las películas con subtítulos o mexicanas, que hablan español pero de otra manera. Entonces verse reflejado ahí fue al principio, te digo por los años 40, cuando surgieron algunas películas que podríamos decir que tienen ese efecto de rebote, de ver que existía un lenguaje que era nuestro que era digno de aparecer en una película, eso ya era un elemento importante.

Hay varias cosas que tienen que ver con el tema del cine, el verse... Fíjate que ver cine latinoamericano, que en Chile no se ve, no existe, las cadenas distributivas todas las manejan los gringos, las programaciones de las películas se hacen en EE.UU. en Los Ángeles, Nueva York, distintas ciudades, pero no en Chile, nosotros vemos lo que ellos quieren que nosotros veamos. Entonces hay una cantidad de películas que no vemos, películas europeas, por ejemplo, muy buenas pero que no llegan porque las cadenas norteamericanas no les interesa o no quieren copar el mercado con sus películas. Pero luego también está el cine latinoamericano que no tiene ni cabida en esa distribución, y nosotros desconocemos gran parte de este cine y es una lástima porque este cine tiene obras maravillosas, que nos acercan mucho más.

Hay un déficit en ese sentido que tiene que ver con la distribución, en cuanto a que por ejemplo sería muy notable que en América Latina se conocieran en Bolivia películas chilenas y en Chile películas bolivianas que hay algunas muy buenas, impresionantes. Nos ayudaría muchísimo a comprendernos entre nosotros, porque una cosa son los discursos políticos y otra cosa son

compartir cotidianidades, cosas que compartimos con ellos, temores que compartimos, hábitos, el tema de la comida, por ejemplo, que con los peruanos se da de manera más fuerte, pero ¿qué más sabemos de los peruanos nosotros?

*En ese sentido, ¿Usted dice que el cine tiene una función social también? ¿No solo de ver otras realidades, sino también de ver nuestra propia realidad representada?*

Por supuesto, el efecto espejo. O sea, tú haces consciencia de ti mismo, a través de reflejarse en otros. En un momento determinado de la adolescencia, sobre todo donde se forma en definitiva el famoso yo, del cual hablan mucho los psicólogos también, y se forma por el otro, el otro te ayuda a esa formación. ¿Por qué?, porque hay una edad que ustedes pasaron, que todos pasaron por eso, que es una edad compleja, en que lo más importante es la imagen que nosotros proyectamos en el otro.

Tengo hijas que ya tienen sus años, pero tengo muy fresco el momento de la adolescencia, y una de ellas se cambiaba el color del pelo, pero no sé cuántas veces se lo cambio, porque son esas fases. ¿Qué imagen proyecto? Acomodar, el espejo es un gran aliado o enemigo, que te salga una espinilla en la nariz es terrible, es un drama digno de Shakespeare, ese tipo de cosas, porque es una dimensión de la adolescencia es una dimensión compleja, muy rica pero muy compleja y en ese momento se forma. El niño de tres años Pedrito dice, cuando dicen quien rompió esto, Pedrito lo rompió, no habla de él, no dice yo, el yo no existe todavía, no se conforma. Y el yo definitivo se asume en una edad, por algo en algunos países, los luteranos, por ejemplo, se celebra a los 14 años, se celebra una fiesta como la primera comunión de los católicos, y que es una iniciación, es decir, es la madurez. La película los 400 golpes, se llama así por un dicho francés que dice que son 400 los golpes que tienes que darte para madurar, a porrazos. También hay una película que se llama If, una película inglesa, y se llama así por un poema de Moan que habla if, el if condicional, if you if you are a man, entonces tiene que ver y esa película también con el tema de la madurez. Hay mucho cine maravilloso, El Graduado, que tienen que ver con esa etapa. Pero porque me refiero a eso, porque el cine es el arte de la representación, de la representación humana. Si nosotros vemos en el cine, algo que no tenían las civilizaciones anteriores, que es un panorama completo de todas las civilizaciones, de cómo comen, como viven, como aman, como piensan, etc.

Lo que pasa es que de ahí el manejo de las comunicaciones es tan importante y terrible porque en el fondo se maneja con intereses de otro tipo, y nosotros ignoramos absolutamente lo que es un pecado capital en la cultura latinoamericana.

*Anteriormente tocó el tema de la distribución ¿Qué cree que se podría hacer para mejorar la distribución del cine chileno y en general del cine latinoamericano?*

El cine es una mercancía. Te cuento algo que nos pasó hace varios años atrás, bastante tiempo, en la época de Lagos. Estábamos a punto de firmar, Chile estaba a punto de firmar el tratado de libre comercio con Estados Unidos, que para Chile era muy importante, para el gobierno de Lagos. Y de pronto me llama, recuerdo que era verano, y me llama Caiozzi y me dice mira: somos los dos únicos cineastas que tenemos algún peso en la industria chilena para poder hacer algo, porque me acaban de llamar amigos, que saben esto que está pasando con Chile con el tratado y me advierte lo siguiente: Toda la ayuda estatal que nosotros tenemos para el cine, que es una ayuda vital, el cine chileno no se hubiera hecho sino hubiera sido por esa ayuda del estado, que existe en Francia, existe en países que tienen una cultura desarrollada, donde la cultura es incentivada, porque la cultura no puede competir con el mercado, es una estupidez.

Pero bueno, y me dice, resulta que para EE.UU. la ayuda estatal al cine es considerada un Dumping, es decir, lo que acusan a China siempre, que el estado les mete plata a las producciones. Claro, porque hay una concepción filosófica ya a estas alturas del cine, que para Estados Unidos es una mercancía. Por ejemplo, en EE.UU. los productores son los dueños de la película, y el productor te echa al director cuando quiere.

En Chile nosotros tenemos una noción, que tiene ventajas y desventajas, que el director es el dueño de la película, y muchas veces el mismo productor, eso se cautela. El director también a veces es el guionista, entonces dentro de un modelo de cine de autor que es el modelo francés, existe todavía en muchos países latinoamericanos, existe no porque se haya buscado ese modelo sino porque era el único modelo posible por lo precarias de las producciones y las constelaciones de realización del cine en que eso prácticamente se da por sí solo.

Pero, si Chile firmaba eso nos jodíamos. Había que pararlo, había que mover a los que estaban negociando en un hotel en NY, imagínate, estaba el hijo de Lagos también ahí metido, y estaban

discutiendo esto, pero ellos no tienen idea de cine. Entonces iba a pasar colado esto, iba a ser una cosa por la letra chica (por decirlo así) y nos íbamos a asombrar cuando ya era muy tarde.

En ese momento, hicimos lobby, fuimos a Valparaíso, a la cámara de diputados, con políticos, yo me enfrenté con una señora, fue una discusión y fue un empuje bueno porque en un momento determinado le llegó eso a NY, la alarma. Llegó a esta gente y lo que lograron fue dejarlo en el aire, pendiente, no eliminarlo que debiera ser lo correcto. Pero ahí entras en una discusión complicada porque Chile es enano al lado de EE.UU. por algo nos dieron el golpe, si nos manejan toda la política, todo.

Entonces imagínate, Chile, tratando de poner ese principio en, que era un principio importante de la defensa de nuestra cultura, considero yo. La relación, el vínculo, entre el estado y la cultura, todos los países que han avanzado en la cultura son gracias a eso, ese ha sido un tema y la distribución tiene que ver con eso.

Yo tuve una experiencia con “Taxi para tres”, que le iba muy muy bien, se llenaban los cines, yo iba mucho con Daniel Muñoz y los actores, hablábamos con la gente y para los actores era muy gratificante conversar con la gente y ver el éxito que tenía la película. Pero en un momento determinado amigos me decían oye fui a ver tu película y no pude entrar. Sospeche y fuimos, Cristian Galaz me estaba distribuyendo la película, y fui con Cristian, yo mismo en un auto viejo que tenía en esa época, me tenía que ir a todos los cines donde distribuían películas, o sea, ir a Puente Alto y a lugares increíbles. Y descubrí que “Taxi para tres” la habían mandado a las salas chicas, me cayó desde EE.UU. el planeta de los simios que venía con toda la publicidad, toda la publicidad que había colgada la habíamos puesto nosotros con mucho esfuerzo, si cuando la película se estrenó nosotros no teníamos plata, luego tuvimos porque entro dinero, pero en ese momento no teníamos.

Entonces los afiches y las cosas que mandamos a hacer nosotros mismos las íbamos a poner, pero la habían sacado y habían puesto El planeta de los simios, tú entrabas y estaba lleno de simios. Entonces claro tú decías, a ver, la mano del llamado imperialismo que es real nos cayó a nosotros, entonces claro debilitaba la posición de la película en el cine

*¿Cómo ha sido su experiencia personal en cuanto a la difusión de sus trabajos?*

Lo que pasa es que yo hice dos películas de ficción y muchos documentales en Alemania, los documentales los hice para la televisión alemana que es muy importante, es estatal y es muy buena, espero que siga así. La televisión coproduce, la tv estatal también, coproduce cine con privados, entonces las dos películas que yo hice fueron así con coproducción. Y la distribución se hizo por vías normales, no en las cadenas.

Hay muchos cines en Alemania, se han cuidado de algo fijate que aquí es una pena, yo paso por distintos lugares, en Irarrázaval por ejemplo hay varios de esos cines, que eran espectaculares. En Alemania esos cines en general, que tampoco eran tan grandes como acá, porque el modelo que había acá era como el gringo con tremendas salas. Había cines pequeños, pero todo el barrio tenía uno o dos cines, y los han mantenido con plata del estado, y en algunos lugares de EE.UU., Los Ángeles, San Francisco, descubrí que también se había hecho algo así, no masivamente pero sí había muchos cines que, de alguna manera, la cultura de ir al cine se había protegido con plata, en el caso de Estados Unidos no sé, pero en Alemania con plata del estado, es parte de la cultura y se protege.

De hecho, tanto es así que en el festival de cine de Berlín muchas películas se dan en esos cines también, entonces les entra plata por otro lado, o sea no reciclan, la cultura de ir a ver cine es algo que lo han mantenido vivo y en Francia es lo mismo. Son países que tienen otra mentalidad y otra aproximación al cine.

La distribución general en América Latina está en manos de... cosa de investigar nomás. Aquí hay (o había) una sala en el Cine Hoyts que era de películas latinoamericanas y algunas películas que, que no sé cómo llamarlas, son películas que no, por ejemplo, de algún tipo de éxito, pero latinoamericanas, por ejemplo.

Hace poco atrás mi hijo que vive en Berlín, en Alemania, me dice oye papá hay una película muy linda que se llama "Pride", en Chile no se conoce, y me la conseguí, porque tengo unos amigos dealers de esa época del DVD, sino fuera por él, habría muchas películas que no hubiéramos visto. "Pride" es una película que me consiguió y es fantástica, con el tema LGBT, pero no con la onda del cuchillo desgarrado, es una comedia tremendamente bella en Inglaterra, un hecho real que pasó. Los grupos de esos años, estoy hablando de los años 60's, digo 70's.

Me acuerdo de esto porque yo fui a Inglaterra el año 76, estaba viviendo en Berlín y fui a Inglaterra cuando estaba preparando la película sobre Colonia Dignidad, y hacían esas colectas, los grupos gay hacían colectas para favorecer la huelga que fue tremenda de la señora Thatcher, la amiga de Pinochet, que fue de las minas de carbón de Gales que las cerraron todas de un día para otro, y dejó a la gente en la calle y la miseria más grande, se hicieron varias películas en relación con eso. Full monty es una película que se basa en eso también y varias otras más, Billy Elliot y otras más.

Y resulta que la historia cuenta esa colecta que estaban haciendo, cuando ya tenían bastante dinero, habían juntado mucho para los mineros, deciden ponerse en contacto con los mineros para entregarles el dinero. Y ellos les hacen ver que no reciben plata de “maricones”, entonces ellos agarran un bus viejo que tenían y parten a la mina y se enfrentan ellos mismos a... Es una película extraordinaria, llena de idas y dinámicas, entretenida y con un temazo. Bueno, esa película no se vio nunca en Chile, nunca, no existió. Yo pensé que la iban a dar, de pronto en estos cines, o películas de éxito, pero sobre todo películas que eran distribuidoras norteamericanas.

Aquí hay un tema muy importante que no se recalca mucho, de cómo hay una ceguera cultural derivada de la dependencia colonial que tenemos con Estados Unidos. Entonces no ha habido acá distribuidores de peso que hagan ellos importaciones directas, porque no hay plata, no hay incentivos. Uno de los incentivos más importantes debiera ser, y ha sido incentivo también, los fondos del cine de alguna manera para distribuir películas, pero no hay una fuerza distributiva o una conciencia por último tampoco de que la distribución es importante. Como tu decías, es muy importante sin discusión, las películas quedan... y en cine para qué decir.

Yo hice una película, la primera en realidad, porque la hice el año 85-86, sobre Colonia Dignidad en Alemania, que no tenían idea que era, no se sabía. La hice, fue un impacto muy grande la película, fue una de bajo presupuesto, la televisión se logró meter, pero no con mucho dinero. Pero bueno logré parar la película con muy buenos actores alemanes, con algunos actores chilenos, algunas escenas ambientadas en Chile las hice en España, logré hacerlo con mucho esfuerzo. La película causó un impacto porque no se sabía, me decían que era mentira lo que estaba contando ahí, tuve que defenderme y tenía los argumentos porque tenía harta información y apareció otra gente que había hecho conciencia sobre esto, alemanes que estaban cometiendo crímenes en Chile y ellos no lo sabían.

Llegó a Chile con la película y resulta que Paul Schaffer se escapó a Argentina, yo creo que lo dejaron escapar, alguien cerró un ojo o dos y lo dejaron escapar, él ya estaba acusado, se sabía quién era ese señor y se había arrancado, no se sabía dónde porque tenía una red de protección muy grande y mucha plata.

Resulta que de pronto se me ocurre mandarle a TVN, que es el canal estatal, la película. Yo había hecho una versión subtitulada en español. Entonces la mando (en VHS) y la gente que trabajaba ahí me llama, los subalternos del jefe o del director, y me dicen “tendríamos un rating del 100%”, es la película, es el momento de dar esta película. Les conté cómo la había hecho, la tenía guardada, había que hablar con alguien de la TV alemana seguramente... Y el director, Cortázar, un hombre de derecha demócrata cristiano, aparentemente en esos años, la vio dos veces (yo eso lo supe después) y después ni me contestó, nadie.

Todo el equipo que la vio con las pepas abiertas, diciendo chuta es la película para este momento, y te das cuenta cómo todo se complota para que el señor Paul Schaffer, que había vivido tantos años en Chile e hizo y deshizo en el país, la red de protección que tenía, ese es el país en que vivimos.

*Y eso en democracia ya.*

Claro, en democracia. Pero es que, en democracia, hay elecciones, eso es lo más relevante de la democracia, pero este tipo de cosas, sobre todo en la cultura, es muy fuerte. Hay un colonialismo muy fuerte en todo lo que hacemos... Además, en la escuela de cine que yo trabajaba acá todos querían irse a EE.UU. o afuera. La meta es triunfar afuera, vale callampa Chile. Pero si todos piensan igual nunca vamos a desarrollar el cine acá

*Con respecto a la labor del Estado ¿Cree que se ha hecho lo suficiente? ¿el Estado debería aportar más a la cultura, al cine nacional o falta todavía?*

Fíjate que en la época de Frei padre hubo una ley que era extraordinaria, en que se hicieron muchas películas, se hicieron varias películas para la época, no había cine casi, yo creo que el “Chacal de Nahueltoro” es profíto de eso. Que era un impuesto a las entradas del cine, la gente iba mucho al cine, el cine era realmente un evento social, en todas las plazas de Chile había un cine de estos que yo te contaba antes, que hoy día son bodegas, son negocios, son otra cosa, los destruyeron.

A veces estaba la iglesia al otro lado y el cine acá, eran instancias muy importantes de cualquier pueblo. Eso desapareció y... el problema está en que quedó... hoy día te digo la situación que hay en general es muy depredada, no hay... primero que ya desapareció un público, el público se fue escapando a otras cosas, se fue yendo primero al video. Una de las cosas que yo considero que más impactó, el primer golpe más fuerte que hubo fueron los plasmas, estos televisores que eran relativamente baratos, o sea, cualquiera podía tener un microcine en su casa, algo que era un lujo no. Había gente rica que tenía microcine en sus casas en el barrio alto, pero podías tener una tremenda proyección en tu casa y eso cambió totalmente.

Como el cine era caro y etc., eso fue jodiendo al cine. Y el Estado fue... No hubo una política nunca clave, toda la política que yo les contaba de Frei, que fue muy buena, siempre han sido oleadas, momentos del cine chileno. De hecho, en las reuniones que hemos tenido con cineastas latinoamericanos, una de las escuelas que siempre se recuerda es que el cine latinoamericano siempre “renace”, el “nuevo cine latinoamericano”, el “nuevo nuevo cine latinoamericano”, ya prácticamente todo el cine renace cada cierto tiempo no.

En la época de “Taxi para tres” hubo varias películas, “El chacotero sentimental”, varias películas que tuvieron un momento, (inentendible) de premios y éxitos, y ahí se hablaba ya del nuevo cine, pero eso necesita de una política cultural sostenida y la conciencia (la suerte) Lagos era un tipo que pensaba en la cultura, por lo menos, y algo hizo. Pero las leyes del fondo del cine se impulsaron ya en esa época con esos éxitos, ayudó a que se sacaran ciertas leyes, pero igual no hay los fondos... yo este gobierno no veo que se haya apostado por fomentar la cultura.

*Nosotros hablamos con Marcelo Morales, director de la Cineteca y nos comentaba la labor educadora del Estado para fomentar el cine chileno desde los colegios ¿Cree que esta podría ser una política sostenida que se podría implementar?*

Existe algo así. Fíjate que es muy bello eso. Yo en mi última película “Circo” automáticamente por haber hecho la película, haberla estrenado, el Estado te agarra y te dice mira: te ofrecemos esto y esto otro, que significa que ellos tienen un convenio del cine chileno mostrárselo a niños prácticamente en la mayor cantidad de escuelas, tienen convenios colegios. Para darte una idea, por ejemplo, en Rancagua, yo me trabaje en partes más cercanas, que yo podía hacer algunos días a veces, a veces iban mis actores para allá y para acá, porque eran estrenos con niños de colegio,

niños en cuyos colegios había un curso de apreciación cinematográfica también, o sea, existe esa iniciativa.

El ministerio de educación tiene esa instancia y he tenido, para mí, uno de los regalos más importantes, fui con la película a un par de festivales y todo eso, tuve un viaje por varios países de Europa también, pero lo increíble fue ver esas películas con esos chicos. Chicos del colegio, creo que fue en Rancagua o por ahí... Estábamos en el cine y llegan los buses y se llena la sala, se llena la sala con estos chicos que vienen de la mañana muy temprano, viajan desde la cordillera, son pueblos o ciudades, se suben a unos buses y los llevan, les dan un desayuno y luego ven la película. Y luego de la película hay una conversación, y ahí interviene en ese caso yo, que me encanta hablar de esas cosas. Y se produce una conversación de la película y que se yo...

Ese es un regalo maravilloso para un director de cine y es una iniciativa muy buena. Pero ahora que pasa, eso es limitado, eso debiera ser permanente y debiera ser más parte del currículum, debiera ser...

*Es una instancia excepcional.*

Claro, y muchas veces depende de los profesores... de historia o que se yo de repente... Debieran ser un elemento importante en el currículum de los colegios. Hay muchos colegios privados que tienen plata para hacerlo y lo hacen y funciona, pero esta idea de que niños, niños que ven pura tele (si hay un opio es la tele, que además es mala, muy mala. La tv chilena se fue al diablo, tuvo algún momento así pero mal) pero ahí hay un déficit muy grande en eso, iniciativas que... Se sigue viendo al cine como algo que está, que, por ejemplo, cuando vino el golpe militar se cortó toda la ayuda al cine por supuesto, con un argumento muy parecido a cuando se dejó de producir azúcar y quebraron todas las empresas que producían azúcar en Chile, de remolacha, etc. Para qué producir si el azúcar tú la puedes comprar mucho más barata en el mercado.

El mercado te está ofreciendo azúcar que la puedes traer de cualquier lado hoy en día... Que se yo, la globalización, ya se estaba hablando de eso. Y en el caso del cine el argumento era mucho más terrible, para qué hacer si los gringos hacen mejores películas y son más entretenidas, y son más baratas. porque las compras... Ese era el criterio, para que hacer cultura si la cultura ya sola

la compramos, es decir, el tema de cómo la cultura se accede como de la misma forma se accede a un producto. Eso es lo que te decía antes, para EE.UU. el cine es un producto comercial.

Me invitaron a un festival en Monterrey, en México, y pude dictar unas charlas, unos cursos, fue maravilloso. Y había un encuentro de cineastas mexicanos, y me invitaron también. Yo viví un año en México, trabajé en la escuela de cine de México, fue una experiencia muy linda, yo tenía varios amigos ahí me encontré con ellos y en un momento determinado se habló... el cine mexicano estaba en una crisis muy grande en ese momento y yo conté que nosotros acabamos de firmar un acuerdo comercial con Estados Unidos y me dicen: “dios los pille confesados”. Me empiezan a contar la historia, que yo la conocía del cine mexicano, el cine mexicano había irrumpido, pero con una fuerza con ayuda estatal, plata estatal. Películas extraordinarias con temas extraordinarios, grandes películas, venía tirando para arriba.

Y de repente pum, se para, pero totalmente, totalmente. Y los directores emigraron, los que podían, a EE.UU. porque en ese país existe una demanda por los mexicanos porque hay una población mexicana muy grande, latina, entonces son películas un poco para ellos. Los dos buenos directores se fueron para allá y se jodió el cine mexicano, jodió.

Entonces de alguna manera, y era por este tema, porque ellos no pisaron el palito, EE.UU. intervino, les dijo no señores, ustedes no pueden subsidiar el cine y sacaron. Porque el negocio era poder exportar autos a EE.UU. Ese era el negocio de los mexicanos en ese momento.

*Usted que ha participado en estos festivales ¿Cómo se habla del cine chileno? ¿Cuál es la percepción que tiene el público extranjero del cine chileno?*

No hay, no hay. El cine chileno no tiene presencia, no tiene. Lelio que es el que le ha ido mejor el último tiempo, no se ahora que estará haciendo ahora, pero... Muchas de las películas son películas que se podrían haber hecho en cualquier lado. Lo importante es instalar temáticamente a Chile

*¿A qué se refiere con temáticamente? ¿A los temas que ocurren acá?*

Los temas. Yo anduve por todo el mundo, me invitaron a todas partes, a EE.UU., China, Corea, a todos partes con “Taxi para tres” que es la película de mayor éxito que he tenido. Y es una película

muy chilena, muy chilena, y uno podría pensar que esta película no va a tener éxito porque a quien le interesa y es la película que más ha interesado en otras partes. Pasa lo mismo con el cine iraní, el cine iraní es un cine espectacular, pero es otro mundo, pero por eso mismo es muy interesante.

Y el impacto de “Taxi para tres” que justamente es un valor. Yo cuento siempre la experiencia en un festival en Suecia, en Gotemburgo, una ciudad donde se fabrican los Volvos y tiene varias fábricas muy importantes, está más cerca de Noruega, es más frío que Estocolmo y yo fui en pleno invierno.

Y el día que... se dio en una sala gigante, que vinieron chilenos de todo Suecia a ver la película y se llenó un cine precioso, antiguo, muy lindo, se llenó de chilenos y se cagaban de la risa con la película, y claro entre medio también había suecos, por supuesto. Pero luego había un cine un poco más pequeño donde eran prácticamente puros suecos, suecos jóvenes en general habían hecho cola para la película y había 2 metros de nieve afuera, para ellos no era problema esto. Después que terminó la película y todos me daban la mano, me agradecían por haberles mostrado la película.

Yo veía la película por los ojos de ellos porque yo veo siempre las películas con los ojos de los espectadores, entonces era muy curioso, porque yo decía están viendo este peladero de Cerro Navia ¿que pasara por sus cabezas?

### *Una forma de mostrarles Chile,*

Más que Chile una forma de vida, hay un mundo que se mueve y son gente como ellos (todos) pero se mueve en otros ámbitos, ese es el fenómeno también del cine, tu empiezas a apreciar el lugar donde tú mismo vives o empiezas a darte cuenta de las cosas que te faltan. Yo creo que a estos europeos lo que les hace falta es la vida, la comunicación, el humor, por ejemplo, se reían igual con los chistes, los entendían perfectamente, pero son códigos que un momento determinado traspasan la cultura, entonces ese tipo de cosas te permite a ti conectarte de cierta manera ¿no? Imagínate lo maravilloso del cine que es meterse en un momento determinado, imagínate, una película de un tipo que es un asesino mira lo que hace el cine a través de fenómenos de empatía y todo eso, más que empatía de comprender un poco.

Te empiezas tu a meter en el pellejo de un delincuente, la importancia que tiene para la formación de criterio y de amplitud de mente, etc. Yo tuve un problema con... Mucha gente criticó

el trato que le daba a dos delincuentes, o sea, ellos consideraban que eran delincuentes acá en Chile, y eso no me pasó nunca afuera.

Una vez me hicieron una entrevista por teléfono, una niña de la radio Agricultura, y me dice: no cree que usted prácticamente le favorece, le hizo una imagen muy favorable a los delincuentes, que son simpáticos, que se yo... Entonces imagínate con esa mentalidad. Y ahí le dije yo, ya me había preparado porque una vez también me hicieron esa pregunta y le dije mire, sabe que pasa, que yo estoy... Me siento tan bien acompañado que hay una película italiana de un tipo que robaba bicicletas, y esa película, imagínese la maldad de robar bicicletas en Italia, donde la gente la usa para trabajar y que se...

Ahora esa película es una de las más apreciadas del mundo y está considerada una de las más grandes obras de arte. O sea, yo me siento muy bien acompañado con mis delincuentes. Esa cosa del (no entiendo), la ignorancia del provincialismo.

*Para ir finalizando. Para alguien que quiere comenzar a ver cine chileno ¿qué le recomendaría usted? ¿Qué cineastas jóvenes o independientes cree que hoy día se pueden recomendar a la gente? para interiorizarse más del cine chileno.*

Es que recomendarte un cineasta joven, que ha hecho una peliculita por aquí, otra por allá. La Claudia Huaiquimilla que es muy buena, muy buena, creo que esta... Hay algunos, pero son irregulares, hacen una y luego hay que esperar años para que hagan otra, entonces no hay una continuidad, ese es el gran problema.

Una película te puede ir bien y todo lo que quieras, pero no tienes la segunda asegurada, para nada en Chile, en otros países no. No hay industria cinematográfica si ese es el tema, no hay industria, no hay buenos críticos, no hay un flujo. Los críticos trabajan... Hoy día los críticos que yo veo, en Vía X incluso, creo que ahí, esos trabajan y les pagan las distribuidoras norteamericanas para hablar de sus películas. Las películas que ellos critican no critican, alaban y dicen a esta estrella que trabajo aquí, eso te dicen.

Pero ninguno te dice que esta película vale callampa, ninguno te lo va a decir porque es plata lo que hay entremedio, no existe algo que existía mucho en Chile, la buena crítica cinematográfica.

Pero eso son varios aspectos, al no existir industria cinematográfica dejan de existir muchas otras cosas.

Nosotros hacemos como que tenemos cine chileno y no tenemos cine chileno, tenemos cine que se hace en Chile. Y si tu empiezas a escarbar el cine que se hace en Chile te vas a dar cuenta de lo precaria que es la situación, no hay un buen estamento de guion por ejemplo... Yo viví en Alemania 20 años y soy parte de la asociación de guionistas alemanes y me conecte y aprendí mucho de guion allá, con esa gente también y con otra gente más, con gente importante. Me preocupé de esto y en Alemania existían, de hecho, me gane varias becas, una de ellas muy importante, existía el incentivo del Estado fijate que era el Estado junto con dineros de la industria cinematográfica. Pasa que la industria cinematográfica, los laboratorios, un montón de estamentos producen más puestos de trabajo que la construcción, eso lo saben ellos. Y el otro tema es que para hacer... Ellos saben muy bien porque tienen experiencia, que para hacer salchichas tienes que matar chanchos, tienes que criar chanchos para matar. Lo mismo en cine, si quieres hacer cine tienes que crear cineastas (no chanchos) generar situaciones para que se formen.

Y no existe una formación, es precaria la situación en Chile todavía. Estamos muy al debe y estamos muy atrasados, y además que el ambiente en general es incipiente, existen momentos, existen experiencias que son el Cine Normandie, donde se dan buenas películas de pronto, y hay gente... Mis hijas van allá... pero es raro, es una elite. El gran cine que se consume, no se ve cine se consume, se consume por que el actor o ah mira actúa tal persona que es rostro, etc.

El comercio sabe que eso es lo que mueve y eso es lo que trabaja no, se trabaja hoy día... Ustedes que son periodistas, la prensa en general en todas estas áreas... Este país se ha faranduleado mucho y ese aspecto también aparece, el cine es entretención.

Ustedes han leído Neil Postman, "Divertirse a morir". Tienen que verlo, se los puedo mandar y tienen que leerlo, porque esa es la realidad, es la sociedad de la entretención. Es clave, yo se los doy a leer a alumnos de periodismo, no lo pescan mucho pero realmente es muy lúcido, el análisis que hace de la sociedad y los efectos colaterales que tiene en los pueblos.

## **Anexo 6: respuestas de la Secretaría Ejecutiva del Consejo del Arte y la Industria Audiovisual, Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio**

*¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta el cine chileno hoy en día?*

El cine chileno enfrenta desafíos significativos en la actualidad y que están siendo abordados desde la política pública y en coordinación con el sector privado. Entre ellos se encuentran la necesidad de mejorar las líneas de apoyo que permitan generar la autonomía y sostenibilidad de los proyectos audiovisuales en el mediano y largo plazo, la búsqueda de audiencias más amplias y la promoción de la diversidad de voces y géneros cinematográficos. A pesar de estos obstáculos, el Ministerio de las Culturas sigue comprometido con el desarrollo y la promoción de la industria cinematográfica.

*¿Qué ideas o ayudas existen para fomentar la producción de cine chileno? ¿Existen propuestas nuevas para el futuro en esta materia?*

El Ministerio de las Culturas, desde la Secretaría Ejecutiva del Consejo del Arte y la Industria Audiovisual, promueve la generación de políticas y programas que incentiven la producción de cine chileno. Esto incluye el apoyo financiero a través de fondos concursables y la colaboración con instituciones culturales y educativas. Además, trabaja para fortalecer la presencia del cine chileno en festivales internacionales y mercados cinematográficos, fomentando la visibilidad y la distribución de las producciones locales.

*Varios cineastas nos han planteado que en Chile el cine no se vive como una experiencia cultural. Debido a esto ¿Cree que se debería realizar una reforma en materia educacional para fomentar el cine chileno desde la infancia?*

El Ministerio de las Culturas reconoce la importancia de la educación en la apreciación y creación cinematográfica, por lo que considera que es precisamente esta dimensión una de las más importantes en la renovación de la Política Audiovisual, que permitirá trabajar en la implementación de programas educativos que incorporen el cine en las aulas desde edades tempranas.

La formación de docentes y la creación de cineclubes escolares son herramientas valiosas para acercar el cine a los estudiantes, donde -por ejemplo- la Cineteca Nacional cumple un rol fundamental en ese tipo de procesos.

*¿Se han pensado o implementado nuevas medidas para promover la difusión de cine nacional?*

Se está trabajando con el propósito de abordar iniciativas que lleven el cine a lugares donde normalmente no llega. Esto incluye proyecciones en comunidades rurales y espacios no convencionales.

Se continuará con la promoción del cine chileno a nivel nacional e internacional, destacando su valor cultural y artístico.

### **Anexo 7: transcripción de la entrevista grupal**

*Entrevistadores: Joaquín Aracena (JA) y Benjamín Zamorano (BZ)*

*Entrevistados: Rosa Ávila (RA), Isidora Escobar (IE), Alejandro Flores (AFL) y Allan Fuentes (AFU).*

BZ: ¿Qué piensan del cine chileno?

IE: Es el cine que más me puede representar, donde están los iconos que más conozco. Lo siento más cercano, lo aprecio más y le pongo más atención.

BZ: ¿Por qué sientes que te representa?

IE: De partida el acento y el idioma. También si se hacen en la región de la que yo soy, los paisajes son similares y me siento representado. Lo mismo que si fuera en Santiago, en el metro, me recuerda mi propia experiencia.

JA: Es más por una cosa de cercanía.

IE: Sí.

JA: ¿Alguien más?

AFL: Depende de que cine chileno estemos hablando. Yo soy de otra generación, un poco más viejo, entonces, en el cine chileno hay una radiografía de cada uno y una cartografía del país. Se hace cine chileno de Arica a Magallanes. Como dice Isidora, es un reflejo de lo que se hace en cada territorio. Hubo un momento del cine chileno que se vio representado por este afán de ir a festivales internacionales, Cannes, Venecia, etc. No voy a incluir los Oscar porque me parece que ese es el lado más comercial, pero desde el punto de vista más artístico o más de autor, hubo un cine chileno que igual me gustaba porque era bastante triste, muy silencioso, sin mucho dialogo y creo que eso ha ido mutando. El cine chileno va mutando según la generación de las escuelas de cine que emerjan. Esa generación me tocó a mí. Yo le llamaba “el cine mudo”. No porque no hablaran o fuera silente, sino que por la ausencia de dialogo, al menos en el cine de ficción. El cine documental es el que más me representa, el que más me gusta y donde me observo y veo esta radiografía que les decía en un principio.

BZ: ¿Recuerdas algunas películas de esa generación?

AFL: Hay varias películas de ese cine chileno. La generación del noventa que es donde crecí, tenías películas de Gonzalo Justiniano, Vicente Sabatini y directores así que después terminaron haciendo teleseries o trabajando mucho en publicidad, pero eran películas que tocaban el retorno a la democracia, pero yéndose a las poblaciones. Por ejemplo, Caluga o Menta. ¿No sé si la pudieron ver?

JA: Si.

AFL: Es una buena película. También Gringuito me llamó mucho la atención. Y todas estas películas de los noventa tenían reminiscencias de las generaciones anteriores como de los años setenta que es una generación de cineastas que marcan el devenir del cine chileno en general. Las películas del 2000 también con José Luis Torres Leiva que era un director bastante atípico y otro que hizo una película que se llamaba Migraña o El pejesapo que era una película así muy underground, muy poblacional, muy desde La Pintana porque creo que la grabó allá, entonces me gustaba ese formato como de lo incorrecto que se puede generar en esta industria del cine en comparación con el cine de Pablo Larraín que es bastante comercial y como de otra categoría.

JA: Si. El pejasapo es una película muy rara en comparación a las de Pablo Larraín. No tienen nada que ver entre ellas.

AFL: Ahí te das cuenta cómo funcionan las identidades dentro de lo que es el arte en general, lo que se promociona como cultural. Porque el cine de Larraín es bastante cuico y estándar, pero no por eso menos interesante. Su película El club me gustó, es buenísima. Pero ver tanto rostro de teleseries me agota un poco porque no sale de ese mundo. Sebastián Lelio es un gran director también. Yo estudié cine en la Escuela de Cine de Chile. No fui compañero de Lelio, pero siempre me lo topaba en la escuela y me acuerdo de que la metodología era tomar la cámara y equivocarse. Y Sebastián Lelio en sus inicios grabó una película que se llama La sagrada familia. ¿No sé si la vieron esa?

JA y BZ: No.

AFL: Bueno anótenla, véanla porque es buena. Es una cámara Canon en una cinta pequeña que la grabó todo un fin de semana en la playa con la Paty López y otros actores y la película es buena porque trata un tema familiar que puede ser muy común y termina siendo una gran obra de autor y de ahí en adelante el cine de Sebastián fue muy importante para lo que significa trabajar con bajos recursos, porque si no postulas al Fondo de Cultura o al Audiovisual puede ser una gran barrera para desarrollar tu arte porque tienes que pagarle a gente, al equipo, terminar la película que es lo más importante y esos procesos son caros y aquí se hacía con lo que se tenía más a la mano que es tener un celular iPhone y grabar tu película con eso que tiene tanto o más calidad como una cámara HD o 4K. Un poco lo mismo solo que cambia el aparato o la materialidad del cine.

BZ: Se podría decir que eran películas más caseras.

AFL: Claro. Bien underground. Por ejemplo, el Matías Bize hizo una película que se llamaba En la cama, que le fue bien. Eran historias contadas para un público simple. El eslogan de la escuela de cine era “avance irreflexivo y retroceso metodológico”. Es equivocarse siempre. Tiene que ver con la creación del cine en Cuba. Años atrás hubo un personaje muy importante que se llama Julio García Espinoza que escribió un libro que se llama Por un cine imperfecto. Las escuelas de cine empezaron a funcionar así porque el cine chileno no es industria y nunca lo fue. Pero era un cine

de guerrilla y por eso se veía underground, El pejesapo bordea en lo punki, sin lucas, con lo que haya y apenas el computador para editar.

JA: A veces con actores que ni siquiera eran actores.

AFL: Ahí te puedes reafirmar en lo que se llamó el neorrealismo italiano post guerra donde las mismas locaciones de la guerra mundial que quedaron en ruinas, te servían para tener u set con gente que no eran actores. Y ahí salieron grandes películas como Ladrón de bicicletas.

BZ: ¿Rosa qué piensa de esto?

RA: A mí no me gusta. Hay películas que han sido buenas como Johnny 100 Pesos, pero encuentro que son groseras. El lenguaje que utilizan encuentro que no es correcto. Imagínate verlas con tu primo chico.

(Risas)

BZ: ¿Se acuerda de alguna película que haya sido muy grosera?

RA: Esa misma, la de Johnny 100 Pesos. Caluga y menta también. Son películas de años atrás. Ahora tienen más contenido. Sobre todo, los documentales, más que las películas, como La memoria infinita. Me gustan las historias basadas en hechos reales. La otras no porque me mentalizo que es ficción, entonces no les encuentro sentido.

BZ: ¿Allan cuál es tu opinión?

AFU: Esto de acuerdo en casi todo lo que han dicho. Me quedé pensando en lo que dijo Rosa, a propósito de que las películas pueden ser vulgares o que hablan con mucha grosería y a propósito de Matías Bize. Él en una entrevista menciona eso, no le gusta ocupar groserías en sus guiones porque siente que saca al espectador del temple que se está creando en la narración de la película.

JA: Respecto a lo del lenguaje ¿no creen que usar groserías les da cierta naturalidad a los personajes?

AFU: Estoy de acuerdo con Joaquín. Yo igual estudio cine y he escrito guiones y también hago personajes que dicen groserías, bastantes la verdad. Estoy en ese lado de la vereda porque creo que

el chileno dice muchas groserías y es natural que los chilenos hablen así en el cotidiano, y eso les da más realismo y no sé si más capaz de profundidad, pero yo al menos me la compro más en una película en dónde las personas hablan como yo que en una donde las personas no dicen nada muy vulgar.

BZ: ¿Puede ser que haya una delgada línea entre que los personajes digan garabatos y en que se abuse de este recurso para hacerlos sentir excesivamente naturales?

AFU: Esa crítica se hacer harto, sobre todo en la representación del flaute chileno en las películas nacionales, sobre todo las que hacen directores que no vienen de ese sector socioeconómico y escriben a personajes con muchas groserías solo porque son flaites cuando en la realidad no es tan así y no lo hacen todo el tiempo. Puede caer en la caricatura que es otro peligro de escribir esos personajes.

JA: Hay que considerar que se dice que en las películas chilenas se dice harto garabato porque las películas estadounidenses en su mayoría las vemos dobladas, entonces todos los garabatos en inglés se traducen como “demonios” o “diablos”, entonces no lo notamos, pero en las películas estadounidenses igualmente se habla con harto garabato en muchas ocasiones.

IE: Estoy de acuerdo. Por ejemplo, cuando vemos una película argentina y dicen algún insulto local, pero es más por la diferencia que creo que me saca de la película porque no es mi realidad. Me siento más alejada si es que es un idioma distinto al mío. Por ejemplo, me pasó con Joven y alocada que era como ver a cualquier persona de esta generación escribiendo en su red social con un lenguaje cotidiano, entonces eso me acerca más y creo que es válido, a excepción de cuando se intenta representar a un flaute que muchas veces se siente forzado.

JA: ¿Crees que dependiendo de la generación es como se maneja el lenguaje dentro de la misma?

IE: Si. Eso me hace sentido. También creo que las distintas generaciones tenemos otro ritmo. Me pasa que las generaciones que está en el colegio ahora ocupan mucho termino en inglés, entonces no me extrañaría que en los próximos años vaya a escuchar ese tipo de términos y va a ser chocante y lo voy a encontrar más raro aún.

AFL: Estoy muy de acuerdo con lo que han dicho. Cuando hablaba de radiografía tenía un poco que ver con eso. Si miras de forma cronológica el cine chileno, te puedes dar cuenta que desde los años cincuenta al 2024 hay una gran mutación respecto al uso del lenguaje y de cómo hablamos. Si ves en la Batalla de Chile que es la representación documental de un conflicto, puedes ver obreros hablando a obreros de una forma muy educado y con un alto valor argumentativo. Eso quizás con el tiempo ha ido variando y depende de quien haga esa representación. Por ejemplo, representar un flaite y eres un cuico, se nota feo. Hay que saber dirigir las groserías, no es putear por putear. En el cine de Raúl Ruiz los personajes no hablaban con garabatos y se comunicaban muy bien.

JA: Pasando a una segunda pregunta, ¿consideran que hace falta mayor difusión dentro para las películas de cine chileno?

AFL: Hay más difusión que nunca. Sobre todo, con el internet y las redes sociales, hay una cantidad de plataformas que permiten ese acceso. Está Ondamedia que es el Netflix de las películas chilenas. TVN antes daba mucho cine chileno porque creo que era parte de una política de estado. Eso se ha ido abandonando con la aparición de plataformas de streaming. Hay harta difusión, pero el cine chileno es bien de nicho.

RA: Hay una señora que salió del último reality que va a hacer una película.

AFL: Bueno ella tiene la difusión de la tele.

RA: Porque se maneja en los medios, pero yo creo que es una persona que no tiene idea.

AFL: Hay un público que gusta de eso.

RA; Puede ser.

BZ: Pero es un cine más comercial. Para aprovecha que es famosa.

AFL: Claro tiene su cuota de pantalla asegurada. Finalmente, el cine chileno es un tema de nicho, no una industria. Antes era más complicado buscar las películas, ahora es mucho más fácil con los streamings. Hay muchos festivales de cine en Chile donde hay cabida y difusión.

BZ: Si bien ahora es más fácil ver una película con los streamings, también es un espacio más duro de competencia y de poder resaltar porque las opciones son muchas.

AFL: Ahí requieres de un buen marketing y encargado de comunicaciones, eso te puede salvar mucho y traer auspiciadores.

IE: Creo que mi acercamiento con el cine no tiene que ver con la difusión, solo a veces con las redes sociales. Pero no voy a festivales, estudio en una escuela donde está al lado la facultad de cine y hay cine clubs, pero no los tomo. La última película chilena que vi fue La memoria infinita porque se asemeja a algo personal que vivo. Tal vez es un poco egocéntrico, pero si es que hay temas que puedo experimentar, que tienen relación conmigo, desde ahí lo puedo tomar. También hay extractos de películas que veo en TikTok y quedo enganchada. Pero si no tiene que ver conmigo o con mis intereses me cuesta salir de la autorreferencia.

JA: Aprovechando tu formación de periodista, ¿cómo ves la difusión del cine chileno en los medios?

IE: Estuvo en un diario en donde se hacían notas de los panoramas de fin de semana. Creo que eso funciona cuando alguien quiere hacer algo con la familia o las amistades. Pero en general no lo encuentro efectivo. Con las redes sociales se vuelve mejor y más personalizado.

AFU: Con un compañero tenemos una página de cine chileno en Instagram que es una retrovisión de películas antiguas. Llegamos a la conclusión de que nuestro público es de 40 años en adelante porque hablamos de películas desde los 2000 hacia atrás. Hay un público objetivo al que no está llegando la información. Las películas chilenas que se han visto en el último tiempo son las que ha dado TVN o las que se han publicitado en la televisión abierta. Creo que las nuevas generaciones tienen otros intereses, entonces hacer llamados por redes sociales a ver películas no sé si es lo más efectivo porque esas publicaciones llegan a quien consume cine siempre. Entonces la información se queda dando vueltas en un mismo círculo. Creo que es mejor apuntar más a la televisión y a la radio e incluso a los afiches y eso puede traer un público general.

BZ: ¿Cómo creen que el cine chileno podría salir de ese nicho en el que está inmerso?

AFL: Hay que citar cosas que ya se están haciendo. Por ejemplo, la labor educativa es más importante en términos de la formación de un público. Tú puedes tener público cautivo en los colegios y liceos como lo que hace la Cineteca Nacional con Escuela al Cine. También hay que hacer una revisión con lo que es enseñar cine en el aula y que no genere rechazo como pasa actualmente que se hace para matar la hora. La Cineteca hace un plan de estudio con apreciación cinematográfica, lo más técnico y hasta hacer cortometrajes. Después se hacen festivales escolares y todo termina derivando en formación de cine clubs. Eso es muy bueno sobre todo para la formación de audiencias y la difusión.

BZ: Es un plan a largo plazo.

AFL: Si. Es anual.

AFU: Yo fui parte de eso en el colegio. Es una gran apuesta en realidad, pero los resultados se verán en 15 o 20 años porque es a largo plazo. Lamentablemente va en declive porque no está enganchado con las juventudes. Es mejor que sean más pequeños porque cada vez es más difícil si son más grandes.

RA: No en todos los colegios se hace eso. A veces los niños ven películas en los colegios y llegan con un montón de preguntas y después le hizo como una prueba.

BZ: ¿Eso ayuda?

RA: Si. A veces los niños pierden mucho tiempo en el colegio y se debería ocupar en cosas más artísticas o deportivas.

IE: Hay que preguntarse porque las personas no ven cine chileno. Igual es complicado en personas que no tienen mucho tiempo incitarlas a ver cine. Entonces, es complicado.

BZ: Ese tema del tiempo es importante.

JA: Es posible que una idea sea lo que dijo Isidora al principio. Darles a conocer películas que tengan niveles de representatividad más cercanos para que se interesen en ellas.

IE: Si. También hay que tener en cuenta a las personas que no saben tanto del tema y presentarles la información de manera más simple. Suele pasar en las conversaciones con gente de cine que no se entiende y son muy técnicas para alguien que no es de ese mundo.

RA: Hay que difundir en los más chicos para que se interesen. Solo se interesan en las que se hace más propaganda.

### **Anexo 8: mapa de empatía**

Juan, el deportista: Juan es un joven de 25 años apasionado por el fútbol y los deportes en general. Es estudiante de educación física y dedica la mayor parte de su tiempo libre a practicar y seguir deportes. No tiene mucho interés en el cine chileno ni en el arte en general, prefiere ver partidos y mantenerse activo físicamente.

- *¿Qué piensa y siente?* Piensa en tener un buen nivel físico para desarrollarse dentro de su carrera profesional. Siente que debe dedicar la mayoría de su tiempo a eso, además de que es algo que le gusta y le apasiona.
- *¿Qué ve?* Generalmente ve deportes, suele ir al cine de vez en cuando en compañía de su novia y a ver algunos de los estrenos del momento, pero no es un fanático de las películas.
- *¿Qué escucha?* Escucha música urbana a través de aplicaciones como Spotify y suele ir a conciertos de artistas de ese mismo género.
- *¿Qué habla y hace?* Se junta solo con gente de su carrera y amigos que también le gustan los deportes, por lo que la mayoría de las conversaciones y actividades diarias giran en torno a aquello.
- *¿Cuáles son sus dolores?* Le hubiera gustado ser futbolista profesional, pero nunca pudo cumplir ese sueño. Por eso decidió estudiar educación física para estar más cerca de lo que le gusta.
- *¿Cuáles son sus necesidades?* Necesita conocer otras cosas, si bien le gusta su vida, tiene ganas de aprender y relacionarse con otras personas para no encerrarse en una única cosa.

María, la emprendedora: María tiene 35 años y es dueña de una pequeña empresa de diseño gráfico. Está constantemente ocupada con su negocio y le encanta explorar nuevas oportunidades de crecimiento. Aunque le gusta ver películas ocasionalmente, no sigue de cerca el cine chileno, aunque sí lo consume de vez en cuando, así como cualquier otro tipo de cine específico. De todos modos, prefiere ver series o documentales cortos en su tiempo libre.

- **¿Qué piensa y siente?** Piensa en su negocio y en su vida profesional la mayor parte del tiempo. Siente que debe ser esa su principal prioridad ya que, al ser emprendedora, es algo a lo que debe ponerle mucho esfuerzo para que resulte.
- **¿Qué ve?** Ve películas y series durante las tardes o el fin de semana para distraerse y despejarse de lo que es el trabajo.
- **¿Qué escucha?** Escucha la música que estaba de moda cuando ella era adolescente, es decir, mucha música del año 2000 en adelante, sobre todo pop en inglés.
- **¿Qué habla y hace?** María es emprendedora por lo que gran parte de su vida está enfocada en el trabajo y en cómo hacer crecer su negocio, siendo uno de sus principales temas de conversación.
- **¿Cuáles son sus dolores?** No tener tanto tiempo libre para hacer cosas recreativas o pasar tiempo de calidad con sus personas cercanas.
- **¿Cuáles son sus necesidades?** Requiere tener más espacios de entretenimiento para no quedarse pegada únicamente con lo que es el trabajo y no hacer nada más.

Pedro, el jubilado: Pedro tiene 70 años y es un jubilado que disfruta de la tranquilidad de su hogar en el campo. Le gusta leer novelas históricas y películas antiguas, incluidas chilenas puesto que son las que vio durante su juventud. No es muy aficionado al cine contemporáneo ya que prefiere las cintas que son de “su época” como él las llama.

- **¿Qué piensa y siente?** Piensa en vivir una vida tranquila, siendo cercano a su familia y aprovechando los momentos de ocio que le da su jubilación. Siente que debe ser entusiasta con la etapa que vive ya que tiene la posibilidad de hacer lo que quiera como nunca.

- *¿Qué ve?* Suele ver muchas películas de cine antiguo, nacional extranjero como una forma de recordar momentos de su vida y largometrajes que lo marcaron desde que era joven.
- *¿Qué escucha?* Es fanático de la nueva ola y le gusta mucho poner la radio independiente de lo que esté sonando.
- *¿Qué habla y hace?* Sus actividades se limitan a pasar tiempos de ocio durante el día y sus temas de conversación suelen ser sobre noticias que escucha en la radio o de cosas que realiza para entretenerse.
- *¿Cuáles son sus dolores?* Que se siente que se está quedando atrás con el avance de la tecnología y hay cosas que le cuestan en el celular y en el computador, sobre todo en el aspecto de ver películas.
- *¿Cuáles son sus necesidades?* Recomendaciones de nuevos tipos de cine que vayan acorde a sus gustos a pesar de ser una persona de otra época.

Valentina, la estudiante universitaria: Valentina tiene 20 años y está estudiando ingeniería civil en una universidad en Santiago. Es muy activa en redes sociales y le gusta estar al tanto de las últimas tendencias tecnológicas. Aunque le interesa el cine en general, no ha explorado mucho el cine chileno, pero si se ha propuesto el objetivo de conocerlo más a fondo, sobre todo para generar contenido interesante en sus perfiles.

- *¿Qué piensa y siente?* Actualmente se encuentra en los primeros años de su carrera así que está enfocada principalmente en eso. También le gusta ser activa en redes sociales y aspira a ser una influencer medianamente conocida.
- *¿Qué ve?* Ve todo tipo de películas, es algo en lo que no discrimina ya que quiere tener más conocimiento de cultura general para compartirlo en redes sociales con sus seguidores.
- *¿Qué escucha?* Escucha todo tipo de música, pero su favorita es el pop estadounidense como Taylor Swift.
- *¿Qué habla y hace?* Si bien estudia ingeniería civil, no es su principal tema de conversación debido a que prefiere hablar sobre tendencias y cultura popular.

- ***¿Cuáles son sus dolores?*** Que debido a su carrera no tiene mucho tiempo para dedicarse a otras cosas que le gustan.
- ***¿Cuáles son sus necesidades?*** Le gustaría tener más recomendaciones de películas o música que ver y escuchar para poder irse a la segura con esos contenidos y no perder el tiempo en otros que quizás no la beneficien tanto.

Camila, la estudiante de enseñanza media: Camila tiene 16 años y está cursando segundo medio en la región de Valparaíso. Es una adolescente muy activa en redes sociales y le encanta la música y la moda. Aunque le gusta ver películas con sus amigos, no está particularmente interesada en el cine chileno y prefiere los filmes populares internacionales que son tendencia entre sus pares. De películas nacionales solo ha visto las más conocidas para trabajos del colegio.

- ***¿Qué piensa y siente?*** Piensa en pasarlo bien y no está muy interesada en sus notas del colegio. Lo principal para ella es divertirse con sus amigos y hablar lo más que pueda con ellos.
- ***¿Qué ve?*** Ve las tendencias que hay en redes sociales, más que nada TikTok e Instagram que es donde pasa la mayor parte de su tiempo. En cuanto a películas o series solo ve los estrenos del momento para comentarlos con sus compañeros del colegio.
- ***¿Qué escucha?*** Escucha música que se pueda bailar en las fiestas a las que va con sus amigos, es decir, música urbana y reggaetón y está al tanto de los nuevos lanzamientos de estos géneros.
- ***¿Qué habla y hace?*** Habla cualquier cosa con sus amigos del colegio, principalmente lo que hizo el fin de semana o chismes que hay entre ellos.
- ***¿Cuáles son sus dolores?*** Querer salir más, pero no poder hacerlo debido a que a veces si o si tiene que estudiar para que le vaya mejor y no tener problemas con sus papás.
- ***¿Cuáles son sus necesidades?*** Más tiempo libre e instancias para compartir con sus amigos que es su principal interés.

Carlos, el residente venezolano: Carlos tiene 28 años y es un ingeniero venezolano que se mudó a Santiago de Chile hace dos años debido a la situación económica y política en su país. Vive solo y trabaja en una empresa de tecnología. Aunque está adaptándose a la vida en Chile y disfruta de la estabilidad que ha encontrado, no ha tenido mucho tiempo para explorar el cine chileno, pero tiene la intención de hacerlo para estar al tanto de la historia y cultura de este país.

- **¿Qué piensa y siente?** Piensa en mantener su estabilidad laboral en el país y siente que debe generar contactos aquí en Chile para ampliar su círculo y comenzar a culturizarse mejor con las costumbres de aquí.
- **¿Qué ve?** Le gusta ver series y películas de todo tipo, pero está comenzando a ver documentales y películas nacionales como una forma de aprender más sobre Chile y su historia.
- **¿Qué escucha?** Le gusta el rock latinoamericano y conoce a la banda chilena Los Prisioneros, de la cuál es fan desde antes de vivir aquí. También gusta de la música argentina como Soda Stereo o Charly García.
- **¿Qué habla y hace?** Se dedica principalmente a su trabajo puesto que desea mantenerse por muchos años en él. Además, habla de cómo era su vida en Venezuela y cómo se está adaptando a Chile.
- **¿Cuáles son sus dolores?** Le gustaría poder haberse quedado en Venezuela, pero la situación económica del país no se lo permitió.
- **¿Cuáles son sus necesidades?** Aprender más de la cultura de Chile para relacionarse mejor con la gente de aquí.

## Anexo 9: benchmark

Proyecto 1: Campo contra Campo.



- ***Sello editorial:*** medio de nicho sobre cine chileno, tiene una línea de tiempo que atraviesa diversas épocas del cine chileno.
- ***Quiénes somos:*** Campo Contra Campo es un medio que tiene como base una línea temporal que va desde los 70 hasta los 2000, analizando películas esenciales para la cultura chilena. El medio está bajo el financiamiento del Dirección de Artes y Cultura y la facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica
- ***Diseño web y visual de la plataforma (sitio web, medio digital si corresponde):*** lo primero que vemos son un montón de fechas y nombres, luego nos damos cuenta de que están ordenadas por año y épocas, desde el nuevo cine chileno hasta el contemporáneo. Cada fecha es un enlace para una reseña en profundidad de las películas. Adicionalmente hay una sección dedicada a ensayos sobre cine y televisión chilena. La página tiene un look sobrio y monocromático, utilizando el café. En la página principal no hay ni una sola imagen
- ***Arquitectura:*** la información está ordenada por año, categoría y época. Una sección para las películas y otra para ensayos.
- ***Estrategia:*** es una página para un nicho especializado en cine chileno, te entregan todo el contenido de primeras, luego tú ves cómo interactúas con él. No hay una sola imagen ni texto que resalte de entre todos.
- ***Calidad:*** el contenido es de calidad y original, ya que está producido por académicos de la UC, cineastas y periodistas. Tiene un enfoque académico y va dirigido a un nicho.
- ***Editorial:*** el medio tiene un enfoque de análisis profundo de las producciones audiovisuales chilenas a lo largo de la historia, tiene un carácter más académico y está dirigido a un público experimentado en cine.
- ***Formato:*** el contenido sigue un patrón similar, haciendo un análisis temático, de imagen y estética, de audio, entre otros aspectos del cine.
- ***Multimedia:*** la página carece recursos multimedia, en cuanto a las reseñas, van acompañadas de un par de imágenes que corresponden a la película de la que se está hablando.

- **Transmedia:** no hay conexiones con otros medios u otras redes sociales.
- **Visualización de información:** en cuanto a la disposición de la información, esta es entregada en su totalidad en la primera página, se encuentra ordenada por años y épocas del cine.
- **Diseño Interactivo:** el hecho de la línea temporal hace que interactuar con las reseñas sea un poco más interactivo e intuitivo.
- **Uso video/podcast:** no aplica.
- **Estrategia de redes sociales:** no aplica.

Proyecto 2: Chiledoc



- **Sello editorial:** el medio está destinado a la difusión de documentales chilenos.
- **Quiénes somos:** Chiledoc es la marca que reúne al sector documental chileno bajo dos principios que los identifican: el carácter asociativo de la comunidad y la diversidad de las producciones. Chiledoc es una alianza público-privada entre la Corporación Chilena del Documental CCDoc y ProChile, dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores.
- **Diseño web y visual de la plataforma (sitio web, medio digital si corresponde):** El diseño es una básica disposición vertical en donde vas encontrando los contenidos a medida que vas bajando. Su accesibilidad es buena ya que los contenidos están a la vista, pero hay muchas cosas que también están desaprovechadas en cuanto a su diseño que la podrían volver mucho más interactiva. Por lo mismo, el sitio se vuelve un poco aburrido en cuanto a su formato y como si no tuviera identidad alguna ya que se han visto muchas páginas web

que funcionan de la misma manera. Además, esto está provocado también por un diseño rígido y sin demasiadas opciones para interactuar o hacer clic.

- **Arquitectura:** la información está organizada en categorías como noticias, quiénes son, películas y series, empresas y videos. Están puestas de manera vertical, pero sin un orden específico o de importancia.
- **Estrategia:** su estrategia es mostrar todos los contenidos posibles que tiene el medio apenas entras en su sitio web como una manera de engancharse a algo que llame la atención. No obstante, resulta un poco invasivo y a la vez muestra que tampoco hay mucho contenido.
- **Calidad:** es una producción original ya que no hay ningún medio de este tipo o con esa clase de información.
- **Editorial:** tiene un enfoque bien marcado ya que solo se centran en producciones nacionales del tipo documental. Por lo tanto, su idea es fomentar ese nicho que es más desconocido.
- **Formato:** si bien tiene noticias, no diría que es un medio periodístico, sino que más bien es una plataforma de difusión del documental chileno. Además, está formada por organizaciones que se dedican a esto.
- **Multimedia:** utiliza recursos multimedia ya que en la página no solo hay cosas escritas, sino que también videos y fotos.
- **Transmedia:** si es transmedia. Está presente en las redes sociales más importantes y además tienen un canal de YouTube. Además, el sitio también tiene una versión en inglés.
- **Visualización de información:** la página presenta toda la información que tiene en la primera pantalla. Al tener un diseño vertical solo tienes que bajar para encontrar las diferentes categorías. De todos modos, su diseño no es muy novedoso. Además, pese a ser bien colorida se ve algo desordenada y desprolija, teniendo algunas letras cortadas incluso. Por otro lado, posee una barra en una esquina para encontrar la misma información que se ve en un inicio.

- ***Diseños tipo interactivo:*** no tiene muchos y hay algunas cosas en la página que están desaprovechadas y logos en los que se podría hacer clic, pero no están para eso. Se limita a ser solo una web en formato vertical y a hacer clics en el contenido, pero no da más opciones.
- ***Calidad / Originalidad de videos:*** no hay mucha originalidad en los pocos videos que hacen, solo son spots, anuncios y cosas publicitarias con videos montados, pero nada fuera de lo normal.
- ***Duración - Narrativas de los videos:*** duración máxima de 2 minutos, solo son anuncios e informaciones cortas.
- ***Formato de las redes sociales:*** no hay entrevistas ni conversaciones, solo anuncios y spots.
- ***Cuáles y cuántas redes sociales tienen:*** son 4 redes sociales: Instagram, Facebook, Twitter y YouTube.
- ***Para qué usan redes sociales:*** para promocionar, difundir y subir informaciones cortas sobre documentales chilenos
- ***Estrategia de redes sociales:*** no tienen una estrategia muy definida. Su contenido se crea en base a las novedades e informaciones que vayan surgiendo en el mundo del documental chileno ya que solo son noticias, promociones o anuncios, pero sin una periodicidad determinada.
- ***Interacción con los seguidores de redes sociales:*** prácticamente nula ya que casi no reciben comentarios. Ocupan las redes sociales solo de forma unilateral para dar información.

### Proyecto 3: Cinechile



- ***Sello editorial:*** proyecto de investigación centrado en formar una enciclopedia del cine chileno.

- **Quiénes somos:** CineChile.cl es un proyecto de investigación desarrollado por un grupo de periodistas especializados e investigadores en cine, creado el 2009 con el apoyo del Fondo del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes para investigación en audiovisual, para formar una Enciclopedia del Cine Chileno en internet. En una primera etapa el equipo de CineChile.cl se dedicó a reunir información sobre los más importantes realizadores cinematográficos y las fichas de todos los largometrajes realizados en el país. A esa información referencial se sumó la actualización constante de noticias relacionadas con el cine chileno, entrevistas en profundidad con cineastas, críticas de los estrenos y archivos de prensa relacionados con la producción audiovisual nacional. El diseño que tienes es bastante funcional, viéndose en gran parte de la pantalla las películas que forman parte de su archivo de información. Más abajo hay algunas noticias y por los laterales algunos anuncios. Si bien tiene una buena accesibilidad y diseño, las categorías en donde se encuentra todo el contenido casi no se ve porque es muy pequeño. Además, muchas de las películas que muestran no tienen un afiche correspondiente, cosa que hace que se vea muy feo y mata la estética de la página. De todos modos, es fácil de navegar en él pese a esos detalles y uno se puede quedar un buen rato viendo la información de cada una de las películas por lo que es bastante atrapante gracias al contenido que tiene.
- **Arquitectura:** la información está dividida entre el contenido que es netamente periodístico (informativo) y el archivo de películas que manejan en el sitio mediante el sistema de fichas.
- **Estrategia:** lo principal y central de su contenido es el registro de películas y las fichas. Esto queda en evidencia al ser lo que primero se muestra al entrar en la página y ya al navegar un poco más se puede encontrar todo el otro contenido que es secundario.
- **Calidad:** de primer nivel, al menos en cuanto a lo informativo y a funcionar como el mejor registro de cine chileno del país. Tal vez los formatos no son lo más atractivos del mundo y tampoco el lenguaje debido a que se nota preferencia por la cantidad más que por la calidad. Sin embargo, es casi imposible que haya una película de la cuál quieras buscar información y que no se encuentre en uno de los archivos.
- **Formato:** es un medio periodístico, pero curiosamente, este no es su principal enfoque. Como lo dicen en su descripción, son un proyecto de investigación y eso se nota mucho en

la forma que tienen de categorizar películas. De todos modos, cumplen a cabalidad lo de ser un medio que difunde lo que es el cine chileno.

- **Multimedia:** utiliza recursos multimedia como fotografías o videos para complementar su contenido escrito, pero no hay mucho más, tampoco contenido que sea exclusivamente multimedia.
- **Transmedia:** si bien están presentes en la mayoría de las redes sociales, estas están totalmente desactualizadas y abandonadas a excepción de Instagram que cada cierto día suben alguna publicación.
- **Visualización de información:** la información está a la vista y es de fácil acceso, no es necesario estar mucho rato buscando lo que uno necesita ya que la categorización que tiene es más que acertada. No es muy novedosa ya que mantiene una estructura clásica de cualquier página de este tipo, pero resulta muy eficiente y eso finalmente es lo que importa.
- **Diseños:** la interactividad que existe en la página no es mucha, más allá de los típicos botones para las categorías y usar el logo como botón también. Una de las mejores cosas es un buscador que permite buscar por nombre de película y que está en orden alfabético lo que al haber tantas facilita mucho el motor de búsqueda.
- **Uso video/podcast:** no aplica (solo suben tráileres de películas que no son hechos por ellos).
- **Cuáles y cuántas redes sociales tienen:** son cuatro redes sociales pese a que promocionan cinco (Vimeo está eliminada): Instagram, Facebook, Twitter y YouTube.
- **Para qué usan redes sociales:** en general para difundir el contenido que suben a la página, pero salvo el Instagram, todas están abandonadas.
- **Estrategia de redes sociales:** no existe una estrategia determinada más allá de subir los contenidos más importantes a Instagram. Incluso el canal de YouTube tiene algunos videos que no tienen mucho que ver con el contenido de la página.
- **Interacción con los seguidores de las redes sociales:** prácticamente casi nula es una subida de contenido unilateral que no considera mucho la interacción con los usuarios.