

## INTRODUCCIÓN

### LA DERIVA NEOLIBERAL DEL CINE CHILENO

Muchos lugares comunes recorren el ámbito del cine chileno contemporáneo. Aunque mayoritariamente se trata de prejuicios sobre sus contenidos, es posible reconocer una considerable distancia entre la cinematografía nacional y el público local, a partir de su extensión en el imaginario colectivo. Si de las películas anteriores a la era digital solía criticarse su calidad técnica, con la profesionalización del rubro en los últimos veinte años han surgido nuevas problemáticas, atravesadas por la consolidación del modelo neoliberal, y que han transformado el lugar del cine en la sociedad.

Esta disociación entre público y cine chileno se ha objetivado mediante las cifras de asistencia a películas nacionales en las salas comerciales de cine, es decir, los cortes de boleto de los complejos multisalas y las salas de cine arte. Allí, mientras progresivamente ha crecido el número de espectadores anuales totales, la cantidad de gente que va a ver cine chileno sigue siendo variablemente marginal. En general, cada año concentra en uno o dos títulos la asistencia a filmes nacionales. Se trata de hitos de taquilla que, en su calidad

excepcional, han ido marcando una tendencia en cuanto a los criterios que *debe cumplir* una obra audiovisual chilena para tener éxito en el mercado.

***El chacotero sentimental*** (1999) llevó a las salas a 792 mil personas, ***Sexo con amor*** (2003) consiguió 990 mil espectadores, ***Machuca*** (2004) atrajo a 656 mil personas a los cines. Y, recientemente, ***Stefan v/s Kramer***, con casi 100 copias en las ciudades más importantes de Chile y una campaña de marketing descomunal, logró la histórica cifra de un millón de personas en sólo dos semanas de exhibición y más de dos millones hasta su retiro del circuito.

Desde el término de la dictadura, se han creado más de 30 escuelas de cine en universidades e institutos profesionales<sup>1</sup>, de las cuales únicamente dos corresponden a universidades del Estado: la carrera de Cine y Televisión de la Universidad de Chile y la carrera de Cine de la Universidad de Valparaíso. Paralelamente, se han ido generando políticas culturales relativas al cine, en el marco de la institucionalidad cultural audiovisual –el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual (CAIA) del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA)- con el objetivo de impulsar el desarrollo de la industria audiovisual en Chile. Sin embargo, casi todos los actores del campo coinciden en que estas políticas se han enfocado fundamentalmente en el fomento a la producción y, en menor medida, a la distribución y apoyo a la exhibición, sin hacerse cargo de

---

<sup>1</sup> VERA, F. 2010: Las escuelas del Nuevo Cine Chileno. Revista Séptimo Arte [en línea] <<http://www.r7a.cl/article/las-escuelas-del-nuevo-cine-chileno/>> [consulta: 3 octubre 2012]

la estructura del modelo de circulación ni de la relación entre este sistema y los espectadores. La consecuencia inmediata de estos dos fenómenos es que se han ido produciendo cada vez más películas chilenas que no tienen asegurada la posibilidad de ser vistas por el público nacional.

De allí que ciertas estrategias comerciales hayan ido cobrando fuerza para cautivar a los públicos a que asistan a ver cine nacional. Pero, también producto de este escenario, es que se han multiplicado diversos tipos de proyectos, desde festivales a escuelas populares de cine, que parten de la crítica a la hegemonía de las multisalas como el espacio de muestra por antonomasia del cine chileno, y, actualmente, existe una disputa por el reconocimiento de las legitimidades<sup>2</sup> en el campo del cine chileno, que implica a los actores de la producción, la distribución y la exhibición, pero también a críticos, gestores y públicos organizados.

Este ensayo periodístico busca desmitificar lo que se ha llamado “crisis de audiencias” en el cine chileno contemporáneo, esto es: la falta de público en las salas de cine ante una sobreproducción de películas nacionales. Nuestro objetivo es reflexionar la noción de audiencias o públicos, en un recorrido por los principales actores del campo y sus relaciones, para lograr así un diagnóstico sobre las formas como se comprende el cine en nuestro país,

---

<sup>2</sup> BOURDIEU, P. 1989. El campo literario. Prerrequisitos críticos y principios de método. Revista Criterios (25-28):20-42.

desde las distintas posiciones de los involucrados, siempre con una intensión crítica y con el respaldo de unas lecturas que cruzan la economía, la cultura y la política.

Considero de primera importancia hacer, en estos momentos, una lectura crítica sobre el campo del cine chileno. Un campo –pienso- aún en construcción. Es necesario sospechar del punto de partida de los análisis dominantes, que se fundan en la idea de la crisis de audiencias y la hegemonía de las multisalas. Ampliar la mirada hacia las resistencias, allí donde el foco que prima es el del mercado, es la vocación de este trabajo.

Utilizando los términos y reflexiones de un marco teórico que toma elementos de la sociología de la cultura y de la economía política, confrontaré las posiciones de los diversos actores del campo audiovisual, desde un espacio que también forma parte de ese mismo campo en disputa: el Instituto de la Comunicación e Imagen (ICEI) de la Universidad de Chile, unidad académica que imparte la carrera de Cine y Televisión, el Magíster de Cine Documental y una serie de diplomados sobre audiovisual, además de producir investigación constante sobre cine chileno. Asimismo, el ICEI alberga a la Cineteca de la Universidad de Chile, con el estatuto de Programa Académico, a partir de cuya refundación en 2008 renació un año después el Cine Club Universitario: actividad estudiantil de extensión, crítica y formación de públicos. La relevancia

de esta constatación radica en que, aún en este Instituto, donde se está a la vez pensando y produciendo la circulación de imágenes audiovisuales –por lo tanto, que en más de un sentido incide sobre el ámbito del cine chileno y nunca en una dirección unívoca- la práctica crítica a ratos parece marginal, sobre todo en cuanto a pensar el lugar fundamental del público.

Por todo lo anterior, para desgranar la idea de crisis de audiencias en el cine chileno, hay ciertas preguntas básicas, cuya enunciación nos abre el camino al ensayo de las ideas: ¿A qué refiere exactamente el término crisis de audiencias? ¿Qué son las audiencias? ¿A quiénes afecta esta crisis? ¿Cómo se inscribe esta crisis dentro del sistema económico y político? ¿Existe efectivamente una industria audiovisual en Chile? ¿Quiénes son los actores involucrados en el campo audiovisual? ¿Cuáles son sus posiciones y objetivos?

Entonces, en la consideración de que el ensayo consiste en un despliegue de ideas, en este caso, bajo la forma de un producto periodístico reflexivo y subjetivo, abriré el espacio a distintas voces que tienen parte en este problema, sin abandonar la sospecha de las propuestas que robustecen los modelos afines al mercado. Intentaré ir respondiendo las preguntas específicas que van a surgir durante el examen, para tratar de acercarme a una calificación, a un juicio de la cuestión económico-política y social en el cine chileno contemporáneo. Finalmente, sobre la base de aquellos diagnósticos, propondré

pensar críticamente nuevos caminos en vista a la emancipación de los públicos,  
modos de transformar la relación entre la sociedad chilena y el cine local.

## CAPÍTULO I

### REFLEXIONES PRELIMINARES

#### El multívoco concepto de las audiencias

Desde mi acercamiento a las teorías de la comunicación, ya desde la época escolar y, más aún, en esta Escuela de Periodismo, siempre hubo una diferencia en los modos como se le llamaba al *receptor* de los objetos de la cultura. Conforme cursaba esta carrera, fui adquiriendo la convicción de que el concepto de audiencias refiere a la condición de las personas en el momento de **consumir** un producto cultural o artístico, de cualquier tipo, desde la televisión hasta el museo, abarcando –por supuesto- al cine. Hablar de audiencias resulta, así, muy distinto a hablar de públicos.

**La audiencia, por lo tanto, es un comportamiento,** un momento económico, que por eso mismo puede ser cuantificado, con independencia del tipo de experiencia o de la disposición de las personas respecto del objeto cultural.

Así como en la televisión, la audiencia todavía se mide a través del People Meter a cargo de la empresa Time Ibope, cada industria cultural tiene sus herramientas para objetivar la tendencia que marca el comportamiento del consumo de las personas. El controvertido People Meter calcula según puntos de *rating* la cantidad de televisores encendidos y sintonizados en un canal (donde un punto equivale a 63.180 personas o 18.249 hogares<sup>3</sup>), sin considerar la variabilidad del número de televidentes ni la disposición de cada espectador hacia la emisión. Es un escenario común que en las habitaciones y comedores de Chile haya un televisor siempre encendido que acompaña la íntima rutina del espacio doméstico.

En el caso del cine, la audiencia cinematográfica se calcula a través de la taquilla vendida en las 357 salas a lo largo del país, esto es, en los complejos de multisalas (306 pantallas de 3 consorcios: Cinemark, Hoyts y Cineplanet) y otros complejos y salas (51 pantallas, fundamentalmente de pequeñas cadenas regionales, más los denominados cine-arte). De la misma forma que el People Meter omite las condiciones y la mutabilidad numérica de los televidentes, este cálculo observa la venta por concepto de butacas, sin tener en cuenta la valoración de la audiencia, su disposición ante la obra, y, lo que es más problemático: **que las salas de cine no son el único lugar público de exhibición de películas.**

---

<sup>3</sup> TIME IBOPE. Rating. ¿Qué es un punto de rating? ¿Cómo se calcula el rating? [en línea] <http://www.timeibope.cl/timeibope/rating.asp> [consulta: 18 agosto 2014]

Según estos registros, emanados de la Cámara de Distribuidores Cinematográficos (CADIC), la Cámara de Exhibidores Multisalas de Cine A.G. (CAEM) y el Departamento de Estudios del CNCA<sup>4</sup>, que incluyen las salas que no son parte de complejos multisalas, desde 2008 a la fecha, se ha registrado un estancamiento de la cantidad de espectadores de cine chileno, en circunstancias que la cifra total de espectadores va en aumento, así como también ha ido creciendo la cantidad de producciones nacionales y su éxito en festivales, crítica y otras instancias de reconocimiento.

### Postdictadura: transformaciones políticas, económicas y culturales

Entre el año 1990 y 1999, es decir, durante el primer decenio posterior a la dictadura cívico-militar, las condiciones económicas y políticas modificaron las prácticas culturales en diversos sentidos. Para lo que nos compete, es sustancial explicar por lo menos las siguientes tres transformaciones: de las

---

<sup>4</sup> CAEM. 2010. Informe: El cine en Chile en 2009 [en línea] [http://www.accionaudiovisual.uc.cl/prontus\\_accion/site/artic/20100524/asocfile/20100524154134/el\\_cine\\_en\\_chile\\_en\\_el\\_2009\\_marzo\\_2010\\_.pdf](http://www.accionaudiovisual.uc.cl/prontus_accion/site/artic/20100524/asocfile/20100524154134/el_cine_en_chile_en_el_2009_marzo_2010_.pdf) [consulta: 25 agosto 2013]; CAEM. 2011. Informe: El cine en Chile en 2010 [en línea] [http://www.accionaudiovisual.uc.cl/prontus\\_accion/site/artic/20110328/asocfile/20110328172625/el\\_cine\\_en\\_chile\\_en\\_el\\_2010\\_marzo\\_2011\\_.pdf](http://www.accionaudiovisual.uc.cl/prontus_accion/site/artic/20110328/asocfile/20110328172625/el_cine_en_chile_en_el_2010_marzo_2011_.pdf) [consulta: 25 agosto 2013]; CAEM. 2012. Informe: El cine en Chile en 2011 [en línea] [http://www.caem.cl/files/El\\_cine\\_en\\_Chile\\_en\\_el\\_2011\\_Mayo\\_2012.pdf](http://www.caem.cl/files/El_cine_en_Chile_en_el_2011_Mayo_2012.pdf) [consulta: 25 agosto 2013]

tecnologías, de los hábitos de consumo y de las políticas culturales e institucionalidad.

La apertura de la economía local al capitalismo globalizado, gestada durante el segundo período de la dictadura (1981-1990), trajo consigo una serie de cambios propios del modelo neoliberal, como la flexibilización de los empleos, la liberalización de los precios a los vaivenes del mercado y la eliminación de las regulaciones para asegurar la libre circulación de capitales<sup>5</sup>. En el caso de la industria audiovisual, estas transformaciones van de la mano con el paso de la cinematografía analógica de soporte fílmico hacia las tecnologías digitales, lo que junto con transfigurar las lógicas de producción del sector audiovisual, impactaron sobre los hábitos de consumo.

La negación de la vida política y del ejercicio de la ciudadanía durante la dictadura implicó el paso de la convivencia en el espacio público a la reclusión doméstica en los espacios privados. Para el caso del consumo audiovisual, la visita a las salas de cine (que disminuyeron de 700 salas en 1970 a 70 en 1990<sup>6</sup>) pasó de ser “una actividad cotidiana a una actividad extraordinaria”<sup>7</sup>. La televisión se transformó en el medio audiovisual hegemónico y el consumo de

---

<sup>5</sup> TREJO, R. 2009. Cine, neoliberalismo y cultura. Crítica de la economía política del Cine Chileno Contemporáneo. Santiago. Editorial ARCIS. 96p.

<sup>6</sup> SAAVEDRA, C. 2013. Intimidades desencantadas. La poética cinematográfica del dos mil. Santiago. Editorial Cuarto propio. 58p

<sup>7</sup> TREJO. Op. Cit. 69p.

películas por concepto de compra y arriendo de videocasetes sustituyó la ida a teatros y cines. Paralelamente, se instalan en el período las multisalas de propiedades transnacionales: Cinemark, Showcase y Hoyts, ubicadas principalmente en los nuevos centros comerciales de los llamados *polos de desarrollo urbano*, que comienzan a captar a los consumidores, ofreciendo las películas como productos de entretenimiento.

En 2003, con la publicación de la Ley 19.891, se crea el CNCA como Consejo Nacional con rango de ministerio. Pero ya desde 1991 se habían prefigurado diversas instancias que constituyen sus antecedentes directos. Un año después de asumido el mando Patricio Aylwin, crea una Comisión Asesora Presidencial en materia de Cultura, que señala la necesidad de originar una institución dependiente del Estado que administre los asuntos culturales. Luego existirán departamentos culturales en el Ministerio de Educación (además de divisiones culturales en el Ministerio de Relaciones Exteriores y en la Corporación de Fomento a la Producción, CORFO) con diferentes funciones e importancia, hasta la creación del CNCA. Una de las tareas fundamentales de este Consejo, así como de sus organismos predecesores, ha sido la administración y asignación de recursos a través de fondos concursables a proyectos culturales en diversas áreas.

De todo lo anterior, es posible reconocer la existencia de, por lo menos, tres momentos, entre 1990 y la actualidad, en la industria audiovisual chilena:

- Una primera etapa, entre 1990 y 1999, caracterizada por la instalación de los complejos multisalas, una baja cantidad de producciones cinematográficas nacionales, así como una baja concurrencia de público a las proyecciones de cine chileno en las salas. Surge aquí una embrionaria institucionalidad cultural y una adaptación progresiva del sector productivo audiovisual a las condiciones del capitalismo transnacional.
- Una segunda etapa, entre 1999 y 2008, determinada por la adecuación del sector audiovisual a las lógicas productivas neoliberales (asociación con la cadena multimedial, énfasis en la exportación, digitalización, financiamiento compartido entre fondos concursables e inversiones privadas). Se produce un aumento significativo de las producciones audiovisuales nacionales y su consumo en salas de cine, llegando a niveles superiores al 10% del total de pantallas, en el año 2003. Destacan cintas consideradas fenómenos de masas, cuyo éxito es interpretado como una respuesta de identificación con problemáticas populares: *El chacotero sentimental* y *Sexo con amor*.

- Desde 2008 hasta la actualidad estaría en vigencia una última etapa, que se asimila con el estancamiento en el número de espectadores de cine chileno, a la par que un creciente aumento en la producción audiovisual de obras nacionales. Crece notablemente el número de salas de cine. En el caso de las multisalas, se instalan las cadenas Cinemundo y Movieland, esta última actualmente Cineplanet. Hay un aumento general de espectadores en estos consorcios, lo que ha sido considerado por las gerencias en el período más reciente para su segmentación, creando salas especiales “Premium” (VIP, 2D, 3D, HD, XD, Premier, 4DX) que integran servicios asociados. Se producen obras dirigidas al público masivo –alrededor de tres a cinco al año, la más destacada: *Stefan versus Kramer-*, con estrategias de mercado adecuadas mediante estudios y recomendaciones de los grandes exhibidores, las que logran altas cifras de taquilla.

### La crisis y las audiencias

Es este tercer momento el que define lo que se ha dado en llamar la **crisis de audiencias del cine chileno**, cuya naturaleza es estrictamente económica, es decir, está basada en la falta de consumidores y exceso de ofertas. La hegemonía de las multisalas y la noción de consumo de productos

de entretenimiento demuestran los condicionamientos culturales de la economía sobre las prácticas de la población.

En este sentido, el presente ensayo parte de la hipótesis de que la lógica del consumo audiovisual en las multisalas conlleva generalmente una experiencia de **alienación**, es decir: el público no acude a la multisala para reflexionar y encontrarse consigo mismo, sino a consumir un producto de entretenimiento, en unas condiciones que limitan la experiencia audiovisual a la *banalidad del Mall*<sup>8</sup>. El producto que se ofrece es la entretenimiento y el alimento: las ventas por confitería llegan a representar el 60% de los ingresos de estos espacios<sup>9</sup>. De tal suerte, es esperable que el cine chileno no tenga una participación mayoritaria en las multisalas, dada la desregulación de un mercado altamente competitivo, donde los representantes de los exhibidores multisalas se han negado taxativamente a la idea de asegurar cuotas de pantalla para las producciones nacionales<sup>10</sup>. Huelga decir que esta política de regulación existe en la mayoría de los países, y las razones que imponen los exhibidores se fundamentan en el mismo principio de libertad individual que rige el pensamiento neoliberal: la imposición de una cuota de pantalla para el cine

---

<sup>8</sup> Nobleza obliga a aclarar que esta paráfrasis del concepto de Hannah Arendt fue acuñada por el dibujante Leo Ríos, para su libro homónimo publicado por La calabaza del diablo en 2012.

<sup>9</sup> DEL REAL, A. 2012. Comer en las películas: el negocio más rentable de las cadenas de cine del país. La Tercera, Santiago, Chile. 20 mayo.

<sup>10</sup> CAEM. 2007. Opinión de CAEM sobre los Sistemas de Cuota de Pantalla (Documento para contribuir al diseño de la Política Nacional Audiovisual) [en línea] [http://caem.cl/Documentos/Opini%F3n%20CAEM%20-%20Sistema%20de%20Cuotas%20de%20Pantalla%20\(18%20mayo%202007\).pdf](http://caem.cl/Documentos/Opini%F3n%20CAEM%20-%20Sistema%20de%20Cuotas%20de%20Pantalla%20(18%20mayo%202007).pdf) [consulta: 19 agosto 2014].

chileno sería una limitación a la libertad de los espectadores para elegir la producción a que asistirá.

En los últimos meses, se ha demostrado un pequeño pero creciente interés del CNCA y otros organismos, como el Centro Cultural Gabriela Mistral (GAM) y el Centro Cultural Palacio La Moneda (CCPLM), por la formación de audiencias. Sin embargo, este concepto, tal como lo entiende Tobías Palma en *A llenar la platea. Esfuerzos, dudas y reflexiones sobre la ciudadanía cultural en Chile*, su memoria de título de periodista, representa un sentido de dinamización del sector productivo audiovisual, es decir: **se busca formar consumidores de los productos culturales cuya oferta es abrumadoramente superior a la demanda en el mercado comprendido por las salas comerciales**. Dice Palma que es necesaria esta formación “para que los consumidores de cultura –nuestras famosas y queridas audiencias- valoricen la cultura por el mercado y a través del mismo”<sup>11</sup>. Y remata: “Un auditor formado será el más deseoso de seguir nutriendo su propio bagaje cultural, y por lo tanto **nuestro mejor cliente** y una excelente herramienta”<sup>12</sup>. Pero la formación de audiencias no es comprendida solamente desde esta perspectiva instrumental, que busca el desarrollo económico de la industria audiovisual. Los cineclubes, por ejemplo, articulados desde 2011 en la Red de Cineclubes de Chile, también plantean la

---

<sup>11</sup> PALMA, T. 2010. *A llenar la platea. Esfuerzos, dudas y reflexiones sobre la ciudadanía cultural en Chile*. Memoria de periodista. Santiago, Universidad de Chile, Instituto de la Comunicación e Imagen. 120-124p. El destacado es mío.

<sup>12</sup> PALMA, T. *Ibid.*

necesidad de formar a los públicos, pero con objetivos políticos y culturales que se relacionan mucho más con los cambios sociales y de las estructuras económicas, y que, por lo tanto, van a contramano de la idea de robustecer el modelo neoliberal de la industria audiovisual.

### La desmitificación: crisis del modelo

Recuperando, entonces, la noción de público como la ciudadanía en el momento de la apreciación, y confrontándola con la de audiencia, que es la del consumidor en el momento del uso del producto cultural, tenemos distintas categorías que evocan diferentes formas de entender y de relacionarse las personas con el cine.

Así, **la crisis no sería de las audiencias, sino del modelo económico-político** según el cual, en el oligopolio de la distribución y la exhibición emplazado en Chile, deben competir sin regulación las producciones independientes nacionales y extranjeras, con las superproducciones de los siete grandes estudios de Hollywood que, a su vez, controlan la distribución en los complejos multisalas y algunas salas independientes<sup>13</sup>. Agrava el problema la indesligable dimensión de alienación en la experiencia del consumo de entretenimiento en los complejos multisalas, puesto que reducir el cine a un

---

<sup>13</sup> TREJO. Op. Cit. 38-42p.

producto desechable impide complejizar su alcance, sus consecuencias y sus posibilidades. Considero necesario ampliar la comprensión del cine de las condiciones que le impone la multisala. Reivindicar sus potencialidades educativas, formativas, experimentales, dado el panorama económico esbozado, es un reclamo por repensar la experiencia de los espectadores con las obras audiovisuales, recalcando que el cine, como todas las formas culturales, tiene **una dimensión simbólica que configura identidades** y que da cuenta de un estado de la sociedad en general.

Planteo esta tarea como una desmitificación porque, cuando hablamos del cine en Chile, los actores no son sólo los de la cadena audiovisual, esto es: los de la producción, los de la distribución y los de la exhibición. Hay un público o audiencias, consumidores o espectadores, que no son sino todas las personas que vemos películas, tanto en multisalas como en cine arte, cineclubes y centros culturales, en la televisión, por internet, en la casa o al aire libre, solos o acompañados. Existe una emergencia de nuevas instancias, que no son simples ventanas de exhibición, sino también fuerzas que disputan la legitimidad de la industria; algunas formales como los festivales de cine y los cineclubes, y otros más informales como ciclos temporales de cine, pantallazos, además de sitios web de descarga y visionado en línea. Estos otros actores, junto a “los que producen las obras y su valor”<sup>14</sup>, se sitúan en un espacio social,

---

<sup>14</sup> BOURDIEU. Op. Cit. 2p.

lo que Pierre Bourdieu desde la sociología de la cultura, llama **campo** en un doble sentido: “un campo de fuerzas que actúan sobre todos los que entran en ese espacio y de maneras diferentes según la posición que ellos ocupan en él, (...) a la vez que un campo de luchas que procuran transformar ese campo de fuerzas”<sup>15</sup>.

De manera paralela, se constata en los últimos años un cambio en las propuestas de los realizadores. Además de una cierta tradición que juega en distintas formas dentro de los cánones de la industria, se habla del desarrollo relativamente silencioso de un cine de autor, de un “Novísimo cine chileno”<sup>16</sup>, con propuestas estéticas y políticas que, en su diversidad, niegan la inserción completamente exitosa dentro de la lógica neoliberal del mercado audiovisual.

La activa participación del público en festivales de todo tipo, la organización de espacios de exhibición y discusión del cine como la Red de Cineclubes de Chile, la emergencia de nuevas propuestas de los realizadores, son fenómenos que reconfiguran las relaciones de fuerza en el campo del cine en Chile. Hay relaciones de todos los actores entre sí y con la industria, con el mercado audiovisual y la institucionalidad cultural, cuyas formas podríamos clasificar en **relaciones de fidelidad, relaciones de resistencia y relaciones intermedias.**

---

<sup>15</sup> BOURDIEU. Ibid.

<sup>16</sup> MAZA, G. y CAVALLO A. [edit.] 2011. El Novísimo Cine Chileno. Santiago. Uqbar Editores.

Los siguientes capítulos se encargarán de examinar este campo desde la perspectiva de los diferentes actores, siempre con el propósito crítico de pensar nuevos modos de relación entre el público, que somos todos, y las demás fuerzas en disputa en el actual ámbito audiovisual chileno.

## CAPÍTULO II: LA NOVEDAD EN LA CONTRADICCIÓN

### Perspectivas de los realizadores de cine en el Chile contemporáneo

En este capítulo revisaremos algunas posiciones de los realizadores chilenos frente a su lugar en la industria, a su relación con los espectadores, y a las propuestas estéticas de sus obras. Sin embargo, es necesario declarar que no tengo la pretensión de establecer un canon sobre las producciones cinematográficas nacionales de los años recientes. Si un sector del campo audiovisual puede considerar aquél su objetivo, esa sería la crítica. Justamente en esa dirección, podemos reconocer un hito que servirá para señalar diferentes perspectivas entre los realizadores chilenos contemporáneos. Y en ese mismo sentido, la valoración de ciertos autores, puestos en relación, se basa en la comprensión de que **tanto los contenidos y las formas narrativas como las estrategias de circulación de las obras audiovisuales nunca están disociadas de unas determinadas comprensiones de los públicos.**

## La crítica anuncia una nueva generación

En la décimo octava versión del Festival Internacional de Cine de Valdivia, en octubre de 2011, se lanzó el libro *El Novísimo Cine Chileno*, una compilación de 21 textos escritos por 21 críticos sobre el mismo número de cineastas jóvenes que comenzaron sus carreras desde 2005 y cuyas obras habrían marcado un antes y un después en la tradición cinematográfica nacional. Publicado por Uqbar ediciones y el mismo Festival de Valdivia, y compilado por los críticos Ascanio Cavallo y Gonzalo Maza (ex-director del Festival Internacional de Documentales de Santiago, FIDOCS), el libro “no oculta su intención de formar alguna clase de canon, de capturar un fenómeno que aún permanecía relativamente indeterminado”<sup>17</sup>, según la opinión de Claudio Guerrero, en un artículo de la revista de crítica La Fuga, donde reseña el libro y pone en cuestión sus alcances, desde la misma enunciación que hacen los editores.

En el prólogo, que Cavallo y Maza llaman simplemente *Explicación de este libro*, ambos críticos advierten que el Novísimo Cine Chileno sería “una generación de cineastas que se definen por tres características fundamentales: una fecha de aparición más o menos precisa, la existencia de exploraciones temáticas y formales que los diferencian de la generación anterior, y la

---

<sup>17</sup> GUERRERO, C.. 2011: El novísimo cine chileno. Revista La fuga [En línea] <http://www.lafuga.cl/el-novisimo-cine-chileno/495> [consulta: 1 diciembre 2012]

emergencia de un aparato crítico que los ha reconocido”<sup>18</sup>. De esa generación anterior con la que los novísimos marcarían una distancia, destacan Cristián Galaz, Andrés Wood y Marcelo Ferrari. Y respecto del cine de estos autores, los editores afirman que los caracterizaría “una fuerte vocación por conectar con las grandes audiencias, establecer narrativas clásicas y crear sistemas de producción industriales”<sup>19</sup>, muy en la línea de lo que en la Introducción de este trabajo se señala como **el segundo momento del cine chileno contemporáneo**, donde se producen obras como *El chacotero Sentimental* o *Machuca*, que buscan la identificación del gran público, mediante arquetipos funcionales a los dispositivos de distribución y exhibición dominantes.

La camada que Maza y Cavallo identifican a través de la selección que hacen para la crítica –también seleccionada por ellos–, hallaría sus caracterizaciones, en cuanto a su disposición con el público, en que “sin el ánimo de darles la espalda, están más interesados en apostar por un lenguaje y preocupaciones propias (...) [como la visión del] espacio íntimo como territorio de conflicto y la fragmentación familiar”<sup>20</sup>. La selección de estos veintiún cineastas es lo que Guerrero reconoce como la búsqueda de un canon, porque aquellos a quienes se deja fuera denotan tanto como los seleccionados el criterio con el cual la crítica pretende establecer un movimiento de renovación

---

<sup>18</sup> GUERRERO. Ibid.

<sup>19</sup> MAZA y CAVALLO. Op Cit 15p.

<sup>20</sup> GUERRERO. Ibid.

muy diferente del *Nuevo Cine Chileno*, el cual rompió con una tradición a partir de unas propuestas estéticas y políticas en coherencia con los procesos latinoamericanos de fines de los 60 y comienzos de los 70. Así, lo Novísimo, en un sentido estético-político, incluso puede entenderse en oposición al movimiento de Aldo Francia, Helvio Soto y Raúl Ruiz, por cuanto la propuesta del cine chileno contemporáneo se vuelca a la intimidad y el desencanto, como dirá Carlos Saavedra<sup>21</sup>, lejos de los grandes proyectos colectivos que dieron sentido al Nuevo Cine Chileno.

Aunque algunos de los compendiados sólo contaban con un largometraje en su filmografía, las críticas analizan todos los trabajos disponibles de cada autor al momento de la publicación, incluidos ejercicios de escuela, cortometrajes y videoclips. Sin embargo, por la necesidad de colocarlos en situación comparativa, el siguiente listado corresponde a los cineastas antologados y los respectivos largometrajes de su autoría, a algunos de los cuales tuvieron acceso los críticos antes de su estreno comercial:

---

<sup>21</sup> SAAVEDRA, C. Op. Cit. 28-43p.

<b>Directores</b>	<b>Largometrajes considerados en el libro <i>El novísimo cine chileno</i></b>
Matías Bize	<i>Sábado</i> (2003), <i>Juego de verano</i> (2005), <i>En la cama</i> (2005), <i>Lo bueno de llorar</i> (2007), <i>La vida de los peces</i> (2010)
Fernando Lavanderos	<i>Y las vacas vuelan</i> (2004), <i>Las cosas como son</i> (2011)
Sebastián Lelio	<i>La sagrada familia</i> (2006), <i>Navidad</i> (2009), <i>El año del tigre</i> (2011)
Alicia Scherson	<i>Play</i> (2005), <i>Turistas</i> (2009)
Alberto Fuguet	<i>Se arrienda</i> (2005), <i>Velódromo</i> (2009), <i>Música campesina</i> (2011)
Pablo Larraín	<i>Fuga</i> (2006), <i>Tony Manero</i> (2008), <i>Post mortem</i> (2010)
Ernesto Díaz Espinoza	<i>Kiltro</i> (2006), <i>Mirageman</i> (2007), <i>Mandrill</i> (2009)
Sebastián Silva	<i>La vida me mata</i> (2007), <i>La nana</i> (2009), <i>Gatos viejos</i> (2010)
José Luis Sepúlveda y Carolina Adriaola	<i>El pejesapo</i> (2007), <i>Mitómana</i> (2009)
Rodrigo Marín	<i>Los bastardos</i> (2006, co-dirigida con Santiago Correa y Edwin “Wincy” Oyarce), <i>Las niñas</i> (2008), <i>Zoológico</i> (2011)
José Luis Torres Leiva	<i>Ningún lugar en ninguna parte</i> (2004), <i>El tiempo que se queda</i> (2007), <i>El cielo, la tierra y la lluvia</i> (2008), <i>Trance 1-10</i> (2008), <i>Verano</i> (2010)
Elisa Eliash	<i>Mami te amo</i> (2008); <i>Aquí estoy, aquí no</i> (2012)
Alejandro Fernández Almendras	<i>Huacho</i> (2009), <i>Sentados frente al fuego</i> (2011)
Christopher Murray y Pablo Carrera	<i>Manuel de Ribera</i> (2009)
Cristian Jiménez	<i>Ilusiones ópticas</i> (2009), <i>Bonsái</i> (2011)
José Manuel “Che” Sandoval	<i>Te creís la más linda (pero erís la más puta)</i> (2009)
Martín Seeger	<i>Piotr: una mala traducción</i> (2009)
Nayra Illic	<i>Metro cuadrado</i> (2010)
Niles Atallah	<i>Lucía</i> (2010)
Théo Court	<i>Ocaso</i> (2010)
Camilo Becerra	<i>Perro muerto</i> (2010)

Siendo la primera publicación que afirmaba la presencia de un nuevo régimen de producción audiovisual en Chile, ya desde el mismo lanzamiento hubo reacciones a la selección, a los críticos y a los criterios de los editores. Una anécdota que muchos recuerdan –y que recogió la prensa- fue la intervención de Nicolás López, quien en el mismo lanzamiento preguntó abiertamente a los editores por qué no fue incluido, en circunstancias que se encuentra en el mismo rango de edad de los novísimos, y que sus producciones –salvo *Promedio Rojo*, estrenada en 2004- también se inscriben en el período recogido por el libro. La respuesta de los editores fue categórica: “Porque tu cine no cabe en el marco teórico”<sup>22</sup>.

### Un cine de necesidades básicas cubiertas

La distancia de unas producciones como las de Nicolás López con las de los autores compilados no tienen que ver únicamente con su contenido, también con sus condiciones de producción, distribución y exhibición.

Si bien, la gama de directores considerados novísimos es bastante heterogénea, uno de los elementos que uno puede reconocer en la selección es

---

<sup>22</sup> GONZÁLEZ, R. 2011. Las guerras del cine chileno: los autores versus los directores de taquilla. La Tercera, Santiago, Chile. 30 octubre.

que busca desidentificar lo que se entiende por Cine Chileno como aquél que se exhibe únicamente en las multisalas. Y desde allí, inhabilitar el juicio sobre las películas chilenas en función de su éxito de taquillas. Después de todo, el acceso que tiene la crítica a las producciones nacionales es mucho más amplio que la oferta de las multisalas y salas de cine arte.

En los festivales de cine, en cineclubes y sitios de visionado en línea, es posible encontrar con frecuencia una oferta mucho más amplia, temática y formalmente, que la de las carteleras de cines comerciales. Sin embargo, la comprensión de un director como Nicolás López acerca de la relación de las obras audiovisuales con el público está absolutamente determinada por las cifras de la taquilla. Orgullosa de los casi 500 mil espectadores que asistieron a ver su trilogía *Qué pena tu vida* (2010. 94.044 espectadores), *Qué pena tu boda* (2011. 200.679 espectadores) y *Qué pena tu familia* (2012, con cerca de 200 mil espectadores) en las salas de las cadenas agrupadas en la CAEM, López desestima la labor de la crítica, con unas ideas bastante cercanas a los modos dominantes de la producción hollywoodense: “Afortunadamente no soy bien criticado, porque yo pienso que la crítica no tiene ningún peso en estos momentos, que no hay ninguna persona especializada realmente. Acá en Chile, como vivimos en un lugar que finalmente es un pueblo y somos muy pocas personas las que nos dedicamos a esto, entonces siempre en las películas se juzga más al director por quién es, cuál es su origen o qué hizo y no hizo, más

que a la película *per se*<sup>23</sup>, comentó en una entrevista a Cecilia Rovaretti en el programa Viva la mañana de Radio Cooperativa.

Asimismo, defiende el hecho de que los personajes de sus películas representen papeles de sujetos con altos ingresos y cuyas atmósferas y escenarios se alejan de las “problemáticas sociales”, es decir, de la evidencia de la contradicción de clases. Para López, el estatus de vida en Chile hoy es lo suficientemente elevado como para retratar en el cine “el feísmo” que el grueso de las producciones latinoamericanas estarían destacando: “Cuando las necesidades básicas están cubiertas, comienzan las necesidades emocionales. Y a mí siempre me ha parecido más interesante hablar de las necesidades emocionales de los personajes, más que de las necesidades básicas, que siento que ya están cubiertas para mucha gente y que es un mundo que no me corresponde y del que no tengo idea”<sup>24</sup>.

Sin entrar a complejizar los modos con que López estaría abarcando unas “problemáticas emocionales” en sus cintas, hay un elemento que revela bastante su propia visión del cine, y tiene que ver con la idea de exportar una imagen país mediante estas producciones.

---

<sup>23</sup> ROVARETTI, C. 2013. Nicolás López: El problema del cine es que exporta lo peor de Latinoamérica. [en línea] Cooperativa.cl. 24 de enero, 2013 <<http://www.cooperativa.cl/noticias/entretencion/cine/cine-chileno/nicolas-lopez-el-problema-del-cine-es-que-exporta-lo-peor-de-latinoamerica/2013-01-24/152839.html>> [consulta: 29 enero 2013]

<sup>24</sup> ROVARETTI. Ibid.

Todo producto simbólico refiere a un imaginario colectivo, hay una relación indelible del representamen con el contexto donde se presenta, por lo tanto no es una idea nueva aquella de que una producción audiovisual chilena siempre está representando una posición y dejando ver una imagen de la sociedad, tanto en producciones documentales como en las ficciones. “El feísmo” contra el que despotrica López sería la estrategia de los audiovisualistas latinoamericanos para hacer exitosas sus películas en el extranjero, en el entendido que la representación hegemónica sobre América Latina tiene que ver con la pobreza, el narcotráfico, las guerrillas y dictaduras. Algo que el cine de López tiene como referente, pero para situarse en la vereda contraria, en la comprensión de Chile como un país moderno y desarrollado: “Nosotros (los latinoamericanos) tenemos, no sé si un problema, pero de exportar la peor imagen posible que tenemos en nuestros países. Tú veís todas las películas latinoamericanas que son exitosas, son películas donde se trabaja mucho el feísmo. Y no mostrar que Santiago es una ciudad igual de moderna como cualquier ciudad del mundo. O sea, es lo que yo opino. Es como Nueva York o Los Ángeles. ¿Por qué siempre enfocarse en un sector o en un lugar? Y por eso choca tanto cuando uno en Chile decide hacer una película que se trate sobre los problemas emocionales de unos personajes, que me parece que es lo más normal”<sup>25</sup>.

---

<sup>25</sup> ROVARETTI. Ibid.

Nicolás López, al día de hoy con 31 años, es responsable de una filmografía muy singular, cuyo debut, *Promedio Rojo* (2004) anticipó un estilo enfocado en la mezcla de la cultura pop adolescente y unas atmósferas fantásticas. Le siguió su único fracaso de taquilla, la coproducción chileno-española *Santos* (2008), que no pudo recuperar en las salas de cine los 6 millones de dólares que valió su realización. Y luego, la trilogía *Qué pena...* (2010, 2011, 2012) que, como ya señalé, llevó medio millón de espectadores a las salas comerciales. Desde ese momento, las perspectivas de su casa productora, Sobras Pictures, se internacionalizaron y López comenzó a apuntar directamente al público norteamericano. Rodó su primera película en inglés, *Aftershock* (2012), protagonizada por Eli Roth –el “Oso judío” de *Inglorious Basterds* y director de la dupla de horror *Hostel*– que se ambienta en un cataclismo telúrico en Chile. De ella, el propio Roth dijo: “esta colaboración marca el comienzo de lo que llamamos Chilewood, que es hacer filmes de género **para mercados globales usando los recursos que Chile ofrece**”<sup>26</sup>.

En octubre pasado, López estrenó la segunda parte de *Promedio rojo*, titulada *Mis peores amigos*, con la cual consiguió casi 25 mil espectadores sólo

---

<sup>26</sup> LETELIER, J. 2012: Aftershock: el salto de Nicolás López a Hollywood [en línea]. La tercera. 7 de febrero, 2012. <<http://www.latercera.com/noticia/cultura/2012/02/1453-429324-9-aftershock-el-salto-de-nicolas-lopez-a-hollywood.shtml>> [consulta: 10 febrero 2012]. El destacado es mío.

en el primer fin de semana de exhibición<sup>27</sup>. Las estrategias de financiamiento, provenientes 100% del mundo privado y que incluyen el uso de *product placement* en muchas escenas de sus obras, además de grandes campañas de marketing para posicionar las películas en la oferta de los productos audiovisuales de entretenimiento, han caracterizado las producciones de López. De allí que pueda afirmarse una distancia con cineastas que proponen búsquedas de otros modelos estéticos, políticos y económicos.

Pero Nicolás López es sincero en sus intenciones, desconoce la pobreza y la desigualdad, afirma no tener “nada que ver con ese mundo”<sup>28</sup> y dice que le parecería una falta de respeto meterse a hablar de un mundo que no conoce<sup>29</sup>. Desde esa perspectiva, valida el sistema de producción, distribución y exhibición dominante y, yendo más allá, va a la búsqueda del reconocimiento en el ámbito hollywoodense, un espacio donde los imaginarios que crea su cine tienen mucha más legitimidad que en el campo del cine chileno contemporáneo.

---

<sup>27</sup> S.N. 2013. Discreta taquilla marca partida de cinta El tío. [En línea] La tercera. 21 de octubre, 2013. <http://www.latercera.com/noticia/cultura/2013/10/1453-548042-9-discreta-taquilla-marca-partida-de-cinta-el-tio.shtml> [consulta: 19 agosto 2014]

<sup>28</sup> ROVARETTI. Ibid.

<sup>29</sup> ROVARETTI. Ibid.

### Festivales extranjeros: la validación foránea

Otros directores contemporáneos, sin embargo, no disocian el reconocimiento local del internacional. Más bien, valoran mucho el éxito en festivales extranjeros de renombre y no miden el éxito de sus películas en Chile tanto por el corte de boletos como por la crítica y la recepción en festivales nacionales. Financian sus obras mediante fondos concursables y a través de coproducciones con Europa y otros países de América Latina. Tienen por estrategia de circulación la presentación de las películas en festivales internacionales antes del estreno en Chile, y sus temáticas exploran el mundo íntimo y fragmentado al que refieren Cavallo y Maza, y que desarrolla ampliamente Carlos Saavedra en su libro *Intimidades desencantadas. La poética cinematográfica del dos mil* (2013), editado por Cuarto Propio. Dos representantes de este modelo son Pablo Larraín y Matías Bize.

Nominado al Óscar por su cuarto largometraje, *No* (2012), Pablo Larraín es uno de los directores del cine chileno contemporáneo que, mediante las estrategias esbozadas, ha logrado mayor reconocimiento nacional e internacional. A diferencia de su primer largo, *Fuga* (2006), que exploraba el mundo de la música y la locura, en la llamada “trilogía de la dictadura” –con bastante soltura se le ha dado esta denominación al conjunto de *Tony Manero* (2008), *Post mortem* (2010) y *No* (2012)–, los personajes y ambientes que

Larraín (re)crea están cruzados por los avatares políticos de la historia reciente. Pero él declara no hacer un cine político ni pretender documentar los procesos, sino más bien utilizar esas atmósferas para desplegar unos personajes cuya intimidad es atravesada por la violencia social<sup>30</sup>.

Con el timón de grandes proyectos como la serie *Prófugos* para HBO (primera temporada emitida en 2011 y la segunda en 2013), Larraín también trabaja en la productora Fábula, que creó con su hermano Juan de Dios. Desde esa casa, son también responsables de producciones como *La vida me mata* (Sebastián Silva, 2007), *Grado 3* (Roberto Artiagoitía, 2009), *Ulises* (Oscar Godoy, 2010), *El año del tigre* (Sebastián Lelio, 2011), *Joven y alocada* (Marialy Rivas, 2012), *Gloria* (Sebastián Lelio, 2013) o *Crystal Fairy y el cactus mágico* (Sebastián Silva, 2013), además de cortometrajes, productos publicitarios para televisión y servicio de locaciones.

La estrategia que ha utilizado este director para la circulación de sus largometrajes tiene como punto de partida los festivales internacionales. Primero, se dio a conocer en el circuito hispanoamericano, en 2007, cuando *Fuga* ganó el premio a la Mejor Ópera Prima en el Festival de Cine de Cartagena de Indias, en Colombia, y los premios a la mejor película y mejor actor (Benjamín Vicuña) en el Festival de Cine de Málaga, en España. Con

---

<sup>30</sup> LA TOMA y CINEMADICCIÓN. Filmografías del Nuevo Cine Chileno. Capítulo Pablo Larraín. s.a. [En línea] <http://vimeo.com/39740906> [Consulta: 2 febrero 2013]

*Tony Manero*, obtuvo reconocimientos en los festivales de Turín, La Habana, Estambul, Rotterdam y Varsovia, este último considerado de Clase A<sup>31</sup>. Con menos éxito en este ámbito, *Post mortem* se llevó los premios de la Crítica y Segundo Premio Coral en La Habana 2010. Y la reciente *No*, además de su nominación al Óscar, le valió a Larraín su tercer reconocimiento en La Habana, además del galardón a la Mejor Película en la Quincena de Realizadores del Festival de Cannes, también de Clase A.

“Sin festivales, las películas no existen. No tienes cómo hacerlas conocer. En los festivales las películas logran o no logran ventas, al conectar con un primer público. Es fundamental ir a los festivales, a algunos. Uno tiene la sensación de que todos son iguales, pero lamentablemente una película que parte en un festival importante tiene posiblemente un destino, al menos comercial, mucho mejor que si parte en un festival más chico. Es así. Es un poco frío decirlo, pero en la práctica los festivales Clase A, como se denominan, son festivales que sí pueden afectar el destino de una película”<sup>32</sup> afirma Larraín, en una entrevista con Blanca Lewin para el programa Filmografías del Nuevo Cine Chileno. Opinión que comparte Matías Bize, al menos sobre sus películas

---

<sup>31</sup> La Federación Internacional de Asociaciones de Productores de Cine (FIAFP), que reúne organizaciones de 27 países de los 5 continentes, regula los principales festivales de cine, agrupándolos en las categorías: **competitivos**, **competitivos especializados**, **no competitivos**, **documentales** y **de cortometrajes**. A los festivales internacionales que la FIAFP considera competitivos se les denomina “festivales de Clase A” y son catorce: Berlín, Cannes, Shangai, Moscú, Locarno, Montréal, Venecia, San Sebastián, Mar del Plata, Karlovy Vary, Varsovia, Tokio, Goa y El Cairo.

<sup>32</sup> LA TOMA y CINEMADICCIÓN. Ibid.

previas a *La vida de los peces* (*Sábado*, *En la cama*, *Juego de verano*, *Lo bueno de llorar*): “Lo que hemos hecho otros años con mis otras obras es que la película viaje primero, gane premios y tenga un recorrido afuera”<sup>33</sup>. Con esto, se busca que la exhibición de las películas en Chile tenga como principal campaña de marketing el triunfo en festivales extranjeros, asegurando de este modo la calidad de las obras a partir de la autoridad que estas instancias les estarían confiriendo.

Esta estrategia entraña diversas complejidades. En primer lugar, se prioriza por las miradas especializadas que surgen desde imaginarios diferentes de Chile como lugar de enunciación. El juicio sobre la ajenidad de la mirada es, en sí mismo, un objeto de estudio para otro tipo de investigaciones; por ahora lo relevante es enunciar que el grueso de estos festivales internacionales de Clase A se sitúan en ciudades autodenominadas cosmopolitas y tienen por declaración de principios el multiculturalismo y la globalización de los mercados audiovisuales. La decisión de los directores de hacer circular sus películas primero en el extranjero supone la consideración de que el público, los jurados y la crítica de **esos festivales internacionales tienen más legitimidad que los públicos nacionales**, al menos en cuanto al fortalecimiento de la imagen de la obra para ponerla a disposición de las carteleras y atraer espectadores.

---

<sup>33</sup> ESTÉVEZ, A. 2010. Entrevista a Matías Bize. Cinechile [En línea] <http://www.cinechile.cl/entrevista-44> [Consulta: 4 febrero 2013]

En segundo lugar, se fortalece el modelo de distribución y exhibición dominante porque existe la pretensión de generar las expectativas en el público para el consumo de estas obras en las salas comerciales. Esto es de especial relevancia, por cuanto en la mayoría de los festivales internacionales no sólo se presentan las instancias de exhibición de las competencias y muestras, publicaciones y conferencias de prensa, sino que además existen ferias de mercado, como la colosal European Film Market, asociada al Festival de Berlín o, en un terreno local, el Australab del Festival de Cine de Valdivia. En estas ferias, productores y distribuidores hacen negocios para la circulación de los productos audiovisuales que presentan, pero también acuden allí agencias que ofrecen servicios asociados a la producción: desde ofertas de locaciones hasta casting, transportes y catering.

Sin embargo, lo más peligroso de la fuerza que están cobrando estas estrategias es que **la atención hacia los públicos locales es cada vez menor**. Es decir, sólo importa su comportamiento como consumidores. Desde la posición autoritaria del reconocimiento exterior, se espera que el público nacional genere entusiasmo porque la obra viene validada por los jurados europeos. Tan grave como suponer que unos directores generan más cercanía con un público porque producen más cortes de boletos en las multisalas y cine arte, es decirle a esos públicos que tienen que ir a ver una película a las salas

comerciales porque ya ha sido reconocida por personas especializadas, cuya visión es más legítima que la de ellos.

En atención a lo anterior, Pablo Larraín reconoce una disociación entre el público y el cine chileno contemporáneo y cree que hay que seguir produciendo y experimentando: “Lo que hay que hacer es deambular, divagar, buscar. Y en la medida que eso se haga con libertad, con honestidad, con sencillez y con claridad, vamos a llegar a hacer películas que conecten más con el público, porque no somos raros, no tenemos por qué hacer películas que no conecten. Somos parte de lo mismo [público y realizadores]”<sup>34</sup>. En su reflexión, Larraín expresa su preocupación por un concepto problemático: que la búsqueda y creación del cine chileno se haga con libertad, pero es ésta la libertad individual del director, del equipo creativo, que en algún momento de su divagar encontrará el modo de relacionarse con un público al que hasta ahora no parece conocer.

Matías Bize tiene una opinión similar, en el sentido de ensayar en las temáticas los modos de acercamiento al público, sin cuestionar el sistema dominante de distribución y exhibición: “Al cine chileno le falta tiempo para tener una industria, creo que nos falta cantidad de películas también. Mientras más hagamos, van a salir mejores películas. Pero siento que vamos por buen

---

<sup>34</sup> LA TOMA Y CINEMADICCIÓN. Ibid.

camino”<sup>35</sup>. Bize secunda la intención de continuar la senda de experimentación y la vocación de construir una industria audiovisual sobre los parámetros de producción, distribución y exhibición actualmente dominantes.

### Cine anti oligárquico

En las antípodas de la posición de López, pero también de la de Larraín y Bize, se encuentran Carolina Adriazola y José Luis Sepúlveda, también considerados entre los novísimos de Cavallo y Maza, aunque ellos mismos no se reconocen como parte de un movimiento de renovación.

Cuando apareció su primer largometraje *El pejesapo*, en 2007, se habló de inmediato de que una bomba había estallado en el cine chileno. Se la comparó con *El chacal de Nahueltoro*<sup>36</sup>. Se habló de un cine incómodo, marginal, un cine sucio, de una interesante exploración narrativa, de un atrevimiento temático inédito, de otro tipo de despliegue de los actores. De la relación entre las condiciones de producción de la película y las posibilidades de un cine de resistencia.

---

<sup>35</sup> LA TOMA y CINEMADICCIÓN. Filmografías del Nuevo Cine Chileno. Capítulo Matías Bize. s.a. [En línea] <http://vimeo.com/28312128> [Consulta: 2 febrero 2013]

<sup>36</sup> HORTA, L. 2009. El pejesapo. Cine de resistencia. Cine Club de la Universidad de Chile [En línea] <http://cineclub.uchile.cl/2009/09/23/el-pejesapo-cine-de-resistencia-por-luis-horta/> [consulta: 4 octubre 2012]

En 2009, un segundo largometraje volvió a dar que hablar a la crítica, quienes solidificaban sus impresiones sobre *El Pejesapo con Mitómana*. Una búsqueda estética y narrativa, una tensión entre el género documental y la ficción, unas reflexiones sobre la actuación, la política, la familia y la ciudad. Los márgenes, nuevamente. Pero, los márgenes ¿de qué? Por lo pronto, del cine hegemónico que domina las pantallas de la salas. Porque *El pejesapo* sólo tuvo estreno comercial en el Cine Arte Alameda, donde permaneció por más de cuatro meses sin otro despliegue publicitario que el boca en boca de los entusiastas espectadores que encontraban allí una novedad, una vitalidad, una incomodidad que hace tiempo resultaba tan necesaria en el cine nacional.

*Mitómana* aún no ha sido estrenada de manera permanente en ninguna sala<sup>37</sup>, pero ambas han circulado por festivales, universidades, cineclubes y muestras populares. Actualmente, en el canal de Vimeo del portal Cinechile.cl, hay una sección con la filmografía de cortometrajes de Sepúlveda y Adriaola (*Mano armada, Montgolfier, Ojos volteadores, Corazón bajo, Vasnía, Aztlán, El destapador*) disponible en alta definición para ver en línea y descargar, además del largo *El pejesapo*. *Mitómana* no ha sido cargada en dicho sitio porque los directores han seguido realizándole modificaciones. Allí, el visionado digital de

---

<sup>37</sup> En diciembre de 2012, durante la tercera versión del Festival de la Cineteca Nacional del Centro Cultural Palacio La Moneda, hubo un pre-estreno de *Mitómana*, donde se presentó un corte diferente del que fue pre-estrenado en el Cine Club de la Universidad de Chile el 14 de abril de 2010.

*El pejesapo* ha llegado a las 5.800 reproducciones. “Las dos películas que hemos hecho no han tenido ningún mecanismo de distribución, [pero] surgió una cosa bien interesante, como que la película [*El pejesapo*] sola se distribuyó (...) De hecho, nosotros la hemos encontrado pirateada en el [persa] Biobío”<sup>38</sup>, reflexiona Carolina Adriazola en una entrevista con Marcelo Morales, director del portal Cinechile.cl.

“A nosotros nos interesan todos los puntos de exhibición”<sup>39</sup> afirmaba José Luis Sepúlveda, durante la 17ª versión del Festival de Cine de Valdivia, en 2010, donde se programó un foco con sus dos largometrajes, que finalmente fue cancelado –según les explicó la organización– por un problema de formatos de proyección. Luego de eso, Adriazola y Sepúlveda se alejaron de Valdivia. Pero dos meses antes, *Mitómana* había viajado al País Vasco, para participar de la sección Cine en Construcción del Festival de Cine de San Sebastián<sup>40</sup>.

La pareja de realizadores es, además, creadora del Festival de Cine Social y Antisocial (FECISO), donde desde 2007 han generado espacios de muestra y debate audiovisual en las poblaciones del sur de Santiago, en universidades y espacios culturales autogestionados. El FECISO también ha

---

<sup>38</sup> MORALES, M. 2010. Entrevista a José Luis Sepúlveda y Carolina Adriazola. Cinechile [En línea] <http://www.cinechile.cl/entrevista-56> [consulta: 23 octubre 2012]

<sup>39</sup> MORALES. Ibid.

<sup>40</sup> DPA. 2010. Película chilena “Mitómana” participará en sección de Cine en Construcción en San Sebastián [En línea]. El Mercurio online 24 de agosto, 2010. <http://www.emol.com/noticias/magazine/2010/08/24/432229/pelicula-chilena-mitomana-participara-en-seccion-de-cine-en-construccion-en-san-sebastian.html> [consulta: 7 enero 2013]

sido un lugar relevante para la circulación de las películas que, como las producciones de Adriazola y Sepúlveda, se sitúan al margen de la industria. Recitales de poesía, hip-hop y foros temáticos también son parte del FECISO, que en sus 12 versiones entre 2007 y 2013, han instalado la necesidad de devolver el cine al público que el sistema comercial margina por sus altos precios, por la localización de las salas en los grandes centros comerciales y por la lógica autoritaria del espectáculo en desmedro de la reflexión colectiva.

Esas mismas intenciones subyacen a las condiciones de producción de las obras de Adriazola y Sepúlveda. “Yo no podría definir lo que nosotros hacemos como marginal, no me consta. Lo que pasa es que se diferencia porque es una propuesta distinta a lo que hace el resto que quiere seguir ciertas fórmulas y que creen en una idea de éxito”<sup>41</sup> señala José Luis, en clara alusión a los modelos anteriores que hemos ejemplificado con las obras, propuestas y reflexiones de un Nicolás López, un Matías Bize o un Pablo Larraín.

El mismo Sepúlveda recalca la diferencia de los métodos: “Hacemos los guiones como si fueran poesía. Nos gusta más eso porque el sistema tradicional se asocia más a un método oligárquico, vertical, donde colocamos un foco acá, la gente pasa por acá, colocamos una cruz aquí... eso no tiene ni

---

<sup>41</sup> MORALES. Ibid.

un brillo, es un guión propio de 'los malos están aquí y ustedes ahora están acá y esto es un infierno'. Las cosas no son así"<sup>42</sup>.

La declaración de Sepúlveda sigue apuntando a situar sus obras y su propia subjetividad en oposición al sistema dominante de producción: "Creo que no *podís* ir a comer un pastel a Avenida Apoquindo y después venir a hacer una escena de pasta base"<sup>43</sup>. "Lo que nosotros hacemos es tratar de acercarnos a los conflictos que tenemos cerca. Más que hacer un cine de conflicto, nos vamos acercando a los conflictos que va uno viviendo"<sup>44</sup>. Aquello se observa claramente en sus producciones, donde gracias a la mixtura de actores profesionales y no profesionales, hay una renuncia a establecer una diferencia tajante entre documental y ficción.

Los escenarios son lugares generalmente abiertos, en la ciudad, que no han sido intervenidos por el despliegue de un gran equipo, donde no hay servicio de catering ofreciendo café y galletas a los actores, sino una cámara, un micrófono y un pequeño equipo que se mueve en un ambiente que les es propio y que, por lo tanto, no estarían *invadiendo*: "Nosotros vivimos en Puente Alto, eso yo creo que marca una diferencia"<sup>45</sup>.

---

<sup>42</sup> NAZALA, A. 2009. Entrevista a José Luis Sepúlveda. Revista Filmonauta 3.

<sup>43</sup> NAZALA. Ibid.

<sup>44</sup> MORALES. Ibid.

<sup>45</sup> MORALES. Ibid.

En una entrevista de Filmonauta, suplemento sobre cine que durante un tiempo publicó el periódico El Ciudadano, Sepúlveda cuenta como anécdota que “ahí [apunta] mataron a un cabro chico cuando filmábamos la película [*Mitómana*]”<sup>46</sup>, refiriéndose a la fragmentación urbana que creó la autopista Acceso Sur, construida como trinchera en medio de Avenida La Serena, que separa la comuna de La Pintana con La Florida y Puente Alto.

En un punto como éste es donde uno puede ver con claridad la distancia que existe entre la visión del público que tiene Nicolás López y los gestores de FECISO. Sobre sus propias películas, López afirma que “un joven de La Pintana se va a sentir totalmente identificado [...porque] la tecnología se ha democratizado”<sup>47</sup>, aludiendo a que la temática de su trilogía *Qué pena...* sería “sufrir el amor en los tiempos de Facebook”<sup>48</sup>. Sepúlveda dispara a contracorriente: “**El mismo cine chileno nos fue inspirando, despreciándolo.** No sentirse cerca de lo que se veía, ver una película donde pareciera que estuvieran jugando a una realidad que ni siquiera se acerca”<sup>49</sup>. Luego, Carolina Adriazola recuerda: “Cuando vimos *El chacotero [sentimental]*, con todo ese tema del hacinamiento, lo trataba de una forma... da rabia la verdad. O la

---

<sup>46</sup> NAZALA. Ibid.

<sup>47</sup> ROVARETTI. Ibid.

<sup>48</sup> ROVARETTI. Ibid.

<sup>49</sup> MORALES. Ibid. El destacado es mío.

misma manera en que los actores interpretan a la gente de las poblaciones, da rabia porque las cosas no son así”<sup>50</sup>.

La pareja declara hacer un cine que escucha, que no sea prepotente ni oligárquico, es decir, que tenga como punto de partida la observación del entorno donde los mismos realizadores se inscriben. Unas ideas que recuerdan en alguna medida las posiciones del Nuevo Cine Latinoamericano, movimiento que –con las diferencias epocales que los distancian– también reflexionaba la relación entre los espectadores y los realizadores, muy por fuera de la lógica tecnocrática de las cifras de taquilla. La lucha contra el colonialismo cultural está presente tanto en la cinematografía como en los textos y entrevistas de Tomás Gutiérrez Alea, Glauber Rocha y Pino Solanas. En la actualidad, la postura que asumen Adriazola y Sepúlveda es, en más de un sentido, heredera de esta vocación, pues ellos también buscarían batallar contra una forma representativa dominante, que en este caso tiene relación con arquetipos que no se corresponden a la realidad contextual, porque los mismos realizadores de esas obras comerciales miran esos mundos desde la ajenidad de los dispositivos industriales, lo que los dispone inmediatamente en una posición autoritaria frente a los públicos.

---

<sup>50</sup> MORALES. Ibid.

Sin embargo, Carolina y José Luis reconocen que ha habido y actualmente hay esfuerzos en el cine chileno por actuar de otros modos frente a los públicos. Su valoración del Nuevo Cine Chileno es muy positiva y, para ellos, en alguna medida constituyen un referente los trabajos de Raúl Ruiz, Miguel Littin y Aldo Francia. En la mirada frente a sus contemporáneos, demuestran mucho interés por los trabajos de Vicente Montecinos (*La rebelión de los pasturries* y *Lautaro 500 años en guerra*) y la pareja Bettina Perut e Iván Osnovikoff (*Un hombre aparte*, *Noticias*, *La muerte de Pinochet*), además de las animaciones de Théo Court (*Ocaso*, *Sendero*) y el “punk dadaísta” de Vittorio Farfán (*1-2-3, escape*). Todos estos autores han sido exhibidos en distintas versiones del FECISO y, coincidentemente, también han formado parte de las programaciones de los principales cineclubes asociados a la Red de Cineclubes de Chile.

El trabajo de Adriazola y Sepúlveda es fértil. Se encuentran preparando un tercer largometraje titulado *Invasión*, mientras su documental *Crónica de un comité*, reciente ganador de la competencia nacional en el 18º FIDOCS, tuvo su primera exhibición fuera de festivales en el Centro Arte Alameda el 19 de agosto de 2014. Paralelo al trabajo en el FECISO, han creado diversos Centros Audiovisuales Populares (CAPs) en poblaciones y centros culturales, tanto en Santiago como en regiones, para ampliar las proyecciones políticas de una circulación audiovisual que resista a los cánones del mercado. Los CAPs son

una especie de cineclubes populares que programan cine histórico, experimental, ciclos de autores a los que invitan para conversar con el público, y cobran entradas de aproximadamente mil pesos para darle continuidad a estas actividades. Con un funcionamiento aún irregular y esporádico, a la fecha se han creado CAPs en la Universidad de Santiago de Chile, en el Canal 3 de la Población La Victoria en Pedro Aguirre Cerda, en la ONG La Casona de los Jóvenes en la Villa O'Higgins de La Florida, en la Librería Proyección de calle San Francisco, además de las ciudades de Talca y Quillota. Conformados como Colectivo de Cine Latinoamericano FECISO, con nexos en Colombia, Bolivia y Argentina, un hecho que cristaliza su posición contrahegemónica se localiza en 2011, cuando crearon la primera versión de la Escuela de Cine FECISO, “de carácter popular, horizontal y gratuita, que contempla como base **compartir** el desarrollo de las técnicas y narrativas audiovisuales”<sup>51</sup>.

Vemos así que, si seguimos la división de la economía del cine, esta dupla se hace parte en los procesos de producción, distribución y exhibición, aunque justamente resistiendo al sistema dominante, experimentando pero desde el conflicto que se experimenta a diario como consecuencia de las formas de vida que impone el neoliberalismo. Adriazola y Sepúlveda constituyen quizás una de las expresiones más radicales y coherentes que este

---

<sup>51</sup> ESCUELA POPULAR de Cine FECISO. 2011. [En línea] <http://escuelapopulardecinefeciso.blogspot.com/> [consulta: 1 de marzo de 2013]

campo ha visto desde el movimiento del Nuevo Cine Chileno y, en un contexto de clandestinidad o exilio, también el cine de resistencia a la dictadura.

### Desgranando al Novísimo

De tal suerte, en el reconocimiento de una posición de fidelidad al sistema dominante de producción, distribución y exhibición, en la que coexisten diversas estrategias en relación al éxito y circulación de las películas, pero que comprenden al público fundamentalmente como un consumidor de productos culturales en el espacio de las salas comerciales, también vemos la presencia de unos discursos y unas acciones que se sitúan en oposición a este sistema, que buscan nuevos modos narrativos y estéticos, que amplían los horizontes de la producción y la exhibición, integrando al público a los distintos procesos que la economía política adjudica al audiovisual.

Hay, entonces, una disputa por la legitimidad del campo, que se basa en unas “tomas de posición”<sup>52</sup> que están puestas en relación con otras tomas de posición, en un universo limitado de posibilidades, que es el campo del cine chileno contemporáneo. Siempre siguiendo a Bourdieu, “el espacio de las tomas de posición tiene una lógica autónoma y la correspondencia entre tal o

---

<sup>52</sup> BOURDIEU. Op. Cit. 3-11p.

cual posición y tal o cual toma de posición no se establece directamente, sino sólo por la mediación de los dos sistemas de diferencias, de posiciones distintivas, de desviaciones diferenciales, de oposiciones pertinentes, es decir, de una forma de homología de posición”<sup>53</sup>. Habría en la descripción del campo de los realizadores, una posición de solidaridad con el modelo y una posición de resistencia, y una tercera posición intermedia –encarnada por la idea de cine de autor y la estrategia de circulación en festivales- que, sin buscar salirse de la lógica de mercado dominante, reconoce que se deben experimentar unos cambios dentro de ese sistema para poder seguir ejerciendo la producción audiovisual desde esa toma de posición.

Pierre Bourdieu nos recuerda que “**ninguna obra cultural existe por sí misma**, es decir, fuera de las relaciones de interdependencia que la unen a otras obras”<sup>54</sup>. Pienso, entonces, que la posición de una obra y la toma de posición de un artista tienen menos que ver con las condiciones de producción de las obras que con el lugar en el campo en que la obra y el artista se instalan, en relación con las demás fuerzas presentes en el campo. Pero, tanto las condiciones de producción como las estrategias de distribución y exhibición definen ese lugar en el campo y lo hacen en relación a unos modos opuestos de comprender a los públicos, que es el elemento central en todas estas reflexiones.

---

<sup>53</sup> BOURDIEU. Op. Cit. 5p.

<sup>54</sup> BOURDIEU. Op. Cit. 6p. El destacado es mío.

A continuación, continuaré describiendo otros actores del campo que, siempre en cruce con los realizadores y sus tomas de posición ya descritas, complejizan el escenario en este intento por pensar el lugar de los públicos dentro del cine chileno contemporáneo.

## **CAPÍTULO III: EL PÚBLICO OBJETIVADO**

### **El prisma de distribuidores, exhibidores y el Estado**

Hasta aquí he hablado casi indistintamente de industria, cine comercial, cine hegemónico y sistema dominante de distribución y exhibición. Pero si volvemos a la raíz del problema planteado, que es la diferencia de tomas de posición en el campo audiovisual contemporáneo en función de las relaciones con el público, habría que decir, por una parte, que no existe un consenso en cuanto a la existencia efectiva de una industria del cine chileno en la actualidad. Y por otra parte, quienes afirman que existe una incipiente industria o que es posible que haya, son precisamente quienes la constituirían.

El productor y gestor cultural Roberto Trejo, formado en la filosofía y autor de diversos textos sobre economía política e industrias culturales, reconoce tres sectores fundamentales que forman parte de una industria audiovisual: los actores de la producción, los de la distribución y los de la exhibición, además de los actores del sector servicios y los agentes financieros o financistas<sup>55</sup>.

---

<sup>55</sup> TREJO. Op. Cit. 22-24p.

Si bien entre los actores de la producción hay muchos más participantes además de los realizadores, aquí no describiré el desarrollo de la industria audiovisual en Chile. Únicamente cabe consignar que, para la definición que da Trejo, los actores de la producción son todos aquellos que intervienen en el proceso de realización de una película hasta antes de su puesta en circulación, ya sea en labores creativas (guión, producción, dirección, montaje, arte, diseño de vestuario, etc.) o técnicas (iluminación, electricidad, maquillaje, sonido, postproducción, etc.).

Los actores de la distribución serían quienes se encargan de “acercar el producto al consumidor final”<sup>56</sup>, es decir, todos quienes trabajan en “vender los derechos de exhibición de la obra (propiedad intelectual) en las diferentes ventanas que existen para ello: Sala, DVDs, TV, Digital, Internet, telefonía móvil”<sup>57</sup>. Y finalmente, los actores de la exhibición serían los pertenecientes al último sector de la cadena: los trabajadores y administradores de las ventanas de exhibición, que son en primer lugar –y con una hegemonía indiscutible- las tres cadenas de multisalas asociadas en la CAEM: Cinemark, Hoyts y Cineplanet, y en segundo lugar las llamadas salas de cine arte, que se encuentran principalmente en Santiago y el Gran Valparaíso. Esos serían los agentes de la industria involucrados en el campo.

---

<sup>56</sup> ORDÓÑEZ, L. 2012: Experiencias del Estado de Chile en distribución audiovisual. Santiago. Reflexiones y Cine sin fronteras. 62p.

<sup>57</sup> ORDÓÑEZ. Ibid.

También, desde el esfuerzo por modificar el foco, reconozco como actores o agentes a los propios públicos y las instancias que nosotros, como “simples” subjetividades frente al cine, nos damos. El capítulo siguiente está dedicado a los cineclubes y las organizaciones populares que avanzan a contramano de las iniciativas industriales. A continuación, me propongo auscultar las posiciones de los actores de la distribución y la exhibición.

Pero antes: el Estado... ¿dónde ubicamos al Estado? Múltiples caminos habría que tomar para dar respuesta, porque si bien tiene sus instituciones culturales y el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes está en vías de constituirse en Ministerio (en la convergencia entre el CNCA, el Consejo de Monumentos Nacionales y la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos), no existe una línea de acción política que articule los programas y fondos que el CNCA impulsa. Esto no quiere decir, sin embargo, que no haya una forma dominante con que el Consejo lleve adelante sus políticas públicas. La hay y es “proteger y promover la diversidad cultural”<sup>58</sup> pero sin introducir modificaciones en la industria que los privados puedan ver como una regulación al mercado. Es decir, una contradicción que sitúa todo rango de acción del Estado frente a la cultura en la posición de fidelidad al modelo hegemónico. Por eso situaré en

---

<sup>58</sup> FEDDERSEN, A. 2012. Nuevo Cine Chileno. Y ahora, ¿quién podrá difundirlo?. Revista La panera (26):20.

este capítulo las posiciones que ha adoptado el Estado frente a la distribución y exhibición.

### Mucho pescado en el refrigerador

Bruno Bettati, ex-presidente de la Asociación de Productores de Cine y Televisión, fundador de la casa productora Jirafa, con sede en Valdivia, y de la agencia de promoción cinematográfica CinemaChile, renunció en abril de este año a la dirección del Festival Internacional de Cine de Valdivia, para integrarse al CNCA por petición de la ministra Claudia Barattini, en el cargo de Coordinador de Políticas del Programa de Fomento. Se considera a sí mismo un industrialista, una persona que trabaja estructurando instituciones: “El cine me interesa en la medida que podamos generar grandes estructuras para hacer un sistema que funcione y no esté al vaivén del subsidio público”<sup>59</sup>, afirma. Y es entusiasta en su diagnóstico inicial, innovador y emprendedor, podríamos decir, utilizando el vocabulario de la tecnocracia: “Se tiende a decir ‘en Chile no hay industria audiovisual’, es decir, se parte negando y yo estoy seguro que sí puede haber, de hecho baso todo mi trabajo en esa dirección, pero lo que

---

<sup>59</sup> Entrevista a BRUNO BETTATI. Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica de Chile. Miércoles 26 de septiembre de 2012, 19 hrs.

quiero decir es que va a haber industria en la medida que queramos que haya”<sup>60</sup>.

En la 19ª versión del FICValdivia, Bettati lanzó su libro *Why Not? Política Industrial para el Audiovisual Chileno*, una investigación publicada con el financiamiento del CNCA y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). En dicho texto, describe tres proyectos de Industria Audiovisual impulsados por el Estado de Chile, desde 1942 a la actualidad: un primero (1942-1949), de carácter desarrollista, en que el Ministerio de Economía, a través de la Corporación de Fomento a la Producción (CORFO) funda los estudios Chile Films, y por lo tanto, toda su estructura física y administrativa le perteneció al Estado. El segundo proyecto (1949-1973), comienza con el desmantelamiento de los estudios de Chile Films y culmina con el golpe militar. Consistió básicamente en la exención de impuestos tributarios y aduaneros a las empresas privadas que importaban maquinarias e insumos cinematográficos, con el objetivo de estimular indirectamente la compra de equipamiento para el desarrollo audiovisual en el país. El último proyecto, actualmente en curso, comienza en 1992 con la creación de los Fondos de Desarrollo de las Artes y la Cultura (FONDART) y, a diferencia de los anteriores, a través de estos fondos el Estado otorga recursos no reembolsables para que, en un principio los

---

<sup>60</sup> BETTATI. Ibid.

realizadores, pero luego también productores y comercializadores, dispongan de recursos para producir contenidos audiovisuales y ponerlos en circulación.

Desde 1992, ha cambiado la institucionalidad de los FONDART, se creó el CNCA, dentro del cual opera el Consejo del Arte y de la Industria Audiovisual (CAIA), que tiene como objetivos, entre otros, la administración de estos recursos. Asimismo, dentro de este período, las líneas de financiamiento al audiovisual y los montos se han multiplicado.

Bettati llama “estrategia pentaministerial” a la política de financiamiento del proyecto en curso del Estado para la industria audiovisual, porque los fondos provienen de 5 organismos públicos, aunque en estricto rigor no todos son ministerios. En 20 años (1992-2012, período que abarca el estudio), el Estado ha dispuesto 108 millones de dólares para la producción, distribución y comercialización de productos audiovisuales, los que se desglosan de la siguiente manera, de mayor a menor inversión:

<b>Ministerio o Consejo Nacional</b>	<b>Monto entregado (1992-2012)</b>
Consejo Nacional de la Cultura y las Artes	US\$50 millones
Consejo Nacional de Televisión	US\$41 millones
Ministerio de Economía (CORFO)	US\$12 millones
Ministerio de Relaciones Exteriores (a través de la Dirección de Asuntos Culturales, DIRAC)	US\$2 millones
Ministerio del Interior (a través de la Subsecretaría de Desarrollo Regional y Administrativo)	US\$1 millón

A lo anterior, habría que sumar la participación del BID, el que mediante el programa Acción Audiovisual, que ejecuta la Pontificia Universidad Católica de Chile, dispone de recursos cercanos a los US\$2 millones para la articulación de la cadena de producción, con lo que se llega a la cifra señalada por Bettati de US\$108 millones como inversión total en estos 20 años. A partir de este análisis en su investigación, reconoce un gran problema: salvo por la disminución de recursos de todos los organismos públicos para destinar fondos a la reconstrucción luego del terremoto de 2010, existe una curva en ascenso de los gastos del Estado en función del desarrollo de la industria audiovisual y una demanda proporcionalmente creciente de los trabajadores del área debido a la profesionalización del sector.

“Si el Estado dice ‘no vamos a hacer proyectos de ley para modificar esto porque no somos un país regulador, no nos interesa decirle al privado cómo tiene que hacer las cosas, nosotros incentivamos, somos un Estado subsidiario, no somos un Estado que pone las reglas sino que regula el desorden’, si esa es la política, hay que decirle inmediatamente a nuestros diferentes gobiernos que si hoy día vamos en 20 millones de dólares al año y en 108 en total, vamos a necesitar 25 millones de dólares y después 30 y después 35 y 40, para que lo vayan pensando los futuros ministros de Hacienda, si nos vamos a limitar a esto”<sup>61</sup> advertía Bettati hace dos años, y reconocía que esa política es avalada y de hecho exigida por parte de los trabajadores del audiovisual: “No es sólo el gobierno el que tiene esta actitud, también somos nosotros quienes siempre decimos ‘más fondos, más fondos’. Esa es la única demanda de los productores y creadores culturales, no hay otra. Y el resultado es una hipérbole que a mi modo de ver está fuera de control”<sup>62</sup>.

Ese diagnóstico debe instalarse sobre el escenario que la industria denomina “crisis de las audiencias”. Descontando los éxitos de taquilla, que en el caso de *Stefan versus Kramer* representa más de la mitad del corte total de boletos de películas chilenas en multisalas, en 10 años se han producido más de 250 largometrajes que no tienen mercado de explotación, porque el modelo para distribuir las y exhibirlas es ponerlas a competir con las producciones de

---

<sup>61</sup> Ib. BETTATI.

<sup>62</sup> Ib. BETTATI.

Hollywood, distribuidas por paquete a las cadenas multisalas por las *majors*<sup>63</sup>. Éstas son grupos empresariales dedicados a la distribución y asociados a las grandes distribuidoras de Hollywood, “cuyas subsidiarias forman las Film Board de cada país y se nuclean en cámaras de distribución, remitiendo a los países sedes las utilidades que deja la comercialización de los productos audiovisuales representados”<sup>64</sup> y que copan la cartelera de las multisalas.

En estas ventanas de exhibición, “los estrenos aparecen los jueves y luego de cuatro días de pantalla (es decir, el domingo), los encargados determinan si la película cortó suficientes boletos para seguir siendo exhibida. Este método exige que haya una gran afluencia inicial para mantener la obra disponible, lo que implica una campaña publicitaria acorde. Esto no es ningún problema para producciones hollywoodenses millonarias, de hecho, a veces el presupuesto publicitario es superior al costo de la película. En cambio, para los filmes de autor, que por lo general se realizan con menos de un millón de dólares, este sistema es un pésimo incentivo para lograr un mayor impacto mediático, en desmedro de la calidad artística”<sup>65</sup>, ilustra Mildred Doll, programadora del Cine Arte Normandie.

---

<sup>63</sup> UIP (Universal y Paramount), Disney (Touchstone, Miramax, Buena Vista, Hall Pictures), Sony-Columbia (TriStar, Columbia, Sony Classics), Fox, Warner y Metro Goldwyn Mayer. En Chile, actualmente operan Warner, Fox, Disney, Columbia y Paramount

<sup>64</sup> TREJO. Op. Cit. 23p.

<sup>65</sup> FEDDERSEN. Ibid.

Por lo tanto, desde la perspectiva de Bettati, la única solución para que el contenido producido en el país tenga una explotación comercial es exportarlo fuera de Chile: “Tenemos un montón de contenido listo, tenemos un montón de pescado en el refrigerador por así decirlo, y tenemos toda una masa de gente que es profesional, dedicada, que vive de esto, y si esas producciones tienen un pésimo desempeño doméstico, la única posibilidad comercial que nos queda está afuera, en los mercados internacionales. Así vamos a seguir asegurando los puestos de trabajo, la subsistencia de las empresas y la calidad de nuestro producto, y que no se nos corte el stock”<sup>66</sup>. Pero hay algo más: “Cuando uno va a [los mercados de] un festival como Cannes, donde hay 15 mil profesionales y, de éstos, 13 mil venden y 2 mil compran, te podrás imaginar el grado de competitividad, es una guerra, entonces nosotros necesitamos una fuerza de venta a otro nivel. Necesitamos un ejército de vendedores, no ya de productores ni directores, esos ya están, todos quieren producir, dirigir, unos pocos quieren hacer foto o profesiones intermedias, pero nadie quiere vender. Y ese es un problema en nuestra industria”<sup>67</sup>.

Un ejército de vendedores para llevar el cine chileno a lugares donde sea rentable, porque acá no lo es. La propuesta de Bettati surge a partir de la desidia del Estado por promover un cambio en el sistema de distribución y exhibición. Él lo reconoce, pero además es de la idea de que las producciones

---

<sup>66</sup> BETTATI. Ibid.

<sup>67</sup> BETTATI. Ibid.

nacionales son de muy alta calidad y que hay mercados donde esa calidad es reconocida y valorada, y por lo tanto se deben explotar allí esas películas. La gestión de la ministra Barattini, así como de toda la segunda administración Bachelet, es todavía demasiado corta como para hacer un balance de los eventuales cambios que podrían producirse en esta materia, pero con la inclusión de Bruno Bettati en el Programa de Fomento del CNCA es de esperar que se intensifique la promoción cinematográfica nacional hacia el extranjero.

#### Estrategias de promoción de la industria

El Estado, a través de la CORFO, ha apoyado al menos dos iniciativas que van en la dirección que señala el ex-director de FICValdivia: **CinemaChile** (2009 a la actualidad) que busca la “promoción de la industria televisiva y cinematográfica chilena en mercados internacionales y facilitar la presencia masiva de realizadores y representantes nacionales en dichas instancias”<sup>68</sup> y la mencionada **Acción Audiovisual** (también de 2009 a la actualidad, y en conjunto con el BID, como señalé), cuyo objetivo es “contribuir a mejorar la competitividad de la industria audiovisual chilena e incrementar su acceso al mercado regional e internacional, convirtiéndolo en un sector atractivo, rentable y que aporte al desarrollo cultural del país. [Para lo anterior] se pretende

---

<sup>68</sup> ORDÓÑEZ. Op. Cit. 60p.

mejorar la articulación entre los diversos eslabones de la cadena productiva de la industria audiovisual y fortalecer algunas capacidades que, actualmente, limitan su desarrollo potencial”<sup>69</sup>.

También a través de la CORFO, el Estado ha apoyado diversas instancias para desarrollar mejor la distribución del audiovisual chileno. Entre 1999 y 2009, fueron siete proyectos estudiados por el ex director del Departamento de Creación Artística del CNCA, Leonardo Ordóñez, para un artículo de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO):

1. Apoyo de CORFO al Desarrollo de Proyectos Audiovisuales
2. Proyectos asociativos de fomento para la Distribución y Comercialización del Cine
3. Apoyo de CORFO a la Distribución y Comercialización Audiovisual
4. Acuerdo de Co-distribución Internacional
5. Asistencia técnica con foco en Distribución Internacional
6. Información de Mercado
7. Prospección de Mercados

Entre las conclusiones que Ordóñez obtiene del análisis de estos casos, se recoge nuevamente la dificultad que comporta el predominio de las *majors* en la distribución, con su modelo de venta por paquete y la consiguiente

---

<sup>69</sup> ORDÓÑEZ. Op. Cit. 61p.

saturación de las carteleras en los complejos multisalas. Pero también se hace hincapié en la necesidad de desarrollar habilidades para la distribución: definición de públicos objetivos, segmentación de mercados por región, estrategias de medios, estrategias comerciales para la venta de derechos de exhibición y precios de venta. Asimismo, que no haya propuestas de distribución que innoven en su estrategia es clave, a juicio de Ordóñez, puesto que la forma hegemónica que todos siguen (campañas publicitarias, copias en salas, estreno comercial y exhibición en cartelera) ya estaría demostrando su ineficacia, por lo menos en cuanto a películas chilenas.

De lo anterior, uno de los elementos que más se resalta –y que también destacan los informes de la CAEM– es la necesidad de **definir públicos objetivos**. ¿Qué significa esto? En gruesos términos: aislar mediante estudios de mercado y a través de la observación del comportamiento económico de las películas en cartelera, los criterios geográficos, rangos etarios y socioeconómicos de los espectadores, que permitan definir estrategias de marketing correctas. Sobre este punto, volveremos hacia el final del capítulo.

## Carencia y necesidad de consumidores audiovisuales

Leonardo Ordóñez reconoce que entre los factores que mejorarían la comercialización del cine chileno se encuentra, sin duda, la formación de audiencias. Señala como un error de las políticas del CNCA la ausencia de un Plan Nacional de Formación de Audiencias, dirigido a la “formación de hábitos de consumo audiovisual”<sup>70</sup>, en la misma línea de comprensión mercantil de Tobías Palma. Si hablan de formar audiencias de la misma forma como en cualquier otro sector productivo se habla de formar mercado, revelan con mucha claridad el modo en que los industriales observan a los espectadores: como meros consumidores de productos simbólicos que dinamizan el sector audiovisual y permiten avanzar en el desarrollo de la industria, fortaleciendo el modelo de circulación existente.

Sin embargo, el hecho de que no haya un plan nacional o una política sistemática no quiere decir que el Estado no haya prestado atención a la formación de audiencias, entendiéndola de la misma forma como Ordóñez y Palma, es decir, la necesidad de formar consumidores para que la industria funcione. En la línea de financiamiento de Difusión Regional del Fondo Audiovisual, se señala que éste tiene por objetivo destinar recursos para “eventos audiovisuales realizados en el país, de impacto regional o local, como

---

<sup>70</sup> ORDÓÑEZ. Op. Cit. 54p.

festivales, muestras e itinerancias y actividades para la formación de audiencias”<sup>71</sup>. Dicha línea financia proyectos con hasta 30 millones de pesos, con un tope de 230 millones del total de proyectos a adjudicárselos, y exige un cofinanciamiento de al menos un 10% del total solicitado al CNCA.

Roser Fort, directora del Centro Arte Alameda, igualmente reconoce la necesidad de la formación de audiencias, en un sentido similar: “Necesitamos generar un aumento en el público que accede a ver películas chilenas”<sup>72</sup>. Y destaca la labor de su centro cultural en el desarrollo del cine nacional: “Nosotros en el fondo hacemos lo que debiera hacerse desde el Estado que es mantener las películas, solventar esta falta de público, manteniéndola pero pensando en los autores, en los directores que han hecho estos proyectos, y en Alameda las películas no se sostienen por la cantidad de público, se sostienen por las otras actividades que tenemos, tenemos eventos de música, tenemos patente de alcoholes. Pero no es el público, si no yo cerraríamos el cine. O sea, o no daría más películas chilenas. No es por ahí el ingreso. Por eso, una manera de formar la audiencia que el cine chileno necesita es financiar la exhibición. Financiar, por una parte las producciones independientes en los cine arte y del ‘Hollywood chileno’ en las multisalas, porque no todas las películas parten fuerte, sino que hay que sostenerlas en el tiempo. El público en las películas

---

<sup>71</sup> CNCA-FondosCultura. 2013. Base de Concurso Público. Fondo de Fomento Audiovisual-Línea Difusión, implementación y equipamiento. Convocatoria 2013.

<sup>72</sup> Entrevista a Roser Fort. Centro Arte Alameda. Jueves 27 de septiembre de 2012, 17.50 hrs.

chilenas de contenido no está acostumbrado a ir inmediatamente, se demora en llegar, porque no tienen el bombardeo de marketing que tienen las otras”<sup>73</sup>.

El Estado tampoco ha hecho oídos sordos a estas reclamaciones, porque también existe una línea de financiamiento del Fondo Audiovisual que apoya la exhibición de cine nacional. Pero el requisito que dificulta la participación de los cine arte por sí solos es que deben contar con al menos tres salas para postular. Sin embargo, en 2011 esta asociación efectivamente se dio y entre el Centro Arte Alameda, el Cine Arte Normandie, El Biógrafo y el Cine Club<sup>74</sup> de la Universidad Austral –en Valdivia- obtuvieron recursos cercanos a los 150 millones de pesos para desarrollar estrategias de exhibición, sin el riesgo de la falta de público en las primeras semanas. Actualmente, esta Línea de Apoyo a la Exhibición del Cine Nacional cuenta con un presupuesto de 360 millones de pesos y financia proyectos individuales con hasta 180 millones.

La visión del público reducido a consumidores de mercancías simbólicas es más cruda aún en los informes que anualmente emite la Cámara de Exhibidores Multisalas de Chile, la asociación gremial de las grandes cadenas.

---

<sup>73</sup> FORT. Ibid.

<sup>74</sup> En el capítulo IV describiré brevemente la singularidad de este espacio que, a pesar de autodenominarse Cine Club, opera más bien como una sala de cine arte, por cuanto no realizan foros, lo que ha sido históricamente la característica principal de los cineclubes.

### Cuota de pantalla, públicos objetivos y *pop corn*

En 2007, se publicó el primer documento titulado *Opinión de CAEM sobre los Sistemas de Cuotas de Pantalla*, alertados por la posibilidad de una legislación que obligara a los exhibidores a asegurar un mínimo de tiempo y espacio para las producciones nacionales. Este debate ha vuelto a abrirse a partir del proyecto del 20% de música chilena en las radios. Además, en 2013, antes de concluir su mandato como diputado, el actual embajador en Argentina, Marcelo Díaz (PS), promovió a través de un video con actores chilenos, un Proyecto de Ley del Cine Chileno que asegure cuotas de pantalla.

El primer documento de la CAEM desestima un tipo de legislación como esa, argumentando la libertad de empresa, la libertad de comercio, “el derecho de los espectadores para elegir libremente la programación que deseen”<sup>75</sup> y denunciando una discriminación arbitraria “a un sector [el cine de Hollywood] en beneficio de otro [el cine nacional]”<sup>76</sup>, lo que desincentivaría nuevas inversiones por parte de las cadenas de multisalas, que entre 1993 y 2007 invirtieron más de US\$100 millones en la instalación de los complejos. Su propuesta se basa en la autorregulación comercial privada (acuerdos sin intervención del Estado entre productores, distribuidores y exhibidores), una campaña nacional del cine que incluya como bandera la lucha contra la piratería y que posicione “el cine

---

<sup>75</sup> CAEM. Op. Cit. 5p.

<sup>76</sup> CAEM. Ibid.

como alternativa de alto valor en el uso de los tiempos libres de los chilenos”<sup>77</sup>, además de un aumento diferenciado en el apoyo financiero de parte del Estado “a aquellas películas que a partir de un análisis riguroso de los factores de éxito se definan que tienen las condiciones para convertirse en un éxito de taquilla”<sup>78</sup>.

Lo primero que llama poderosamente la atención es el reclamo que hacen los exhibidores por el derecho de los espectadores a elegir qué ver. Es decir, asumen la defensa de una voluntad que no es posible de objetivar de otro modo que no sea mediante las cifras de taquillas. La voluntad de los públicos se expresaría en su comportamiento económico, lo que equivale a decir que **en esa relación de mutua dependencia, las condiciones del mercado determinan las tendencias de los consumidores.**

El siguiente punto que me parece alarmante es la necesidad de definir públicos objetivos para las estrategias de comercialización. Los informes de la CAEM sobre Cine en Chile en 2009, 2010 y 2011 sólo insisten en lo anterior, añadiendo además que la permanencia de las películas nacionales en las pantallas de multisalas no es responsabilidad del exhibidor, sino de la eficacia de las campañas publicitarias, las cuales son trabajo de los productores y distribuidores. El informe sobre 2011, a la luz de la exhibición de *Violeta se fue a los cielos*, propone como requerimientos de éxito comercial el que la película

---

<sup>77</sup> CAEM. Op. Cit. 8p.

<sup>78</sup> CAEM. Ibid.

tenga una temática de interés nacional –lo cual resulta bastante difícil de definir, que la labor de la distribución esté a cargo de distribuidores profesionales y no de los mismos productores, que se diversifiquen los géneros<sup>79</sup> y que se distribuyan igualitariamente las fechas de estreno de las producciones nacionales, esto último, algo que el mismo Bruno Bettati reconoce como un error en la coordinación entre los productores, los distribuidores y los exhibidores<sup>80</sup>. Otro elemento que para la CAEM estaría asegurando el éxito de taquilla de un film nacional es el renombre de su director. El informe sobre 2011 afirma que algunos nombres se han convertido en **marcas de calidad**, y cita como ejemplos a Andrés Wood, Pablo Larraín, Matías Bize y Nicolás López.

La idea de un público objetivo comienza como una provocación a mi propia comprensión de los públicos. Nuestras tendencias sólo pueden ser objetivadas mediante criterios que aíslan el comportamiento de la percepción. Los públicos somos un conjunto de subjetividades, ninguna igual a la otra, ninguno igual al otro. Pensar lo contrario es retroceder a comprensiones de la comunicación propias de la primera mitad del siglo XX, es decir: concebir a un espectador como un receptáculo de información y contenidos simbólicos que, degradado a la condición del consumidor, tiene un comportamiento frente a la

---

<sup>79</sup> Lo que puede ser entendido y aplicado únicamente bajo la estrecha comprensión de que las películas se dividen en los géneros de estilo (acción, drama, comedia, aventura, terror, suspenso, romántica, ciencia ficción, musical, etc.), dejando en posición minorizada cualquier producción mixta, documental o experimental.

<sup>80</sup> BETTATI. Ibid.

industria que se traduce en la elección de una película en cartelera, sin importar el modo en que le afecta, cómo la percibe, qué ponderación hace de ella. Si va mucha gente a las salas, la película es buena. Si no va tanta, la película no es buena. Ecuación que omite toda condición subjetiva del espectador y que, en la idea de ir al cine como un uso del tiempo libre para la entretención, limita las potencialidades de la imagen audiovisual a las características espectaculares de la sala de cine. Si se puede definir un público objetivo es porque cada película tiene su público, entonces lo único que le resta a los cineastas contemporáneos es seguir la receta de lo que dicten los estudios de mercado.

La comprensión del cine como espectáculo de entretención está en las antípodas de pensar el cine como detonante de reflexiones y debates. Un espectador en una sala del cine, adentro de un centro comercial, rodeado de locales de comida rápida, atosigado por los servicios de confitería en el interior del cine, no tiene las posibilidades de volverse sobre sí mismo y cavilar acerca de la obra. Es una experiencia de la inmediatez, lo cual se refuerza con la dominancia de los servicios asociados y el hecho de que las ventas de confitería representen hasta el 60% de los ingresos de estos lugares de exhibición.

El gerente de marketing de la cadena Hoyts, Roberto Rasmussen, afirma entusiasta: “hoy ir al cine tiene que ver con una experiencia, no sólo con el

hecho de mirar una historia: puedes optar por 3D, HD, contenidos alternativos como ópera o partidos, que también han llevado más gente a las salas”<sup>81</sup>. En esa línea, las cadenas han optado, además de la multiplicación de salas Premium, por ampliar la oferta de productos gastronómicos más allá de los confites y las bebidas. Las palabras de Ricardo Osorio, jefe de marketing y ventas de Cineplanet, son más ilustrativas que mis propias deducciones: “Lo que pasa es que nosotros tenemos que generar nuestros productos de acuerdo a lo que quiere la masa, y lo que quiere la masa es comer en el cine”<sup>82</sup>.

Es aquella idea la que nos refiere la alienación de los espectadores, en el sentido de una relectura del concepto marxista del proletario alienado. En el contexto de una sociedad altamente mediatizada, el proletario contemporáneo no se define solamente por no poseer los medios de producción, sino también y más específicamente por no poseer los medios de producción simbólica; no es proletario por tener solamente su fuerza de trabajo para negociar en el mercado, sino complementariamente, lo que transa es su atención y subjetividad<sup>83</sup>.

---

<sup>81</sup> STEFAN V/S KRAMER ya es la más vista del cine chileno y salas incrementan público en 2012. 2012. La tercera, Santiago, Chile. 17 de agosto.

<sup>82</sup> DEL REAL. Ibid.

<sup>83</sup> DE SANCTIS, FILIPPO (1986). Per una ricerca-transformazione con el publico dei mídia. Roma. Bulzoni. Cit. en: MACEDO, F. 2010. Cineclube e Autoformação do Público. En: ALVES, G. Y MACEDO, F. [Edit.] Cineclube, Cinema & Educação. San Pablo, Brasil. Editora Praxis. 41-42p.

Como lo interpretó Guy Debord, en el contexto de una sociedad donde la imagen reproduce y legitima los modos de producción y acumulación de capital: “La alienación del espectador en beneficio del objeto contemplado (que es el resultado de su propia actividad inconsciente) se expresa así: cuanto más contempla, menos vive; cuanto más acepta reconocerse en las imágenes dominantes de necesidad, menos comprende su propia existencia y sus propios deseos. La exterioridad del espectáculo respecto del hombre activo se manifiesta en que sus gestos ya no le pertenecen a él, sino a otro que los representa. Es por eso que el espectador no se siente en su sitio en ninguna parte, porque el espectáculo está en todas”<sup>84</sup>. Los conceptos de espectador y espectáculo ilustran aquí la separación que Debord critica en tanto separación total del trabajador respecto de su propia vida, por lo tanto la dimensión mediática sería solamente la más visible o superficial de la sociedad espectacular. Estos alcances, sin embargo, pertenecen a un terreno más amplio y complejo que esta investigación sobre los modos como el mercado determina la comprensión de los públicos en el cine chileno contemporáneo.

---

<sup>84</sup> DEBORD, G. (1967) La sociedad del espectáculo. Buenos Aires. La marca editora. Tesis 31. [edición sin paginación]

## CAPÍTULO IV

### DEVOLVERLE EL CINE AL PÚBLICO

“La imagen audiovisual es el elemento más importante de los procesos de subjetivación y desubjetivación del hombre en el siglo XX. Y es claro que el orden del capital se apropió de la imagen audiovisual para alienar a las masas humanas. Por eso, en el plano de la subversión cultural, es necesaria la reapropiación y resignificación de la imagen audiovisual en dirección a la emancipación de la humanidad”<sup>85</sup>.

Giovanni Alves  
Cineclubista, sociólogo y académico brasileño

Originada de la voz latina *alienatio*, que denominaba el estado de ajenidad de un ente respecto de otro, la palabra castellana **alienación** se usa con frecuencia para referir esa misma ajenidad pero de un sujeto respecto de sí mismo. En sus tempranos *Manuscritos económico-filosóficos* (1844), Karl Marx desarrolla el concepto para describir la relación entre el trabajador y las riquezas que produce. Dentro del sistema económico capitalista, el trabajador no es propietario de los medios de producción, por lo tanto, se somete a un contrato con un empleador para vender su fuerza de trabajo a cambio de un salario. Fruto de su trabajo son las riquezas que produce, pero al trabajador no le pertenecen, sino al dueño del medio de producción. Éste, al ponerlas en circulación, extrae de su producción un valor adicional, que se conoce como

---

<sup>85</sup> ALVES, G. 2010. O cinema como experiência crítica. Tarefas políticas do novo cineclubismo no século XXI. En: ALVES, G. y MACEDO, F. Op. Cit. 15p.

plusvalía, de este modo va aumentando el capital con el objetivo de acumularlo<sup>86</sup>. Resumido a la manera de un Marx para Principiantes, podemos entender que, para el marxismo, la alienación del trabajador no es tanto en el nivel de la conciencia, sino en un sentido material inmediato: todas las riquezas que produce le son ajenas.

Para aplicar el concepto al cine espectacular y la preeminencia de la imagen audiovisual, es necesario tener en cuenta su uso en la tradición marxista, pero revitalizando su dimensión de la conciencia. En estos dos sentidos, importa afirmar lo siguiente, al modo de un axioma: **los espectadores no somos meros receptores de un mensaje, somos productores del sentido** que le otorgamos a ese mensaje, a partir de las condiciones que nuestras experiencias han marcado en nuestra forma de percibir. De allí que cuando estemos hablando de alienación de los espectadores, en el sentido materialista y de la conciencia, nos refiramos a que el modelo dominante de producción, distribución y exhibición del cine impone unas condiciones que limitan el sentido que los espectadores producen sobre las obras.

La experiencia de ver una película en la sala de una cadena exhibidora, al interior de un centro comercial, donde los servicios asociados –la venta de

---

<sup>86</sup> MARX, K. 1844. Manuscritos económico-filosóficos de 1844. [en línea] <<http://www.marxists.org/espanol/m-e/1840s/manuscritos/man1.htm#1-4>> [consulta: 21 agosto 2014]

golosinas, fundamentalmente- son parte constitutiva del “ir al cine”, impide una disposición reflexiva, que permita ampliar el sentido de los espectadores. Mayores limitaciones parecen introducirle las tecnologías de la imagen y el sonido que buscan crear un ambiente de *hiperrealidad*, en circunstancias que se está ampliando la distancia entre cada espectador y su propia capacidad interpretativa, cuando dichas tecnologías se presentan como **experiencias por sí solas, a las que el espectador se entrega.**

La película se acaba y el espectador sale de la sala de la cadena. Camina los pasillos donde retumban los sonidos de otras películas siendo exhibidas. No hay espacio para la reflexión ni menos para la discusión. Se comenta la obra entre las personas que acudieron en pareja o en grupo. Impresiones inmediatas. Luego, el patio de comidas, las tiendas, la puerta del centro comercial. La calle.

#### Cineclubismo: movimiento cultural y político

En contraposición a esta manera, hegemónica y limitante, de concebir el cine, existen desde hace un siglo y en diversos países los cineclubes. Primordialmente, se trata de asociaciones de públicos aficionados, abiertas y sin fines de lucro, que programan periódicamente en un espacio determinado

cintas de diversa índole, las que son presentadas, puestas en contexto previo a la proyección, y, acabada la película, discutidas horizontalmente, con la medida de un moderador.

Si bien, podemos hablar de que en estos momentos, en Chile se está produciendo un renacimiento del movimiento cineclubista, la tradición surge pocas décadas después del nacimiento del mismo cine. Utilizado en 1907 por primera vez por el empresario francés Edmond Benoît-Levy, socio de la compañía cinematográfica Pathé, el término Cine-Club describía en su etapa primitiva la instancia colectiva de proyección y discusión de películas. En 1913, algunos grupos e individualidades de afinidad ácrata y comunista, crearon en París el Cinema du Peuple, “un cine propio, proletario, del pueblo, del público.”<sup>87</sup>. La principal característica, también, era **el debate entre el público** hacia el final de la función, con la singularidad de que eran proletarios organizados quienes se reunían y la instancia de la organización era eminentemente política.

En 1920, el director y crítico Louis Delluc desarrolla un primer Cine-Club en Francia, en el sentido como lo conocemos hasta hoy, apoyado en una publicación de textos críticos llamada *Le Journal du Ciné-Club*. Esta instalación del concepto marcó un hito fundamental, pues se trataba de una amalgama

---

<sup>87</sup> JINETES SAMPLADORES DE IMÁGENES. 2011. Cronología del cineclubismo 1907-1922. Luneta - Gaceta cineclubista del Centro Histórico del DF (1):10.

entre exhibición, debate y crítica, que muchos cineclubes contemporáneos han heredado hasta hoy. En la década de los 20 y 30, se fundan diversos cineclubes en Europa, principalmente en España, Francia, Alemania y Reino Unido. En América Latina, el concepto tuvo algunos usos en México en los años 20, pero con operaciones mayormente como salas de cine tradicionales.

Durante la segunda versión del Festival de Cannes, en 1947, se crea la Federación Internacional de Cineclubes (FICC), organización que se propone “comenzar un archivo, estimular el intercambio de películas a nivel internacional y velar por la no comercialización de los cineclubes. Uno de los gestores más representativos fue Henry Langlois, fundador de la histórica Cinemateca Francesa”<sup>88</sup>. A partir de este postulado fundacional, pero también en un sentido práctico, a lo largo de la historia, la mayoría de los cineclubes ha tenido estrechas relaciones con cinetecas o archivos de los cuales abastecerse para desarrollar sus muestras sin fines comerciales.

La búsqueda de un cine político o social, en nuestro país, en las décadas de los '60 y '70, que cuajó en el llamado Nuevo Cine Chileno, tuvo parte de su gestación en el cineclubismo. En 1954, los entonces estudiantes de arquitectura

---

<sup>88</sup> ESCORCIA, V. 2008: Antecedentes del cineclubismo como programa pionero a nivel mundial en formación de público cinematográfico. Revista Luciérnaga Audiovisual (1). Facultad de Comunicación Audiovisual. Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Medellín, Colombia. [En línea] <http://www.politecnicojic.edu.co/Luciernaga/archivospdf/cineclub%283%29.pdf> [consulta: 1 de febrero de 2013]

de la Universidad de Chile, Peter Chaskel y Sergio Bravo, fundan con el apoyo de la Federación de Estudiantes (FECh) el Cine Club Universitario, que sesionaba regularmente los sábados durante las décadas de los '60 y '70, hasta el golpe de Estado, en el Salón de Honor de la Casa Central de la Universidad de Chile. Chaskel y Bravo realizaron una serie de documentales “sociales” muy relevantes, categorizados dentro del movimiento del Nuevo Cine Chileno (*Aquí vivieron, Aborto, Testimonio, Venceremos, Parkinsonismo y cirugía, Las banderas del pueblo, etc.*).

Asimismo, en agosto de 1962, el cineasta y médico pediatra Aldo Francia crea el Cine Club de Viña del Mar, cuya actividad desemboca en el Primer Encuentro Latinoamericano de Cine de Viña del Mar de 1967, posteriormente conocido como Festival de Cine Latinoamericano de Viña del Mar, considerado por muchos el hito nuclear del Nuevo Cine Chileno. Emblemática fue su versión de 1969, donde se exhibieron tres de las obras más representativas del movimiento: *Valparaíso mi amor* de Aldo Francia, *Tres tristes tigres* de Raúl Ruiz y *El chacal de Nahueltoro* de Miguel Littin<sup>89</sup>.

Interrumpida toda actividad cultural y política con el golpe militar de 1973, la actividad cineclubista en Chile comienza a rearticularse con la refundación del Cine Club de la Universidad de Chile en septiembre de 2009. Desde 2004,

---

<sup>89</sup> GUERRERO. Op. Cit.

se venían gestando las intenciones por refundar la Cineteca de la Universidad de Chile, que en esta segunda etapa queda a cargo de Peter Chaskel, en ese momento también profesor de la carrera de Cine y Televisión. Para Chaskel, lo más lógico era que junto con la refundación de la Cineteca, se reabriera el Cine Club, por lo cual, junto al profesor Luis Horta, convoca a un grupo de estudiantes del Instituto de la Comunicación e Imagen, interesados en la labor crítica, de curatoría, exhibición y formación de públicos. Ilustrativamente, la función que reinaugura el Cine Club Universitario es la proyección de *El pejesapo*, con la presencia de sus directores José Luis Sepúlveda y Carolina Adriazola. Esto nos revela la sintonía de las posturas y acciones que van caminando a contrapelo del cine dominante en Chile.

Los estudiantes que desarrollan el Cine Club de la Universidad de Chile rápidamente se ponen en contacto con otras organizaciones y en octubre de 2010, durante el Festival de Cine de Valdivia, se lleva a cabo la Primera Convención de Cineclubismo, instancia que se repite en 2011 y 2012, y que a la fecha ha logrado reunir a 19 cineclubes<sup>90</sup>, de siete regiones del país. Ellos

---

<sup>90</sup> En Santiago: Cine Club de la U. de Chile, Cine Club Lumière del Colegio La Girouette, Cine Club Mayor de la U. Mayor, Cine Club USACH, Cine Club La Mosca.

En regiones: Cine Club de la Universidad de Valparaíso, Cine Club Valparaíso, Cine Club Viña del Mar (de la Cineteca de la U. de Viña del Mar), Cine Club de la Escuela de Arquitectura de la U. de Talca, Cine Club de la U. de Concepción-Sede Los Ángeles, Cine Club Derecho U. de Concepción, Cine Club Santo Tomás (UST-Sede Concepción), Cine Club Linterna Mágica (U. de la Frontera), Cine Club La Claqueta (de Padre Las Casas), Cine Club de la U. Austral (en Isla Teja, Valdivia), Cine Club Raúl Ruiz (en Río Negro), Cine Club Subtopo (en Osorno) y los

constituyeron el 7 de julio de 2011 la Red de Cineclubes de Chile, una organización sin carácter legal ni formal, que en la interpretación de la formación de públicos para el cambio social y cultural, busca trazar líneas de acción colectiva con el objeto de incidir en el campo audiovisual, en temas como los derechos de autor, la educación cinematográfica y las redes de distribución y exhibición.

Dentro de la misma Red no hay solamente una postura en torno a estos ámbitos. De hecho, como se menciona en el capítulo anterior, el Cine Club de la Universidad Austral en Valdivia funciona un poco como sala de cine arte y otro poco como cine club, pues durante la semana exhiben películas sin costo, primordialmente dirigidas al público universitario, y los fines de semana hacen exhibiciones comerciales, incluidos estrenos nacionales. En ninguna de estas instancias es frecuente la ejecución de los foros posteriores a la exhibición. Pero, como quiera que sea, los debates, ponencias y mesas de trabajo desarrolladas en los tres encuentros cineclubistas en Valdivia, han coagulado en una toma de posición, fundamentalmente en cuanto a la formación de públicos como eje motriz de los cineclubes.

---

recientes cineclubes de Llanquihue y Puerto Varas, creados por las direcciones de educación municipal.

## Educación horizontal y emancipación

La interpretación del movimiento cineclubista sobre la formación de públicos es bastante opuesta a la comprensión que de ella hacen los actores de la industria y el mismo Estado, en el sentido de crear consumidores para satisfacer las demandas del mercado. El cineclubismo chileno, en línea con las posturas y reflexiones de la misma FICC, considera que **ante la abundancia de imágenes audiovisuales en circulación, es necesaria la educación cinematográfica de los públicos**. Si los Estados no se dan las instancias a través de la educación formal, los cineclubes reivindican ellos mismos esa labor educativa, en un sentido horizontal de autoformación de los públicos, pues no existe en las dinámicas cineclubistas la jerarquía pedagógica que proponga una lectura unívoca de las piezas audiovisuales. Por el contrario, el hecho de que, por una parte, se programen contenidos que no tienen amplia circulación en los canales tradicionales y, por otra, los foros posteriores a la exhibición sean abiertos, contribuye a ampliar los sentidos posibles de interpretación de las películas, de su relación con los contextos, de sus alcances artísticos y de su dimensión técnica.

Ramón Reyes, estudiante *sui generis* de Ingeniería Comercial y miembro fundador del Cine Club La Mosca, que funciona en la Facultad de Economía y Negocios de la Universidad de Chile, considera que el foro es el eje central de

los cineclubes, lo que los hace únicos y a la vez fundamentales: “El foro nos permite socializar la imagen, convirtiéndolo en un acto colectivo y no individual. La interacción se empobrece también cuando la experiencia cinematográfica se traslada al computador, a ver una película en línea o a través de redes sociales. Nosotros buscamos dejar atrás al espectador pasivo, sacándolo simplemente del rol de observador y consumidor de un producto cinematográfico. La reflexión escapa del hecho efímero de consumo de cine. [Los cineclubes] creemos en la distinción entre cultura y entretenimiento, identificamos la entretención con un acto necesario pero más irreflexivo y nos oponemos a que la imagen se subvalore frente a las artes, que es lo que ha venido haciendo la televisión”<sup>91</sup>.

Siempre a partir del cine foro, Ramón establece una relación entre el cineclubismo y la educación popular: “El debate es un espacio que abre el diálogo, que apunta a la retroalimentación de opiniones, ideas, reflexiones y conocimientos. Pocos son los espacios de debate libre y popular donde se da la oportunidad de que una audiencia, casi siempre heterogénea, pueda compartir puntos de vista. Además de relacionar el cine con el contexto social, político, y sus problemáticas, acá se le da importancia al cine como una excusa para el aprendizaje y la sospecha”<sup>92</sup>.

---

<sup>91</sup> Entrevista a RAMÓN REYES. Carpa del Centro de Estudios Científicos, Valdivia. 5 de octubre de 2012, 17 hrs.

<sup>92</sup> REYES. Ibid.

Para la Red de Cineclubes, además, es muy importante contar con la participación de espacios que se desarrollen en lugares sin acceso a la circulación de piezas cinematográficas. En la Tercera Convención de Cineclubes celebrada en Valdivia en 2012, hubo una mesa dedicada a la Descentralización, cuyos expositores fueron Karla Díaz y Carlos Molina, cineastas egresados de la Universidad de Chile que crearon un Taller de Formación de Audiencias y Cine Club en la localidad de Curanipe, comuna de Pelluhue, en la uno de los sectores de la costa del Maule que sufrió los peores embates del terremoto y maremoto de 2010.

Si bien contaron con el apoyo financiero del Fondo de Fomento Audiovisual y, además, la Municipalidad de Pelluhue les facilitó infraestructura, los resultados del taller no fueron muy fértiles, al menos en cuanto a la cantidad de asistentes. Las reflexiones de estos jóvenes a partir de su experiencia en Curanipe apuntan a la necesidad de que estos proyectos tengan una estrategia inclusiva y no invasiva, que haya un conocimiento de la comunidad por parte de los gestores, para adecuar el proyecto a las circunstancias: “En la formación de audiencias es importante concebir al ‘otro’ como un igual, y no como alguien que sólo irá a escuchar, un respeto en donde quien enseña termine aprendiendo. Y, en esa misma línea, no se puede pretender lograr en dos meses algo que en verdad se relaciona con cambiar hábitos desde la misma

base, un cambio estructural. Ello sería algo casi autocomplaciente, el sentir que se hizo 'algo' y listo: cifras rendibles en cuentas públicas y nada más. Los proyectos o intervenciones no debiesen pensarse como una actividad que termina en un determinado momento, con inicio y fin claro, ya que después de eso ¿qué queda en la gente? Hay un conocimiento, es cierto, pero no pueden seguir poniéndolo en práctica, puesto que el único espacio para hacerlo era en el marco de la actividad misma"<sup>93</sup>, reflexiona Carlos. Y al diagnóstico añade una prescripción: "Se debiese centrar la atención más en entregar herramientas que permitan a la comunidad en cuestión desarrollar y autogestionar determinados espacios también, acordes a su realidad"<sup>94</sup>.

Ramón Reyes, aunque es consciente de los alcances de la actividad cineclubista, describe una debilidad principal en el intento de articularse los cineclubes de la Red. Desconfía de la organización porque a ratos ésta parece volcarse a objetivos inmediatos, desatendiendo el proyecto que la constituye: "El diagnóstico que nosotros hacemos es que de la misma forma en que el sistema nos incentiva a no sospechar de la imagen, la vorágine nos obliga a priorizar actividades que provoquen retornos económicos, como fondos concursables, y esto dentro de los entusiastas nos deja con la energía limitada,

---

<sup>93</sup> MOLINA, C. 2013. Reflexiones en torno a la Descentralización y Formación de Audiencias. Revista Séptimo Arte [En línea] <http://www.r7a.cl/2013/01/reflexiones-en-torno-a-la-descentralizacion-y-formacion-de-audiencias/> [consulta: 20 marzo 2013]

<sup>94</sup> MOLINA, Ibid.

que nos alcanza apenas para el mantenimiento de las iniciativas locales”. Este problema se fundamenta en que la actividad cineclubista se hace a pulso, es decir, a voluntad. Los entusiastas a que se refiere Ramón son en su mayoría estudiantes universitarios que, en algún sentido, “militan” en la causa cineclubista, pero ese ánimo es insuficiente para sostener una organización nacional con un proyecto a largo plazo, precisamente porque cada cine club se aboca al desarrollo de su propia actividad.

Otro problema que reconoce Ramón es la carencia de un plan de comunicaciones que le permita a los cineclubes tener visibilidad en el espacio público, para superar el estado de aislamiento que supone su actividad mayoritariamente al interior de las universidades: “Un desafío importante propio de los cineclubes hoy es la sobreinformación a la que está sometido el espectador. Pero los desafíos implican una oportunidad y, así como algunos productores cinematográficos han creado webseries, revistas digitales, perfiles en las redes sociales, nosotros estamos conscientes de que esta es una de las líneas de acción obligadas de cualquier organización social que busque comunicar algo para transformar algún aspecto de la sociedad”<sup>95</sup>.

La postura de Ramón evidencia que hay más de una tendencia en la Red. Y así como los cineclubes universitarios reclaman el rol educativo que el

---

<sup>95</sup> REYES. Ibid.

Estado abandonó con el desmembramiento de las universidades de Chile y Técnica en 1981, también hay otros que no pretenden buscar más público ni desarrollar actividades fuera de la institución del cine club. Es el caso del Cine Club Lumière, dirigido por la crítica Lucía Carvajal, que opera en el Colegio La Girouette, en un barrio de la burguesía de Santiago. En la práctica, hay una declaración de principios que todos los cineclubes comparten, que es la autoformación de los públicos para el cambio social, pero dentro de la misma Red conviven distintos niveles de compromiso frente a un mismo diagnóstico, lo que indefectiblemente entorpece la ejecución de proyectos colectivos.

#### La vocación y el alcance popular

Sin embargo, la propuesta cineclubista se ha hermanado con otros proyectos contra el sistema dominante de circulación audiovisual. Algunos cineclubes han sido sede de festivales “de resistencia” como el FECISO en el Cine Club de la Universidad de Chile y el Sanfrik-Festival Internacional de Contra-Cine en el Cine Club La Mosca. El alcance efectivamente popular de estos espacios es relativo, salvo en el caso de FECISO, que si bien realiza estas alianzas con un cine club o centros culturales en el centro de Santiago, tiene como lugares de exhibición principal las poblaciones. Santo Tomás y El Castillo, en La Pintana, la Villa O’Higgins en La Florida, La Legua en San

Joaquín y La Victoria en Pedro Aguirre Cerda son algunas poblaciones donde se han desarrollado diversas versiones del FECISO, siempre al aire libre y con la intención de fundir la experiencia del visionado colectivo y el debate con las prácticas propias de la misma población.

“Es otro tipo de festival” –dice José Luis Sepúlveda- “se hace en la población misma. La gente habla ahí mismo con los realizadores. Si no le gusta, va y te lo dice. Es algo mucho más severo y más interesante, porque para la gente que va a mostrar se produce un crecimiento real”<sup>96</sup>. Carolina Adriazola acota: “Hay gente que se pone a discutir entre medio. Unos pifian, otros dicen que se callen. La gente se expresa, si está en la calle. Es otra onda”<sup>97</sup>.

“Estas mismas ventanas de exhibición proveen nuevas posibilidades de mirada, que es lo que nosotros estamos buscando”<sup>98</sup>, concluye Sepúlveda, en una disposición muy similar con el discurso cineclubista: la amplitud en la creación de sentido de los espectadores.

Finalizando con la narración de las disposiciones de resistencia a la industria, hay que destacar el proyecto de educación popular iniciado por Carolina Adriazola y José Luis Sepúlveda: la Escuela Popular de Cine FECISO,

---

<sup>96</sup> MORALES. Ibid.

<sup>97</sup> MORALES. Ibid.

<sup>98</sup> NAZALA. Ibid.

una escuela horizontal y gratuita “que funciona como taller en un ciclo de 6 meses, dándole la mayor importancia a la creación como fuente de expresión. Las dos ramas de conocimiento son Realización Audiovisual Libre y Comunicación de Resistencia, y, obviamente que va orientada a una educación más justa [en] que todos aprendamos de todos, en un enfoque no mercantil y en base a compartir conocimiento”<sup>99</sup>. En 2012, realizaron la segunda versión y las películas que de allí surgieron se han exhibido en los mismos festivales populares, pero también en Centros Audiovisuales Populares –los CAPs descritos en el Capítulo II-, por cuya multiplicación y desarrollo también deben aportar los estudiantes de la Escuela Popular de Cine: “Los requisitos es [sic] que además de compartir conocimientos en la rama de Realización Audiovisual, se deben formar Centros Audiovisuales Populares. Esto se refiere a que cada participante entregue una posibilidad de distribución y acercamiento con la comunidad, que implique que se exhiban las propias películas de los creadores y que no sólo se dependa del circuito de festivales elitistas o de los monopolios conservadores de siempre”<sup>100</sup>.

Así, vemos que la experiencia del renacimiento de los cineclubes y la articulación de instancias populares de realización y circulación se complementan en pos de un mismo objetivo. Existen diferentes grados de

---

<sup>99</sup> COLECTIVO MIOPE. 2011. Entrevista a José Luis Sepúlveda, director de Mano Armada. Cinechile [En línea] <http://www.cinechile.cl/entrevista-82> [consulta: 7 marzo 2013]

<sup>100</sup> COLECTIVO MIOPE. Ibid.

compromiso, diferentes niveles de análisis, distintos métodos para avanzar en la construcción de una resistencia al cine dominante y los circuitos que lo reproducen. Pero todos estos ejercicios coinciden en **devolver la mirada a los públicos, revalorizar la subjetividad de los espectadores, dejar de pensarlos como audiencias en el sentido de su objetivación comercial,** pues esa mirada surge del mismo prisma que busca el desarrollo de una industria audiovisual en Chile, en el marco de una sociedad neoliberal, donde el consumo de cine es una actividad comercial más, sólo que trae consigo un “valor agregado”: la dimensión cultural.

En este escenario, la producción de sentido sitúa el problema de la percepción en el terreno político, donde el reclamo por la apropiación de la imagen audiovisual es la vitalización de la subjetividad de los públicos frente a la hegemonía del mercado que los limita.

## CONCLUSIONES

### LA PALABRA DEFINE AL PÚBLICO

“El campo artístico está englobado en el campo del poder”<sup>101</sup>, declara Bourdieu, “al mismo tiempo que dispone de una *autonomía relativa* con respecto a él”<sup>102</sup>. Esta doble relación que, por una parte, liga el arte al poder y, por otra, reclama una independencia relativa, nos recuerda la doble dimensión que la economía política le otorga a las obras de arte<sup>103</sup>: como bienes económicos (producidos en unas condiciones materiales específicas y puestos en circulación para su consumo o uso) y como bienes culturales (con una dimensión simbólica que apela a la identificación de quienes los consuman).

Si el arte no fuera un campo a la vez dependiente del poder y autónomo de él, toda importancia social del arte estaría subordinada a su éxito económico, y entonces tendríamos que concederle legitimidad a unas tomas de posición como las de Nicolás López. O a la disposición de Luciano Cruz-Coke, ex ministro presidente del CNCA, quien en su última cuenta pública celebraba las estrategias de cintas reconocidas en festivales internacionales y afirmaba que

---

<sup>101</sup> BOURDIEU. Op. Cit. 15p.

<sup>102</sup> BOURDIEU. Ibid.

<sup>103</sup> THROSBY, D. 2001. Economía y cultura. Cambridge University Press. Madrid, España. 18-22p.

“cuando los creadores consideran dentro de la planificación de sus películas el gusto del público general, se combinan con los esfuerzos adecuados de distribución, promoción y marketing –última parte de la cadena de producción que hemos buscado enfatizar-, podemos tener una industria que se profesionaliza, que demuestra estándares sanos y que no tiene por qué necesariamente perder en la calidad del producto”<sup>104</sup>.

Este recorrido nos habla de unas posturas y unas tomas de posición antagónicas. Hay fuerzas que se relacionan entre sí en el campo audiovisual chileno de la actualidad, y esas relaciones señalan distancias y acercamientos, afinidades y contrariedades, pero nunca quietud.

Tal vez no sea éste el lugar donde dirimir si efectivamente el cine chileno contemporáneo constituye una industria como tal. No me interesa hacer una declaración de ese tipo. Pero se puede afirmar que es un campo; un campo en construcción, en constante dinamismo, cuyos actores establecen sus posiciones en solidaridad o en oposición con los demás. Observar estas relaciones nos sirve para esclarecer una posición propia frente al mismo campo. Y la relevancia de hacerlo en una memoria universitaria para optar al título de periodista, dentro de una institución involucrada desde distintos ámbitos en el campo del cine chileno, pretende un carácter autorreflexivo en estas páginas.

---

<sup>104</sup> CRUZ-COKE, L. 2013. Cuenta pública del CNCA. [En línea] <http://www.cultura.gob.cl/institucion/cuenta-publica-participativa/> [consulta: 2 febrero 2013]

La vocación era, como señalé en la Introducción, ingresar al problema con una perspectiva crítica.

De allí que cuando nos descubramos aplaudiendo la presencia de una cinta chilena en los premios Oscar o la presentación de un proyecto de ley que busque asegurar una cuota de pantalla para el cine chileno, debemos ser cautelosos. Existen complejidades en este campo. Hay un modo dominante de entender el cine que degrada al público a la categoría del consumidor, y que implica un proceso de alienación que consuma la separación debordiana entre la contemplación en la sociedad del espectáculo y una vida verdaderamente vivida.

¿Por qué el poder no habla del público sino de las audiencias? El cambio en los términos es muy ilustrativo. En el concepto de audiencia no existe la dimensión de lo público que los espectadores organizados reivindican. En el uso del término **público** hay una postura que nos devuelve a las concepciones más clásicas de la política, al *koinón* y el *ágora* griegos, hoy enterrados bajo el cadáver inmenso del individualismo neoliberal. Lo público es el lugar de la palabra, el ejercicio más elemental de la política, que es la vida en comunidad. La ficción de Milton Friedman<sup>105</sup> según la cual la sociedad no existe sino como

---

<sup>105</sup> Cfr. FRIEDMAN, M. 1962. Capitalismo y libertad. Madrid, Rialp. 1966

la suma de individuos es el soporte de la reducción a lo privado que se ha hecho en todas las dimensiones de la vida humana.

Los cineclubistas hablan de cambiar el foco para transformar las relaciones sociales y las configuraciones culturales que el capitalismo ha determinado. Cuando Jacques Rancière reflexiona sobre el lugar del espectador de teatro, es innegable la transposición hacia los públicos cinematográficos: “Mirar es también una acción que confirma o que transforma”<sup>106</sup> las posiciones de cada individuo y grupo dentro de la sociedad que compartimos. “El espectador también actúa. Observa, selecciona, compara, interpreta. Liga lo que ve con muchas otras cosas que ha visto en otros escenarios, en otros tipos de lugares”.

Es hora de dejar de pensar en los espectadores como meros receptores o variaciones en las cifras de asistencia a las salas. Hay esfuerzos y proyectos de resistencia al modelo neoliberal del cine, que están desarrollando una lenta pero significativa transformación: de la audiencia en crisis que estanca al mercado, a unos públicos activos y críticos, cuyo horizonte es la emancipación en cuanto humanidad.

---

<sup>106</sup> RANCIÈRE, J. 2010. El espectador emancipado. Castellón, España. Ellago Ediciones. 23p.

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros

- ALVES, Giovanni y MACEDO, Felipe. [Edit.] ***Cineclube, Cinema & Educação***. San Pablo, Brasil. Editora Praxis.
- DEBORD, Guy. (1967) ***La sociedad del espectáculo***. Buenos Aires. La marca editora [edición sin paginación].
- FRIEDMAN, Milton. 1962. ***Capitalismo y libertad***. Madrid, Rialp. 1966
- MARX, Karl. 1844. ***Manuscritos económico-filosóficos de 1844***. [en línea] <http://www.marxists.org/espanol/m-e/1840s/manuscritos/man1.htm#1-4> [consulta: 21 agosto 2014]
- MAZA, Gonzalo. y CAVALLO, Ascanio. [edit.] 2011. ***El Novísimo Cine Chileno***. Santiago. Uqbar Editores.
- ORDÓÑEZ, Leonardo. 2012: ***Experiencias del Estado de Chile en distribución audiovisual***. Santiago. Reflexiones y Cine sin fronteras.
- RANCIÈRE, Jacques. 2010. ***El espectador emancipado***. Castellón, España. Ellago Ed.
- TREJO, Roberto. 2009. ***Cine, neoliberalismo y cultura. Crítica de la economía política del Cine Chileno Contemporáneo***. Santiago. Editorial ARCIS.

- SAAVEDRA, Carlos. 2013. ***Intimidades desencantadas. La poética cinematográfica del dos mil***. Santiago. Editorial Cuarto propio.
- THROSBY, David (2001): ***Economía y cultura***. Cambridge University Press. Madrid, España.

### Tesis

- PALMA, Tobías. 2010. ***A llenar la platea. Esfuerzos, dudas y reflexiones sobre la ciudadanía cultural en Chile***. Memoria de periodista. Santiago, Universidad de Chile, Instituto de la Comunicación e Imagen.

### Documentos

- CAEM. 2007. ***Opinión de CAEM sobre los Sistemas de Cuota de Pantalla*** (Documento para contribuir al diseño de la Política Nacional Audiovisual) [en línea]  
[http://caem.cl/Documentos/Opini%F3n%20CAEM%20-%20Sistema%20de%20Cuotas%20de%20Pantalla%20\(18%20mayo%202007\).pdf](http://caem.cl/Documentos/Opini%F3n%20CAEM%20-%20Sistema%20de%20Cuotas%20de%20Pantalla%20(18%20mayo%202007).pdf) [consulta: 19 agosto 2014].
- CAEM. 2010. Informe: El cine en Chile en 2009 [en línea]  
[http://www.accionaudiovisual.uc.cl/prontus\\_accion/site/artic/20100524/asocfile/20100524154134/el\\_cine\\_en\\_chile\\_en\\_el\\_2009\\_marzo\\_2010\\_.pdf](http://www.accionaudiovisual.uc.cl/prontus_accion/site/artic/20100524/asocfile/20100524154134/el_cine_en_chile_en_el_2009_marzo_2010_.pdf) [consulta: 25 agosto 2013]

- CAEM. 2011. Informe: El cine en Chile en 2010 [en línea] [http://www.accionaudiovisual.uc.cl/prontus\\_accion/site/artic/20110328/asocfile/20110328172625/el\\_cine\\_en\\_chile\\_en\\_el\\_2010\\_marzo\\_2011\\_.pdf](http://www.accionaudiovisual.uc.cl/prontus_accion/site/artic/20110328/asocfile/20110328172625/el_cine_en_chile_en_el_2010_marzo_2011_.pdf) [consulta: 25 agosto 2013]
- CAEM. 2012. Informe: El cine en Chile en 2011 [en línea] [http://www.caem.cl/files/El\\_cine\\_en\\_Chile\\_en\\_el\\_2011\\_Mayo\\_2012.pdf](http://www.caem.cl/files/El_cine_en_Chile_en_el_2011_Mayo_2012.pdf) [consulta: 25 agosto 2013]
- CNCA-FondosCultura. 2013. **Base de Concurso Público**. Fondo de Fomento Audiovisual-Línea Difusión, implementación y equipamiento. Convocatoria 2013.
- CRUZ-COKE, Luciano. 2013. **Cuenta pública del CNCA**. [En línea] <http://www.cultura.gob.cl/institucion/cuenta-publica-participativa/> [consulta: 2 febrero 2013]

#### Artículos académicos

- BOURDIEU, Pierre. 1989. **El campo literario. Prerrequisitos críticos y principios de método**. Revista Criterios (25-28). La Habana, Cuba.
- ESCORCIA, Viviana. 2008: Antecedentes del cineclubismo como programa pionero a nivel mundial en formación de público cinematográfico. Revista Luciérnaga Audiovisual (1). Facultad de Comunicación Audiovisual. Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Medellín, Colombia. [En línea]

<http://www.politecnicojic.edu.co/Luciernaga/archivospdf/cineclub%283%29.pdf> [consulta: 1 de febrero de 2013]

### Páginas web

- ESCUELA POPULAR de Cine FECISO. 2011. [En línea] <http://escuelapopulardecinefeciso.blogspot.com/> [consulta: 1 de marzo de 2013]
- TIME IBOPE. Rating. ¿Qué es un punto de rating? ¿Cómo se calcula el rating? [en línea] <http://www.timeibope.cl/timeibope/rating.asp> [consulta: 18 agosto 2014]

### Artículos y entrevistas en medios de comunicación impresos

- DEL REAL, Andrés. 2012. ***Comer en las películas: el negocio más rentable de las cadenas de cine del país.*** La Tercera, Santiago, Chile. 20 mayo.
- FEDDERSEN, Andrés. 2012. ***Nuevo Cine Chileno. Y ahora, ¿quién podrá difundirlo?*** Revista La panera (26):20.
- GONZÁLEZ, Rodrigo. 2011. ***Las guerras del cine chileno: los autores versus los directores de taquilla.*** La Tercera, Santiago, Chile. 30 octubre.

- JINETES SAMPLEADORES DE IMÁGENES. 2011. **Cronología del cineclubismo 1907-1922**. Luneta - Gaceta cineclubista del Centro Histórico del DF (1):10.
- STEFAN V/S KRAMER **ya es la más vista del cine chileno y salas incrementan público en 2012**. 2012. La tercera, Santiago, Chile. 17 de agosto.

#### Artículos y entrevistas en medios de comunicación en línea

- COLECTIVO MIOPE. 2011. **Entrevista a José Luis Sepúlveda, director de Mano Armada**. Cinechile [En línea] <http://www.cinechile.cl/entrevista-82> [consulta: 7 marzo 2013]
- DPA. 2010. **Película chilena “Mitómana” participará en sección de Cine en Construcción en San Sebastián** [En línea]. El Mercurio online 24 de agosto, 2010. <http://www.emol.com/noticias/magazine/2010/08/24/432229/pelicula-chilena-mitomana-participara-en-seccion-de-cine-en-construccion-en-san-sebastian.html> [consulta: 7 enero 2013]
- ESTÉVEZ, A. 2010. **Entrevista a Matías Bize**. Cinechile [En línea] <http://www.cinechile.cl/entrevista-44> [Consulta: 4 febrero 2013]
- GUERRERO, C.. 2011: **El novísimo cine chileno**. Revista La fuga [En línea] <http://www.lafuga.cl/el-novisimo-cine-chileno/495> [consulta: 1 diciembre 2012]

- HORTA, L. 2009. *El pejesapo. Cine de resistencia*. Cine Club de la Universidad de Chile [En línea] <http://cineclub.uchile.cl/2009/09/23/el-pejesapo-cine-de-resistencia-por-luis-horta/> [consulta: 4 octubre 2012]
- LA TOMA y CINEMADICCIÓN. *Filmografías del Nuevo Cine Chileno. Capítulo Pablo Larraín*. s.a. [En línea] <http://vimeo.com/39740906> [Consulta: 2 febrero 2013]
- LA TOMA y CINEMADICCIÓN. *Filmografías del Nuevo Cine Chileno. Capítulo Matías Bize*. s.a. [En línea] <http://vimeo.com/28312128> [Consulta: 2 febrero 2013]
- LETELIER, J. 2012: *Aftershock: el salto de Nicolás López a Hollywood* [en línea]. La tercera. 7 de febrero, 2012. <<http://www.latercera.com/noticia/cultura/2012/02/1453-429324-9-aftershock-el-salto-de-nicolas-lopez-a-hollywood.shtml>> [consulta: 10 febrero 2012].
- MOLINA, C. 2013. *Reflexiones en torno a la Descentralización y Formación de Audiencias*. Revista Séptimo Arte [En línea] <http://www.r7a.cl/2013/01/reflexiones-en-torno-a-la-descentralizacion-y-formacion-de-audiencias/> [consulta: 20 marzo 2013]
- MORALES, M. 2010. *Entrevista a José Luis Sepúlveda y Carolina Adriaola*. Cinechile [En línea] <http://www.cinechile.cl/entrevista-56> [consulta: 23 octubre 2012]

- ROVARETTI, C. 2013. **Nicolás López: El problema del cine es que exporta lo peor de Latinoamérica.** [en línea] Cooperativa.cl. 24 de enero, 2013 <<http://www.cooperativa.cl/noticias/entretencion/cine/cine-chileno/nicolas-lopez-el-problema-del-cine-es-que-exporta-lo-peor-de-latinoamerica/2013-01-24/152839.html>> [consulta: 29 enero 2013]
- S.N. 2013. **Discreta taquilla marca partida de cinta El tío.** [En línea] La tercera. 21 de octubre, 2013. <http://www.latercera.com/noticia/cultura/2013/10/1453-548042-9-discreta-taquilla-marca-partida-de-cinta-el-tio.shtml> [consulta: 19 agosto 2014]
- VERA, F. 2010: **Las escuelas del Nuevo Cine Chileno.** Revista Séptimo Arte [en línea] <<http://www.r7a.cl/article/las-escuelas-del-nuevo-cine-chileno/>> [consulta: 3 octubre 2012]

## **ENTREVISTAS REALIZADAS**

Entrevista a BRUNO BETTATI. Facultad de Comunicaciones de la Pontificia Universidad Católica, Santiago de Chile. Miércoles 26 de septiembre de 2012.

Entrevista a ROSER FORT. Centro Arte Alameda, Santiago de Chile. Jueves 27 de septiembre de 2012.

Entrevista a RAMÓN REYES. Carpa del Centro de Estudios Científicos, Valdivia. 5 de octubre de 2012.