



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

**VIRTUALIDAD Y PANDEMIA EN EL CINE CHILENO**  
Síntomas de una industria doliente

**MACARENA LASTARRIA**  
**PEDRO ROJAS ARTEAGA**

**MEMORIA PARA OPTAR AL TÍTULO DE PERIODISTA**  
Categoría: Reportaje

**PROFESORA GUÍA: CLAUDIA PAOLA LAGOS LIRA**

**SANTIAGO DE CHILE**  
**OCTUBRE, 2021**

<b>EL VIRUS SE TOMA LA PANTALLA</b>	4
<b>I. INCERTIDUMBRE Y OPORTUNIDAD</b>	8
Los cines cierran sus puertas	8
Las que no alcanzaron a salir	11
De las recónditas grietas del ciberespacio	13
Nada es gratis	16
<b>II. PREPARÁNDOSE PARA LO PEOR</b>	21
La carrera por las plataformas	21
Reinventarse o morir	24
Antes de que fuera moda	28
El cansancio pesa en los huesos	31
Caída libre	33
Los 15 contratos de Ondamedia	36
<b>III. EL CINECLUBISMO COMO RESCATE DEL OLVIDO</b>	39
Fotos de perfil	39
Del espectador al usuario	43
Invitaciones para todos	48
Archivos fílmicos	52
<b>IV. TEMPORADA DE FESTIVALES</b>	56
A un clic de distancia	57
El ejemplo valdiviano	61
Distintas veredas	63
El vaso medio lleno	68
<b>V. MAKING CHILEAN FILMS GLOBAL</b>	73
El primer Netflix Original	73
Dracón de Atenas trabajaba en una compañía de streaming	75

Marea roja	78
Sello de fábrica	81
<b>VI. EL GRAN ESTRENO</b>	86
Mundos simbióticos	87
Espectáculo en vivo	90
Apropiación digital	92
<b>VII. EL PACIENTE SE RECUPERA</b>	97
<b>VIII. REFERENCIAS</b>	100
Entrevistas	100
Bibliografía y Documentos	101
Prensa y Foros	109

## EL VIRUS SE TOMA LA PANTALLA

Dentro de los distintos temas que se barajaron para basar esta investigación, analizar la historia reciente de la cinematografía nacional nos convenció sobre otras alternativas. Entre las múltiples transformaciones que ha experimentado la escena audiovisual en el último tiempo, la intromisión de Internet y las lógicas virtuales se instalaron como líneas de exploración importantes, más no protagónicas. Sin embargo, mientras se redactaban los primeros bocetos del presente reportaje, el virus Covid-19 azotó al planeta entero. Ni la industria del cine, ni el trabajo periodístico se salvaron del impacto.

En la frenética búsqueda de alternativas, las *majors* hollywoodenses se trasladaron al mundo virtual y los trabajadores cinematográficos de la escena local, quienes ya estaban cansados de esperar el fin de una pandemia que seguía creciendo, no dudaron en seguir sus pasos. En un principio, la aparición de lo virtual parecía una panacea que no solo iba a frenar los impactos negativos del virus, sino que incluso podía combatir los grandes problemas que históricamente ha enfrentado la industria nacional.

No obstante, a medida que investigamos y entrevistamos a distintas personalidades del rubro, pronto nos dimos cuenta de que la realidad era más compleja y que mientras el *streaming* logró conseguir algunos triunfos para la industria nacional, en otros casos llegó incluso a agravar los problemas que el cine ya arrastraba desde hace años. Aunque estas contradicciones demostraron que la virtualidad estaba lejos de ser el remedio que la escena necesitaba, era la única alternativa disponible en el momento.

La extrema contingencia del tema fue la primera dificultad que enfrentamos, ya que a medida que nos adentramos en la historia reciente del cine chileno y su relación con la virtualidad, esta misma relación estaba mutando. Varios de los personajes que protagonizaron capítulos enteros del reportaje ni siquiera existían en la etapa de investigación preliminar, sino que fueron apareciendo individualmente mientras la pandemia se instalaba.

Atendiendo al enorme grado de especialización que presenta el quehacer cinematográfico, intentamos recrear esa diversidad con el espectro más amplio posible de entrevistados/as, llegando a reunirnos con 22 fuentes, entre las que figuran directores/as, productores/as, organizadores/as de festivales, teóricos/as del cine, desarrolladores/as digitales, gestores/as culturales y un largo etcétera detrás. El único elemento común en todos nuestros entrevistados fue la existencia de una cinefilia empedernida. En toda ocasión que no se indique la referencia de una cita se debe entender que es fruto de nuestro propio reporte, es importante hacer esta aclaración, ya que tanto la información recolectada de nuestra mano como la revisión de medios y bibliografía jugaron un rol fundamental en la construcción del relato.

Aunque es justo señalar que los efectos del *streaming* en la escena cinematográfica nacional son un fenómeno poco documentado, por lo que los materiales académicos y periodísticos nos sirvieron particularmente para entender el estado de la industria antes de empezar la pandemia, revisar los primeros antecedentes de *streaming* en un trabajo de arqueología digital y como referencia de lo que ocurre con otras cinematografías alrededor del mundo.

Lamentablemente, no llegamos a concretar todas las entrevistas que teníamos presupuestadas en un inicio, en gran medida porque algunas de las fuentes contactadas prefirieron no participar, por lo que tuvimos que buscar nuevos personajes que pudieran hablar de los procesos estudiados con propiedad. En los peores casos fue necesario cambiar el enfoque de ciertas líneas investigativas, ya que no contábamos con material suficiente para respaldar nuestras observaciones.

Al enfrentarnos a un tema que estaba en constante metamorfosis, algunas fuentes que creímos serían primordiales, quedaron relegadas a un papel anecdótico y complementario, hubieron quienes ni siquiera llegaron a la edición final. De todas maneras, en ningún caso consideramos que realizar esas entrevistas fue una pérdida de tiempo, aunque no sirvieron para llenar páginas, si nos ayudaron a entender mejor el funcionamiento de la industria desde una perspectiva personal y por tanto humana. Los constantes cambios en el objeto de estudio sembraron en más de una oportunidad la duda sobre la viabilidad del tema, pero nuevamente las palabras de aliento de nuestros entrevistados nos ayudaron a encontrar el mejor camino para continuar el relato.

También se hizo necesario recurrir a enfoques de investigación holísticos que no dejaran espacios sin iluminar. En este sentido, la perspectiva de la economía política cobró gran protagonismo, ya que permitió adentrarnos en el reverso industrial del cine sin caer en un análisis de mercado y a partir de ahí problematizar sobre los aspectos sociales, tecnológicos y humanos de todos los procesos retratados en este estudio.

Tal como los realizadores, distribuidores y exhibidores tuvieron que aprender a utilizar las herramientas digitales a su favor y adaptarse a un panorama desconocido, nosotros también tuvimos que hacerlo; y antes de darnos cuenta la virtualidad tomó un rol preponderante, al punto que nos ligó forzosamente a las pantallas. No solo por el tema en cuestión, sino porque el contexto pandémico-virtual inevitablemente dejó su huella a lo largo de todo el trabajo de reporteo.

Las restricciones sanitarias nos impidieron salir a encontrarnos físicamente con los espacios, por lo que la navegación de plataformas sustituyó esa tarea, sobre todo durante los primeros meses. Todas las entrevistas se realizaron a través de videollamada, lo cual facilitó la coordinación con entrevistados de ciudades fuera de la RM, incluso uno de los autores pasó toda una temporada en la Región de Aysén. A pesar de las limitaciones obvias del formato digital, no consideramos que hubo una degradación de la experiencia al conversar con las fuentes, esto en buena parte gracias a la disposición abierta de las mismas para contarnos su experiencia.

Es incluso simbólico que todo el trabajo de reporteo se haya realizado a través de plataformas virtuales, ya que de esta manera pudimos identificarnos más profundamente con el relato de adversidad que vivió el cine y que nosotros aspiramos narrar. Sentimos que este material cuenta dos historias superpuestas e íntimamente relacionadas: el proceso de inserción de la virtualidad en la cotidianidad chilena y la lucha del cine por salir adelante. A pesar de que estos son los ejes centrales, el Covid-19 siempre está ahí como un personaje oculto detrás del telón. Coincidentemente, al mismo tiempo que la pandemia parece llegar a su fin y las salas de cine pueden volver a encender sus proyectores, nuestra investigación también lo hace.

Esperamos que este relato sea un aporte para profundizar en el estudio de las relaciones entre las nuevas tecnologías y la industria cultural latinoamericana. Además de que el lector

pueda situarse entre la incertidumbre y la esperanza de estos últimos dos años, que nosotros como periodistas y cinéfilos también vivimos.

# I. INCERTIDUMBRE Y OPORTUNIDAD

## Los cines cierran sus puertas

El 11 de marzo de 2020, la Organización Mundial de la Salud (OMS) califica al virus COVID-19 como una pandemia; pocos días después Chile adoptó una serie de medidas destinadas a limitar el desplazamiento de la población y el aforo de los espacios públicos para disminuir el contagio. El ministro de Salud de entonces, Jaime Mañalich, admite que no se puede asegurar la trazabilidad de todos los casos positivos<sup>1</sup>. Las medidas para contener la pandemia son insuficientes y el Gobierno decreta Estado de Catástrofe cuando se registran 434 pacientes activos<sup>2</sup>.

En busca de medidas aún más estrictas, el Gobierno ordena el cierre de cines, restaurantes y recintos deportivos; sin embargo, estos espacios ya habían cerrado sus puertas con anterioridad para evitar contagios. Toda la población estaba al tanto del virus, las calles y comercios estaban prácticamente vacíos, por lo que la asistencia a las salas de cine bajó dramáticamente, forzando al sector audiovisual a suspender su actividad de forma indefinida.

A casi tres semanas del primer contagio, muere la primera persona en el Hospital San Juan de Dios, comuna de Santiago<sup>3</sup>. Chile supera los 600 infectados y el Gobierno decreta toque de queda nocturno, pero lo cierto es que los contagios solo se multiplican, los operadores de salas de cine intuyen que el confinamiento no acabará pronto y se preparan para una temporada difícil.

---

<sup>1</sup> Minsal. (2020). COVID- 19 Ministerio de Salud confirma que Chile pasó a fase 3.

<sup>2</sup> Minsal. (2020). Gobierno anunció cierre de cines, restaurantes y actividades deportivas.

<sup>3</sup> Minsal. (2020). Ministerio de Salud confirma primera muerte por COVID-19 en el país.

Todos los espacios culturales, especialmente los cines y teatros, sacaban números rojos. El mismo lunes que el país ingresó a la fase más restrictiva de ese momento, la Red de Salas de Cine decidió suspender la actividad de sus 13 salas en todo el territorio<sup>4</sup>, lo que significó cancelar 873 proyecciones mensuales. Se calcula que ese número de funciones atraía a más de 19 mil espectadores, lo que implica alrededor de \$50 millones por concepto de taquilla para la agrupación gremial<sup>5</sup>.

La Red de Salas es una asociación reciente, apenas se conformó en 2017 con el apoyo del antiguo Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA, hoy Ministerio de la Cultura y las Artes). Antes de esto solo existían unas pocas salas inconexas dispuestas a programar profesionalmente cine independiente, oferta escasa en la cartelera de multicines. Para dar una perspectiva, de los 44 estrenos chilenos de 2016, solo 18 llegaron a los complejos multipantallas, mientras que 42 se exhibieron a través de la red sectorial<sup>6</sup>.

A diferencia de las multisalas que suelen tener sucursales en distintos países, toda la actividad de los espacios independientes se concentra en unas pocas ciudades específicas, lo que implica una operación a menor escala y un respaldo económico reducido al cual recurrir en caso de emergencia. El cierre por tres meses, duración inicial del Estado de Catástrofe<sup>7</sup>, significó dejar de percibir casi \$40 millones por concepto de taquilla, lo que se traduce en un déficit de \$105.089.550; dejando a 125 trabajadores en la incertidumbre financiera y dificultando o incluso imposibilitando el pago de los arriendos.

“Las salas son mitad expresión artística y mitad negocio inmobiliario y van a tener que empezar a responder a los dueños de los terrenos”, sentencia el crítico de cine y director artístico de Sala K, Christian Ramírez<sup>8</sup>. Si bien puede ser que algunos arrendadores otorgaran facilidades para el pago, Ramírez proyectaba que el distanciamiento social iba a durar al menos hasta finales de 2020, por lo que era preciso encontrar una manera de retribuir a los propietarios por

---

<sup>4</sup> En la Red de Salas, cada espacio tiene autonomía, no dependen de una autoridad central.

<sup>5</sup> Diario UChile. (2020). Red de Salas de Cine suspende 2 mil 619 funciones y calcula déficit de más de \$105 millones.

<sup>6</sup> MinCap. (2017). Nueva Red de Salas de Cine de Chile reúne a 10 salas en siete regiones del país.

<sup>7</sup> La duración del estado de catástrofe es de 90 días, a la fecha de cierre de esta edición la medida se ha renovado cuatro veces.

<sup>8</sup> Parra J. (2020).

la mantención de los espacios. De esta manera, en un escenario donde los cines son incapaces de generar ingresos, mantener el soporte físico se convirtió en una tarea titánica.

En ese punto, la directora de Sala K y presidenta de la asociación gremial Red de Salas, Teresita Ugarte, recuerda que los cines son espacios grandes y que requieren de equipamiento costoso para funcionar: proyectores, amplificadores, por lo que es inviable mantener el espacio funcionando por unos pocos espectadores potenciales. Con todas sus funciones suspendidas por tiempo indefinido, las salas se endeudaron para mantener su proyecto con vida.<sup>9</sup>

La esperanza estaba en que el ministerio de las Culturas otorgaría subsidios u otros tipos de apoyo, así como modificaría estructuralmente la ley audiovisual, las políticas de fondos concursables y las funciones del Ministerio, en general, para tener, así, espacios culturales que no vivan “en constante incertidumbre”, según Ugarte<sup>10</sup>. Es importante recordar que buena parte del financiamiento de estos espacios culturales proviene de fondos concursables, por lo que un año sin ese soporte podría arriesgar toda la operación.

Los complejos multipantalla, por su parte, no reciben ningún subsidio estatal, ya que se entiende que su cartelera es un reflejo de lo que funciona en términos comerciales, con escasas medidas para proteger al cine nacional frente a los avasalladores estrenos hollywoodenses. Pese a la situación crítica, enfrentan riesgos considerablemente menores que las salas de cine independiente, debido a que cuentan con un respaldo financiero o, bien, una capacidad de endeudamiento que les permite absorber unos meses de inactividad mientras desarrollan una alternativa virtual.

El lunes 16 y el martes 17 de marzo del 2020, menos de 5 mil personas asistieron al cine para ver una película, cifra ínfima para un circuito que tuvo un promedio de 77 mil espectadores diarios en 2018<sup>11</sup>. Los números hablaban por sí solos, por lo que los exhibidores decidieron reunirse a discutir sobre como afrontar las recientes restricciones impuestas por la autoridad sanitaria<sup>12</sup>.

---

<sup>9</sup> Valenzuela, M. (2020).

<sup>10</sup> Diario Uchile. (2020). Red de Salas de Cine suspende 2 mil 619 funciones y calcula déficit de más de \$105 millones.

<sup>11</sup> Cámara de Exhibidores Multisalas de Chile (CAEM). (2019). El Cine en Chile en el 2018.

<sup>12</sup> Valdivia, G. (2020). No más cines: cierran todas las salas del país y sector prevé una temporada crítica.

“El COVID-19 no es ciencia ficción”, afirmaba un comunicado emitido por Cine Hoyts a través de sus redes sociales después de la reunión. También se indicaba que la empresa iba a suspender sus funciones temporalmente hasta que fuera seguro volver a la pantalla grande<sup>13</sup>; el resto de los complejos hizo lo mismo. Cuando el Gobierno anunció la instauración del Estado de Catástrofe, los cines sabían que pronto tendrían que cerrar, por lo que decidieron dar un paso al frente y adelantarse a la medida.

De esta manera, las principales cadenas de multisalas: Cine Hoyts, Cinemark y Cineplanet (por orden decreciente de asistentes anuales<sup>14</sup>) suspendieron sus actividades. Otros multicines, de menor escala, se sumaron al cierre: Cine Star, Muvix y Pavilion Cine. Este último, sin embargo, no soportó la suspensión de operaciones, por lo que el 12 de noviembre del 2020, ocho meses después, confirmó su cierre definitivo<sup>15</sup>.

Los medios magallánicos lamentaron la noticia, aunque se reconocía que las ventas de este cine venían a la baja desde antes de la pandemia. La capital regional, Punta Arenas, que tenía tan solo tres cines, perdió un complejo más. La programación de Pavilion fue su condena, ya que mientras los espacios asociados a la Red de Salas postularon a fondos sobre la base de su aporte a la cultura, los taquilleros estrenos hollywoodenses que mostraba la multisala no calificaban para los subsidios del sistema cultural.

Ante el inminente fin, Pavilion, junto con dar las gracias por los últimos 10 años, dejó un sentimental mensaje que representaba a todos los exhibidores frente al avance del *streaming*, fueran comerciales o independientes: “¡Nuestros mejores deseos para el futuro y no olviden que las películas se ven mejor en pantalla grande!”<sup>16</sup>.

## Las que no alcanzaron a salir

La película *Los Fuertes (2020)* de Omar Zúñiga seguía en cartelera cuando los casos de COVID-19 crecían dramáticamente, por lo que la empresa encargada de su distribución, DCI

---

<sup>13</sup> Instagram Cine Hoyts Chile.

<sup>14</sup> Cámara de Exhibidores Multisalas de Chile. (2019). El Cine en Chile en el 2018.

<sup>15</sup> Ovejero Noticias. (2020). Cine Pavilion anunció el cierre de la sucursal de Punta Arenas tras 10 años de funcionamiento.

<sup>16</sup> Página oficial de Pavilion Cine.

(Distribuidora de Cine Independiente), optó por lanzar un VOD a través de la plataforma Vimeo. “Teníamos este miedo que después los cines no la aceptaran cuando reabrieran. Ahí yo fui super pesimista y dije ‘no van a abrir los cines y si abren, la gente no va a ir, pongámosla al tiro *online*’”<sup>17</sup>, recuerda Dominga Sotomayor, productora de la película.

Otras distribuidoras decidieron que lo mejor era esperar a ver cómo se desarrollaba la crisis, siempre con la meta de estrenar en salas. Market Chile, filial de BF Distribution, tenía dos películas en el horno: *Lina de Lima*, la primera ficción de María Paz González y ganadora a Mejor Película del FicValdivia 2019, y *La Cordillera de los Sueños*, de Patricio Guzmán, uno de los documentalistas más prolíficos del país.

“Todos nos decían: no, marzo es fatal, porque se viene súper marzo (en relación con la reactivación de las protestas) y va a quedar la escoba”, comenta María Paz González<sup>18</sup>. Originalmente, *Lina de Lima (2020)* iba a estrenarse en noviembre del 2019 después del festival, pero la revuelta social de octubre de ese año cambió sus planes y fijaron una nueva fecha para marzo del 2020, poco sabían que la situación sería aún peor. “(La pandemia) estaba en un imaginario un poco más lejano, pero de repente era demasiado real y tres días antes tuvimos que suspender todo” y así todas las Linas de los carteles promocionales quedaron tiradas por las calles de Santiago.

No solo Market Chile tuvo que recalendarizar sus estrenos. Netflix y Miradoc también vieron cómo la pandemia los obligaba a suspender *Nadie Sabe que Estoy Aquí* y *Haydee y el Pez Volador*, respectivamente. Es claro que la pandemia afectó a todos cuando incluso un gigante del *streaming* como Netflix tuvo que adaptarse a las complicaciones, aunque a la larga el confinamiento le significaría una ventaja. Los directores, en tanto, también sentían una gran frustración, ya que ninguno imaginó, ni en la peor de sus pesadillas, que tendría que ver el estreno de su película fuera de las salas, alejados del público y a través de la pantalla de un computador con apenas 2 megapíxeles.

Todos los actores de la industria estaban desconcertados, los calendarios de estreno se hicieron trizas frente al avance de la pandemia y peor aún no había ninguna certeza de que el

---

<sup>17</sup> Blanco, F. (2020).

<sup>18</sup> Bogolasky, G. (2020). Entrevista a la directora de “Lina de Lima” María Paz González: “Para mí el corazón de la película está en ese lugar que es el mundo interior del personaje”. *Culturizarte*.

virus fuera a desaparecer en un futuro próximo, por lo que evaluar nuevas fechas y planes de promoción no era una alternativa razonable. Tampoco había consenso en la evaluación de los eventos: los más optimistas estimaban que a mediados de año todo se restablecería, otros pensaban que la pandemia se arrastraría hasta el 2021.

Cambiar una fecha de estreno no es simplemente marcar un nuevo cuadro en el calendario, significa que hay que imprimir y repartir volantes, llamar a los periodistas para que escriban notas en los medios, rifar entradas en un concurso a través de redes sociales, capturar la atención de la televisión y así. Es necesario generar interés sobre una película un par de meses antes del estreno, no demasiado temprano porque la atención del público se desgasta. Ese trabajo no es barato, por lo que trabajar sobre una nueva fecha (y otra... y otra), implica más un riesgo que una oportunidad.

Al mismo tiempo, paradójicamente, otro temor era que, una vez reabiertas las salas, los estrenos pendientes se habrían acumulado y no habría espacio en cartelera para sus películas. En el mejor de los casos, tendrían que luchar por conseguir unas pocas semanas de exhibición en salas independientes. De esta manera, tanto el alcance como la rentabilidad de la obra se desplomarían. El tiempo pasaba y cada día sumaba más presión a las distribuidoras, que al final del día eran quienes daban el visto bueno para estrenar y, con ello, echar a andar el engranaje de promoción.

Las opciones eran escasas e inciertas. Debido a esto, las salas y distribuidoras empezaron a estudiar y a experimentar, prestaron especial atención a lo que estaba pasando en el extranjero con el *streaming* y se preguntaron si acaso la virtualidad puede funcionar para un producto tan de nicho como el cine chileno. El tiempo apremiaba.

## De las recónditas grietas del ciberespacio

Mientras todos los eslabones de la industria seguían en shock viendo como el virus se extendía, apareció una alternativa que estaba ahí desde hace algunos años, pero que solo la pandemia logró sacar a la palestra pública: Ondamedia. Esta es una plataforma de *streaming* estatal que tiene como objetivo descentralizar el acceso al cine nacional, así como también

difundir y promover su consumo a lo largo del territorio<sup>19</sup>. A la fecha, cuenta con más de 300 largometrajes documentales y de ficción<sup>20</sup> y una variada selección de cortos y conversatorios.

Gracias al confinamiento, la plataforma alcanzó más de 400 mil visitas mensuales, cifra inimaginable un año antes, cuando apenas llegaba a las 50 mil<sup>21</sup>. En 2017, Ondamedia se lanzó al ciberespacio por primera vez, con poco ruido y pocos usuarios quienes, en su mayoría, también eran trabajadores de la misma industria audiovisual<sup>22</sup>. Varios actores de la escena comentan que el ministerio no hizo una campaña promocional al momento del estreno, lo que explica por qué la plataforma se mantuvo alejada del radar cinéfilo. “Ni los estudiantes de cine sabían que existía Ondamedia”, critica Carolina Urrutia, directora de la revista de estudios cinematográficos *La Fuga*.

No obstante, el panorama pandémico dejó atrás este arranque con el pie izquierdo: Con el aumento de consumo en contenido digital, los medios de comunicación rápidamente se hicieron eco del fenómeno que estaba ocurriendo. El “Netflix Chileno” -como fue denominado por periodistas ansiosos de crear una atracción- alimentó las páginas de cultura y espectáculo durante los primeros meses del confinamiento con sus estrenos, ganando, así, la oportunidad de un nuevo comienzo.

El sistema es simple: cada persona de nacionalidad chilena puede registrarse en la plataforma con su R.U.T (inhabilitado para ver la mayor parte del catálogo desde el extranjero). Una vez registrado, el usuario obtiene ocho entradas mensuales que puede usar para ver cualquier película de la plataforma a costo cero.

Como una medida para fomentar que las personas se quedaran en sus casas, el ministerio decidió retirar la restricción de las entradas temporalmente, permitiendo que los usuarios accedieran a películas de manera ilimitada durante la pandemia. No obstante, dicha liberación del catálogo hubiese resultado infructuosa sin una selección amplia de metrajes para

---

<sup>19</sup> MinCap, Ondamedia. (2017). Condiciones generales para exhibir una película de largometrajes en Ondamedia. Gobierno de Chile.

<sup>20</sup> El Mostrador. (2020). Ministerio de las Culturas libera acceso a películas chilenas de Ondamedia.cl.

<sup>21</sup> González, R. M. (2020). Ondamedia, el explosivo éxito online del cine chileno. *La Tercera*.

<sup>22</sup> Farías, J. (2019). CHILEANFILMS Catálogo digital del cine chileno [Memoria para optar al título de periodista, Universidad de Chile]

aprovecharla. En ese momento cobra relevancia una plataforma que había acumulado sigilosamente una masa crítica durante tres años.

Al principio, cuando Ondamedia ni siquiera tenía ese nombre, se pensó como un canal ciudadano cuyo objetivo era transmitir las actividades realizadas por el ministerio. En ese momento se contactan con Ian Goldschmied, director de la plataforma, para que evalúe el proyecto. Él, en cambio, propuso una idea alternativa: agregar un catálogo de películas chilenas, que convivieran con el propósito original del organismo: un programa realizado junto a la ciudadanía y un *livestream* de actividades ministeriales. Con el tiempo, se mantuvo exclusivamente lo que hoy se conoce.

Más que hacer difusión del cine chileno como un ideal, había una necesidad de poner a libre disposición películas concretas que, por diversos motivos, el público no había podido ver o había tenido escasas oportunidades para ello; como por ejemplo, la trilogía de *La Batalla de Chile*, que se estrenó en el extranjero por culpa de la dictadura y hasta el momento nunca se ha exhibido en televisión abierta<sup>23</sup>. El *streaming* ofrecía la posibilidad de llegar a todos los rincones del territorio nacional (que contaran con acceso a internet), alcanzando por primera vez localidades que no cuentan con salas de cine de ningún tipo.

Los primeros realizadores que contactaron para incluir en el catálogo mostraban cierta cautela. “Nadie *cachaba* nada, tuvimos que llamar y explicar qué era esto”, cuenta Goldschmied al recordar los tiempos en que el catálogo contaba con apenas 70 películas. Cuando los realizadores empezaron a advertir que la plataforma funcionaba y ganaba popularidad, el equipo de Ondamedia notó que ya no era necesario buscar a los realizadores, pues eran ellos ahora quienes contactaban para incluir su película en la plataforma.

Aunque la industria nacional ha crecido mucho en la última década, el espectador promedio no dimensiona la cantidad de películas chilenas que se producen anualmente. “La gente se sorprende al descubrir que existían tantas películas chilenas, es como si hubiéramos inventado una industria de la noche a la mañana”, revela Goldschmied. El público local conoce

---

<sup>23</sup> Memoria Chilena. (Fecha no especificada). Filmando la memoria obstinada de Chile: Patricio Guzmán. La Batalla de Chile.

las películas que ganaron premios en los festivales o que salieron en la televisión, pero eso solo es la punta del iceberg de toda la cinematografía que se produce en el país.

De esta manera, la virtualidad prometía ser un espacio donde los chilenos podrían re-descubrir y re-encontrarse con el cine local. “El otro día me llamó el Gonzalo Justiniano, ‘Güeón, estaba en la botillería y la señora me dijo: *Gonzalo, vi Cabros de Mierda en Ondamedia*’, el tipo estaba emocionadísimo, tener ese diálogo social en la botillería. Está ocurriendo una conexión entre la ciudadanía y la cinematografía que hace mucho tiempo se había desvinculado”, comenta Goldschmied esperanzado de las posibilidades que ofrece la virtualidad.

## Nada es gratis

El director recalca que, eventualmente, la restricción de las entradas volverá, pues no quieren que los usuarios piensen que el cine chileno es gratis; se desvaloriza el producto y se invisibiliza el trabajo de actores, técnicos, directores, productores y un largo etcétera de profesionales que trabajó para materializar una película. Al tener un número limitado de entradas, se crea un concepto simbólico de valor, de que se está “pagando” algo por consumir cine chileno.

Cada vez que se consume una entrada, la película seleccionada se habilita para su reproducción durante 72 horas. A su vez, cada visualización que exceda el 50% de la obra implica el pago, con fondos del ministerio de las Culturas, a los realizadores de la película. De esta manera, todas las producciones chilenas pueden entrar a la plataforma, pero solo aquellas que despierten un verdadero interés del público serán retribuidas monetariamente.

Prácticamente todos los fondos por parte del Estado requieren un proceso administrativo, en el cual personal especializado evalúa tanto la viabilidad del proyecto como el aporte cultural que trae consigo. Ondamedia no “regala” fondos a los realizadores, sino que compra las producciones por un tiempo limitado, lo que permite ampliar los títulos para el catálogo de la plataforma, de manera que ningún miembro del ministerio tiene que (ni puede)

decidir qué contenidos son aceptados, más allá de restricciones a discursos discriminatorios, incitación al odio y la violencia.

Ondamedia no solo sirve como una vitrina de exhibición para el público, sino que también como un pequeño mecanismo de monetización para los realizadores, complementando los fondos concursables y generando una mecánica más “orgánica” al simular una venta de boletos, ya que a fin de cuentas es el propio ministerio quien paga cada entrada. Sin embargo, este principio de no discriminación también genera quejas en los sectores más puristas de la cinefilia, quienes no creen que el Estado debería gastar recursos públicos en, por ejemplo, películas de comedia que atraen más público en las multisalas.

Algunos usuarios incluso se molestaron con que Ondamedia incluyera la comedia *light* de Sebastian Badilla, *El Limpiapiscinas* (2011), una producción de carácter más comercial, alejada de las propuestas del cine-arte. No obstante, la plataforma no se reserva el derecho de admisión (o catalogación, en este caso), pues es un proyecto público, destinado a apoyar producciones que, en su enorme mayoría, cuenta en algunos de sus escalones con soporte público (guión, pre-producción, producción y rodaje, post-producción y circulación). “Eventualmente, si Nicolás López<sup>24</sup> nos llama y dice que quiere estar en Ondamedia, yo no tengo cómo decirle que no, no se puede. A fin de cuentas, es un realizador nacional”. Goldschmied también defiende el modelo argumentando que si a nadie le interesa ver dicha película, no se gastaría un solo peso en ella.

¿Esto significa que todas las películas valen lo mismo? No, el valor de cada reproducción va desde los 350 a 500 pesos sobre la base de la antigüedad de la obra. De esta manera, las producciones con hasta un año después de haber sido estrenadas, obtienen 500 pesos por cada visualización, monto que se reduce con el tiempo hasta llegar a los 350 después de 7 años del estreno.

---

<sup>24</sup> En 2018 la revista *Sábado* publicó un reportaje en donde tres actrices chilenas, Lucy Cominetti, Josefina Montané y María Vidaurre, relataron episodios en los que el cineasta Nicolás López abusó sexualmente de ellas. Poco tiempo después aparecieron más denuncias y se abrió un proceso penal en contra del cineasta por cargos de violación, acoso sexual y ultraje. Actualmente, Fiscalía pide 15 años de presidio contra López y la fecha del juicio se fijó para marzo de 2022.

Además de esto, existen dos modelos de contratación, tres si se cuenta la colaboración sin pago asociado. En el primer caso, el ministerio compromete un pago potencial de 3 millones de pesos, el cual los realizadores van ganando a medida que los usuarios ven la película, cuando se llega al monto total o pasan tres años (lo que ocurra primero), la producción sale de la plataforma con la opción de renovar el contrato. A menos que la película haya consumido menos del 30 por ciento del monto total, en dicho caso puede volver a subir el material, pero sin pago asociado.

Este fue el caso de la ópera prima de Claudia Huaiquimilla, con la muerte de Camilo Catrillanca en 2018, su película *Mala Junta (2016)*, disponible en Ondamedia, concitó mucho interés por lo que las entradas comprometidas en el contrato se acabaron y la película se bajó de la plataforma. “Fue la primera vez que se acabó un contrato, después la gente comenzó a reclamar pensando que era censura”, recuerda Huaiquimilla, quien dice que, tras ese episodio, renovaron el acuerdo por tres años más.

**Tabla de Pagos<sup>25</sup>**

Tipo de Festival	Obras nominadas o que cuentan con un reconocimiento fuera de la competencia	Obras premiadas	Obras con más de dos premios de la misma categoría, o que han obtenido el premio principal, a la mejor película
Festivales Internacionales de trayectoria reconocida (ver lista FIAPF clase A). Además de Golden Globe Academy Award y Sundance Film Festival.	2.000.000/3.000.000	4.000.000/6.000.000	5.350.000/7.000.000
Festivales de trayectoria, en Chile o el extranjero, con a lo mejor 20 certámenes.	1.500.000/3.000.000	3.000.000/5.000.000	4.000.000/6.000.000
Festivales en Chile o el extranjero que tengan entre 10 y 20 certámenes.	1.000.000/3.000.000	2.000.000/4.000.000	2.500.000/5.000.000

<sup>25</sup> Valoración de obras audiovisuales en Ondamedia en base a su reconocimiento en festivales de cine o por concepto de taquilla. Condiciones de contratación. Ministerio de las Culturas.

Festivales en Chile o el extranjero con menos de 10 certámenes.	750.000/3.000.000	1.500.000/3.000.000	2.000.000/4.000.000
Películas estrenadas en salas que han vendido más de 250.000 entradas	4.500.000/6.000.000		
Películas estrenadas en salas que han vendido más de 30.000 entradas	3.000.000/4.500.000		

El ministerio también puede pagar un monto por adelantado (que también decrece por cada año que pasa desde el estreno), siempre y cuando la película tenga reconocimiento en festivales o en la taquilla. Mientras mayor sea la trayectoria de los festivales, la importancia del premio/nominación obtenida, o la cantidad de espectadores que llevó a salas, mayor será el pago por adelantado que el ministerio puede ofrecer. Del mismo modo, mientras más prestigiosos sean los logros del filme, mayor es el monto potencial del contrato. Ni el equipo de Ondamedia, ni los personeros de la cartera pueden negociar directamente con los realizadores: los precios están estandarizados para asegurar la imparcialidad del proceso.

En vista del reciente aumento de visualizaciones que ha experimentado la plataforma, el programa reclama más recursos. “Nosotros teníamos esa proyección para dos o tres años más y el presupuesto ya no nos está dando para cubrir todo el consumo”. Originalmente, el proyecto inició en 2020 con un presupuesto de \$239.666.000. Sin embargo, debido al explosivo aumento de usuarios, se inyectaron \$96.400.000 más, habiendo consumido para finales del año un total de \$265.510.502 destinados a pagar los derechos de exhibición de las obras contratadas<sup>26</sup>.

Debido a esto, el equipo está buscando nuevas formas de monetizar la plataforma, como por ejemplo, ofrecer el servicio como cuenta de pago a los chilenos en el extranjero o que al principio de cada película “aparezca el patito de Banco Estado”, bromea Goldschmied recordando el extinto Programa de Apoyo al Cine Chileno de ese banco. Al cierre de edición

<sup>26</sup> Información solicitada vía Ley de Transparencia el 20 de enero de 2021 y entregada a los autores el 24 de febrero de 2021 por Alejandra Novoa Sandoval, Subsecretaria de las Culturas y las Artes. Oficio N° 168, Solicitud de Acceso a la Información N° BC001T0001484.

de este reportaje, todavía no se ve ningún mecanismo como el descrito<sup>27</sup>. Sin embargo, la “adquisición” de obras sigue firme con un corpus que crece mensualmente.

El equipo de Ondamedia se enorgullece del carácter pluralista del catálogo, que fue posible gracias al modelo de contratación en base a visualizaciones. Sin embargo, la pandemia generó una avalancha de espectadores para la cual la escuálida billetera de la plataforma no estaba preparada. Aunque los valores por entrada estuvieran lejos de ser el mejor trato para los realizadores, la plataforma estatal sí cumplió su cometido original, ya que durante los periodos más restrictivos de la pandemia, los cinéfilos -y los no tanto- encontraron un archivo hasta entonces oculto que, probablemente, derribó los prejuicios del cine chileno en más de un espectador.

---

<sup>27</sup> Última actualización: 16 de junio de 2021.

## II. PREPARÁNDOSE PARA LO PEOR

### La carrera por las plataformas

Desde que los cines cerraron, todos los actores de la industria empezaron a imaginar y explorar distintas estrategias para sobrevivir a la pandemia. “Hubo mucho tiempo de reflexión, estábamos *shockeados* por estar viviendo una situación muy rara. Entonces se nos permitió estudiar mucho, yo me metí a todos los foros internacionales para ver qué es lo que pasaba con el *online* y ver por dónde nos íbamos a meter”, recuerda Herta Mladinic, coordinadora del programa de distribución Miradoc. Globalmente, el *streaming* ganaba terreno en la industria del entretenimiento. Incluso grandes productoras como Universal Studios se volcaron al nuevo modelo de distribución.

En Chile, el éxito que Ondamedia ya registraba a mediados de abril del 2020 fue visto como una tabla de salvación y avivó los deseos de las salas por crear sus propias plataformas. Sin embargo, estos personajes eran intrusos en el mundo virtual, desconocidos acostumbrados a atender detrás de un mesón, carecían de la experiencia necesaria para implementar un proyecto como este. La presidenta de la Red de Salas comenta que desarrollar una plataforma de *streaming* “no estaba dentro de nuestras prioridades, la pandemia vino a acelerar un proceso que recién en cinco años hubiéramos empezado; en el corto plazo no nos veíamos desarrollando algo así”.

Las productoras y distribuidoras tenían la percepción que no había una infraestructura virtual unificada en la cual estrenar sus películas. Algunos incursionaron por cuenta propia, resultando en experiencias aisladas y desconectadas del resto de la industria, como fue el caso de DCI, que en marzo de 2020 reestrenó en Vimeo. “Cuando estábamos con *Los Fuertes* no habían otras opciones, ninguna de las salas tenía implementado un sistema de VOD”, comenta la directora ejecutiva de la distribuidora, Yeniffer Fasciani.

Pasaron varios meses de desarrollo antes que las primeras plataformas estuvieran habilitadas, más allá del propio desafío informático que supone levantar un sitio de VOD, los exhibidores también tuvieron que replantear su metodología de trabajo con el fin de adaptarse al medio virtual. No se trata sólo de vender boletos, la imposibilidad del contacto personal, de poder mirarse cara a cara, de escuchar los cuchicheos tres butacas a la izquierda, dificultó el encuentro con los públicos y, en un principio, las comunidades cinéfilas tendieron a diluirse.

El Centro Arte Alameda, legendaria sala de cine situada en las cercanías de la Plaza Baquedano (rebautizada como Plaza Dignidad) fue la primera sala que entró al ciberespacio. La historia de esta plataforma encuentra sus orígenes incluso antes que el virus fuera un tema en la agenda pública, se remonta a los tiempos más álgidos de la revuelta social, cuando los gases de lacrimógenas cubrían la gran Alameda y los adoquines se apilaban para *camotear* a Fuerzas Especiales de la policía.

La tarde del 27 de diciembre de 2019, el recinto fue consumido por un incendio, perdiendo butacas, telones, proyectores, parlantes, focos... lo único que sobrevivió fue el robusto puente que cruzaba y soportaba el techo. El daño era irreparable, al menos en el corto plazo. La causa del fuego, a más de un año del incidente, todavía se encuentra bajo investigación judicial. No obstante, Roser Fort, directora de la sala, se lo atribuye a una bomba lacrimógena caída en el techo del cine<sup>28</sup>. Por su parte, Carabineros asegura que no hay evidencia de que la acción del cuerpo policial haya provocado el fuego<sup>29</sup>. La única certeza para Roser es que el Centro Arte Alameda debe ponerse de pie y volver a su gloria.

Debido al siniestro, el cine empezó a buscar un medio de exhibición más versátil, de la mano con los nuevos tiempos y que llegue a distintos rincones de Chile<sup>30</sup>. El Alameda, a diferencia de otras salas, también actuaba como una distribuidora, comprando derechos de películas extranjeras que no habrían sido exhibidas en el país de otra manera. “Teníamos algunas de esas películas de la distribuidora con derechos online y nunca las habíamos

---

<sup>28</sup> Matus, J. (2020). Centro Arte Alameda se querrela por incendio: Sospecha que siniestro fue por bombas lacrimógenas. *La Tercera*.

<sup>29</sup> Cooperativa. (2019). Centro Arte Alameda descarta "totalmente" incendio por bomba molotov y apunta a lacrimógena.

<sup>30</sup> Contreras, E. (2020). Centro Arte Alameda lanza streaming, pero no a lo Netflix: "El catálogo fue elegido con pinzas". *BioBioChile*.

explotado. Ya veníamos hablando, incluso un poco antes del incendio, la opción de hacer un pequeño VOD con dos o tres películas. Entonces, cuando fue el incendio, nosotros al tiro a la semana siguiente empezamos a idear esta plataforma online”, comenta Martín Castillo, programador de la sala e hijo de Roser. Si bien, el fuego forzó este proyecto, el confinamiento y la desalentadora espera de al menos tres años para la reconstrucción de la sala propiciaron el momento perfecto para el nacimiento de un sitio de *streaming*.

Antes del incendio, el Alameda participó en la convocatoria 2019 del Programa Otras Instituciones Colaboradoras (POIC), un concurso público destinado a aquellas instituciones que hubiesen demostrado ser un aporte para el sector cultural. A través de esta postulación recibieron una inyección de más de \$100 millones<sup>31</sup>. Resultó ser de gran ayuda en la implementación del sitio, pese a que en algún momento se barajó la posibilidad de usarlo para la reconstrucción de la sala, terminó por financiar el desarrollo del sistema de *video on demand*, la compra de computadores con servidor SVOD<sup>32</sup> y los derechos de exhibición de las películas<sup>33</sup>. “Sin ese fondo no hubiéramos tenido la opción de armar una página después del incendio”, precisa Martín Castillo.

En este contexto, el 30 de julio se lanzó Cineartealameda.tv, una plataforma por suscripción que se inauguró con la proyección de la premiada cinta de Sebastián Muñoz, *El Príncipe* (2020). Aunque Amazon Prime retiró de su oferta el film basado en la novela de Mario Cruz por “contenido ofensivo”<sup>34</sup>, el drama carcelario LGBT ambientado en los setenta, tuvo en Chile una cálida acogida y, más tarde, Ondamedia también lo incluiría en su catálogo.

La plataforma permitía acceder al contenido después de pagar una membresía de \$3.890 mensuales, el precio representa una entrada simbólica, similar al *ticket* que los asistentes compraban cuando las salas estaban abiertas. El sitio cuenta con un catálogo diverso de 40 títulos nacionales e internacionales, además de espacios de conversación y formación de audiencias que se actualizan semana a semana bajo la curatoría de la Corporación Cultural Arte

---

<sup>31</sup> Resultados Programa Otras Instituciones Colaboradoras 2019

<sup>32</sup> Servicio de *Video on Demand* por suscripción.

<sup>33</sup> Detalle de gastos del Centro Arte Alameda, segundo y tercer trimestre de 2020. Documentos disponibles en la página oficial del Centro Arte Alameda.

<sup>34</sup> Contreras, E. (2020). Amazon Prime veta película chilena "El Príncipe" en Reino Unido por "contenido ofensivo". *BioBioChile*.

Alameda. Para Martín Castillo, la plataforma se diferencia de otras más masivas por su catálogo elegido con pinzas, “menos películas, pero más calidad, esa es nuestra consigna”<sup>35</sup>.

La Cineteca Nacional, más conocida por su labor de conservación y restauración, también inauguró un servicio de VOD en su página, la cual desde antes ya ofrecía títulos clásicos vía online, aunque sin pago asociado, por lo que tuvieron que migrar su catálogo desde los servidores de Media Stream a los de Vimeo, plataforma que sí permite realizar cobros a los espectadores. Como ya tenían un precedente de trabajo virtual, el cambio para esta institución no significó una transformación tan extrema como en otros casos.

La decisión de aventurarse en este sistema surgió debido a la necesidad de continuar con la difusión del cine chileno reciente e insertarse en el circuito comercial de exhibición. Mientras que el material de archivo podía ser consultado gratuitamente a través de Internet, en la presencialidad la Cineteca también realizaba funciones pagadas para estrenos y eventos especiales, lo que representaba un 7% del ingreso total de todo el Centro Cultural Palacio la Moneda, espacio donde se alojan las operaciones de la Cineteca.

La Red de Salas fue la última en sumarse a las plataformas digitales anunciadas durante el primer semestre del 2020. Tras cuatro meses de preparación, el 25 de agosto de ese año se estrena el VOD “Red de Salas Online”, un espacio que prometía cortometrajes y largometrajes bajo tres modalidades, contenido gratuito, suscripción y alquiler directo para estrenos. Esto último con el objetivo de ser una ventana de exhibición para las películas chilenas y extranjeras independientes que quisieran debutar de manera online en la espera de la apertura de los cines. Con un catálogo de 50 títulos, el sitio tenía altas posibilidades de tener éxito.

## Reinventarse o morir

La sección de *streaming* de la Red de Salas se inauguró en el segundo semestre del 2020, pero la página oficial de la organización ya ofrecía talleres gratuitos desde mayo de manera remota, en línea. Gran parte del valor agregado que representa la Red, de la cual el Centro Arte

---

<sup>35</sup> El Mostrador. (2020). Centro Arte Alameda lanza plataforma SVOD con una programación dinámica y estrenos semanales para todo Chile.

Alameda y la Cineteca también son miembros, se construye sobre la base de la formación de audiencias, entregando una mediación crítica que complementa la experiencia del espectador a la hora de enfrentarse a una pieza audiovisual. Los esfuerzos de la Red se trasladaron a lo digital y, en general, los resultados fueron positivos, destacando la convocatoria a los talleres abiertos en los que se enseñaba sobre la historia del cine chileno y latinoamericano.

Las inscripciones limitadas para los talleres impartidos por el crítico Christian Ramirez, por ejemplo, se agotaron en cuestión de días, contando con unos 100 asistentes por sesión y con un alto índice de permanencia para los talleres futuros. Los adscritos al taller veían películas “tarea” durante la semana para discutir en la clase en línea. Los cuadritos rellenos con una foto de perfil, o muchas veces solo con un nombre en el centro, reemplazaron a la antigua fórmula en que las cabezas de la platea, como si fueran girasoles siguiendo al sol, giraban constantemente buscando una mano alzada para escuchar. Este formato de cineclub era completamente nuevo para la Red, no obstante, desde la organización sacan cuentas alegres de la experiencia.

La estrategia mediática que la Red impulsa no se basa solo en su oferta de películas, sino en poner de manifiesto la importancia de crear comunidad en torno al cine. “A nosotros no nos parece ser una plataforma que uno ponga play nomá, porque eso no es lo que hace la Red de Salas. Nos interesa tener las conversaciones, las reflexiones, hablar con los directores, entonces vamos a continuar con esa idea de manera virtual, la idea de que la plataforma sea lo más parecido a ir a una de nuestras salas”<sup>36</sup>, puntualiza Teresita Ugarte.

La mediación cultural es un término del que todos los gestores culturales independientes se han apropiado. Lo han convertido, incluso, en un sello distintivo que los separa de la gran cartelera. El Alameda y la Cineteca tampoco se quedan atrás en cuanto a formación de públicos. “La opción que nosotros promovimos era: ve la película a esta hora y vas a poder ver después un conversatorio donde todo el mundo que la vio va a poder estar escribiendo las preguntas. Es una actividad más similar al cine presencial en ese punto”, explica Martín Castillo.

La Cineteca impulsa, también, el programa de formación escolar, Escuela de Cine, que consiste en una capacitación *online* para los profesores con el objetivo de entregarles

---

<sup>36</sup> Valenzuela, M. (2020). Salas, plataformas y audiencias en tiempos de Coronavirus. *El Agente Cine*.

herramientas que les permitan levantar cineclubes en sus establecimientos educativos. En 2020, por primera vez, el visionado de películas dejó de realizarse mediante el envío de DVD's y comenzó una nueva etapa con el *streaming*, creando una plataforma privada donde solo pueden acceder los profesores en compañía de sus alumnos. Sin mencionar, además, los numerosos conversatorios que la Cineteca levantó a través de redes sociales.

La virtualización de las salas permitió desterritorializar sus operaciones, facilitando alcanzar nuevas audiencias que, por temas geográficos, no habían podido acceder a cine chileno en el pasado. Más de una ciudad pequeña o un pueblo, sobre todo en zonas rurales, no dispone de salas de cine, por lo que más allá de la voluntad, es imposible para ellos ingresar a actividades de formación de audiencias. El online vino a paliar, al menos parcialmente, esa situación. Parcialmente pues, suelen ser estos mismos territorios los que carecen de conexión a la red. Sin embargo, es innegable que al menos una fracción logró saltar la barrera geográfica gracias a Internet. “La gente puede acceder a estos talleres aunque estén en la región que estén, es muy lindo no tener que limitarte a la gente que vive cerca de tu sala.”, explica Teresita Ugarte

Debido a que la Red de Salas no es un espacio físico, sino un ente que agrupa estos espacios, la virtualidad les ha servido para darle un rostro más concreto a esta agrupación. “Nosotros en verano de 2020 teníamos 3 mil seguidores en redes sociales y ahora vamos por los 12 mil, o sea, tener contenido online ha universalizado una comunidad virtual cinéfila a nivel de todo Chile, ya no depende de tener una sala cerca, sino que si tienes internet ya puedes acceder a todo este contenido”.

Sin embargo, no todo es triunfalismos, ya que, a pesar de que las salas lograron adaptarse rápidamente y continuar sus actividades de formación en el mundo virtual, perdieron a su público más fiel. Las salas de cine independiente conocían muy bien a sus espectadores, porque eran un público de nicho, recurrente, que generalmente vivía cerca y las reconocía como parte de su comunidad. Pero con el online todo esto cambió, los más jóvenes, que navegan la web con una facilidad innata, se decantaron por espacios gratuitos y con más contenido; mientras que las generaciones mayores debieron lidiar con la (falta de) alfabetización digital.

Incluso la distribuidora Miradoc confiesa que la transición al digital ha significado perder su público. Una de las causas es que los seguidores del programa eran mayoritariamente personas sobre 40 años, lo que en muchos casos significó enfrentarse a una brecha tecnológica

para navegar por el sitio y configurar los métodos de pago. “Nosotros teníamos ese público senior que se complicó tratando de meter la tarjeta, en el fondo ahí nos fuimos perdiendo por el camino”<sup>37</sup>, lamenta Paula Ossandón, directora de comunicaciones de la Corporación Chilena del Documental (CCDoc).

No obstante, la brecha tecnológica no afectó sólo a los mayores, sino que la inexperiencia por parte de los desarrolladores en términos de usabilidad se hizo notar en los internautas. “Había gente que se confundía al verificar el usuario, también esta parte tecnológica a varios los pilló sin entender mucho. Para el taller tuvimos un *avant premiere*, donde estuve una semana explicándole a la gente que se tenía que crear un usuario y obviamente el día de la *avant premiere* me llegaron 20 mails de gente enfurecida, sin entender nada”, recuerda Teresita Ugarte.

Similar a ese breve instante en que la luz del proyector se apaga pero aún no se alcanzan a iluminar los focos en las paredes, para los gestores culturales detrás de la pantalla del PC todo es un espacio vacío, inerte, completamente oscuro. Al momento de ver la película, la única estadística confiable que tienen es la cantidad total de reproducciones. Sin embargo, ya no pueden ver la edad de la audiencia, cuántas mujeres hay en relación a los hombres, cómo visten, si se ríen en las escenas cómicas o se mueren de tedio.

Esto es un problema para las salas de cine, quienes pasaron de tener un conocimiento profundo de su público, tanto por los numerosos estudios de audiencias que han realizado, como por el propio día a día, a interactuar con gráficos de visualizaciones, lo que dificulta entender a las audiencias y presentar una cartelera atractiva. Si bien, las actividades de formación de audiencias ayudan a iluminar esta oscuridad, en comparación a los espectadores totales es solo un pequeño grupo quien se inscribe y efectivamente participa. La virtualidad parece, entonces, una espada de doble filo, una oportunidad y una carencia. Sin embargo, a medida que el 2020 llegaba a su fin, las ventajas del *streaming* acabarían por verse reducidas frente a la dificultad de generar una plataforma rentable en el mundo digital.

---

<sup>37</sup> Torres, L. (2020). Distribución independiente en Colombia y Chile. *CCDocumental*.

## Antes de que fuera moda

La *webcam* del computador se enciende y al otro lado se puede ver a un hombre que casi alcanza los 60 años, pelo corto y plateado, lentes de marco grueso y unos audífonos blancos colgando de sus oídos. La habitación en la que está es completamente negra, a excepción de la puerta verde que está a sus espaldas y un estante repleto de libros que forman franjas multicolor.

- Una pregunta: ¿es visual o es solo auditivo?
- El reportaje va a ser escrito, ahora nos vemos por un tema de que sea más amena la entrevista, pero al final lo que va a salir son las palabras, ningún video.
- Ya, buen apunte, porque hoy todo lo que importa es lo que uno ve, entonces me parece bueno que sea como a la antigua, a la *old school*, reconozco que soy más a la antigua.

Así fue como comenzó la entrevista con el escritor y director de cine, Alberto Fuguet, quien en otro tiempo fundó la plataforma de *streaming* Cinémeta. Para las nuevas generaciones, encontrar páginas de cine independiente en las profundidades de Internet no es una novedad. Sin embargo, a principios de la década de 2010, cuando los Blockbuster todavía eran algo común en las ciudades más grandes, el streaming todavía estaba lejos de ser algo ampliamente conocido, mucho menos con ese nombre.

Fue entonces cuando Fuguet dio inicio al proyecto de *streaming*, que si bien no transformó la industria, sí dio una señal de que habitar la virtualidad era posible para el cine independiente. Durante sus mejores años, varios realizadores a nivel latinoamericano estuvieron dispuestos a entregar sus obras al portal, a sabiendas de que no obtendrían ningún pago por ello, mientras que otros tantos cinéfilos, en su mayoría estudiantes de periodismo, se interesaron en escribir para el sitio.

Un joven cineasta, que hace poco había estrenado su primer largometraje, *Se Arrienda* (2005), saboreaba un gusto agridulce. Por un lado, la película había conseguido un gran éxito de espectadores, 20 mil butacas llenas, cifra no menor en nuestros días y más impresionante hace 15 años. Sin embargo, al momento de sacar cuentas para pagarle a los inversionistas, la recaudación para el equipo realizador fue casi nula, el escritor incluso comenta que a él no se

le pagó un sueldo, ya que estaban buscando abaratar costos y él deseaba dirigir su película de todos modos, con o sin ganancias.

Ante la frustración de no haber ganado lo suficiente como para filmar una nueva película, decidieron empezar a grabar en digital, otra revolución tecnológica que generó resquemores en el mundo del cine. Esto significaba dejar de gastar dinero en celuloide e invertir en procesos más baratos de post-producción. Hacer tan solo una copia de celuloide costaba \$1.600 dólares, mientras que un filme digital podría distribuirse infinitamente con un simple copia-pegar<sup>38</sup>. Sin embargo, en esos tiempos las salas de cine no contaban con los equipos para proyectar en formato digital<sup>39</sup>, por lo que las opciones eran: pagar millones de pesos para transformar los archivos de video a 35mm o buscar otros canales de distribución. Fuguet optó por lo segundo.

Ese nuevo espacio de exhibición llegó cuando *Velódromo* (2009), el segundo largometraje de Fuguet, estaba en proceso de post-producción. En ese momento conoce a Mauricio Varela, un ingeniero comercial que confesó estar en desacuerdo con la forma en que se repartían los fondos estatales de apoyo al cine y que Internet podría ser la clave para abaratar los costos de producción y distribución del cine independiente. Cada individuo podría tener un cine personal en su computador, dejando en el olvido a la industria del ladrillo y cemento, al menos esa era la expectativa.

“A mí me pareció un poco sin respeto, porque a mí me gusta el cine y me parece que no se puede comparar la experiencia del cine, las butacas y todo eso”, dice Fuguet. “Pero ante la posibilidad de hacer *Velódromo* y no estrenar nunca, me di cuenta de que yo era hipócrita, porque si bien me gustaba el cine análogo, la mayoría de las películas las veía por Torrent, las bajaba y las veía por computador. Incluso en *Velódromo*, mi personaje baja películas todo el día por Torrent, uno de los temas del filme era un chico que ve películas en su computador, ya que el director y todo su equipo también veían películas en su computador”. El escritor y director decidió estrenar el cortometraje *2 Horas* (2009) a través de YouTube, sin mucha esperanza al respecto, pero para su sorpresa la película quedó seleccionada en el Festival de Rotterdam, lo que terminó de convencer a Fuguet sobre las bondades del *streaming*.

---

<sup>38</sup> Morales (2013). Adiós al 35 mm: el cine se vuelve digital. *La Tercera*.

<sup>39</sup> Montero, L., Valdebenito, F. (2012).

La dupla cineasta-ingeniero estaba convencida de que el cine virtual era el futuro, por lo que resolvieron que era necesario invitar a más directores para que la página funcionara, un poco imitando al modelo de cartelera de las multisalas. Lamentablemente, el conocimiento que se tenía sobre Internet y programación computacional era mucho menor en ese tiempo. El desarrollo de la plataforma costó una fortuna, que salió de sus propios bolsillos, incluso subir películas a la página significaba un costo de hasta 100 mil pesos. Al principio le escribieron a algunos realizadores chilenos para que se sumaran a Cinémeta y, así, construir un catálogo, pero como era de esperarse no todos aceptaron, ya sea porque tenían compromisos comerciales o porque no le veían futuro al sitio.

No obstante, el apoyo resultó suficiente para que la página tomara su primer aire y empezara a ser conocida. A los pocos meses conocieron a un grupo de jóvenes que entendían el arte de la programación, con lo que fueron capaces de personalizar la apariencia del sitio, así como también, de abaratar los costos de funcionamiento. “Podíamos robarnos, por así decirlo, el software de los americanos y en el fondo la plataforma Cinémeta sería casi gratis. Podíamos usar Vimeo como el soporte donde subíamos los vídeos, pero usar Cinémeta como página web”.

A medida que la plataforma se hacía más conocida, empezaron a llegar nuevos cinéfilos interesados en colaborar con la creación de contenido, sobre todo estudiantes de periodismo en busca de una práctica profesional. Según recuerda Fuguet: “Cinémeta en un momento tuvo una pequeña marca, tuvo un poco como de factor *cool*”. El nombre se convirtió en marca reconocida, incluso el Festival Internacional de Cine de Valdivia invitaba a los redactores del portal a cubrir el espectáculo, por supuesto, con todos los gastos pagados. El mismo festival - donde Fuguet participó como jurado en 2012- describió a Cinémeta como “uno de los portales de cine independiente más vanguardistas de Latinoamérica”<sup>40</sup>.

Con más de un año de funcionamiento, la plataforma acumulaba un catálogo de 70 títulos y había alcanzado un ritmo de estrenos de hasta tres filmes por semana<sup>41</sup>. No solo se hizo conocida en Chile, sino que realizadores de países latinoamericanos donde la producción de cine era principalmente independiente, también se sumaron al fenómeno. “Los colombianos,

---

<sup>40</sup> FicValdivia. Catálogo de Cine 2012.

<sup>41</sup> Lehuedé (2011). Cinémeta 2.0. *La Tercera*.

centroamericanos, bolivianos, películas que nunca se habían dado en sus países, aceptaron la idea de dar las películas en Cinépata, otros preferían simplemente guardarlas en el cajón”.

El cajón es el lugar donde muchas películas terminaban, lamentablemente, por las sobredimensionadas expectativas de sus realizadores y las promesas vacías de distribuidores que ofrecían contratos millonarios por estrenos en Estados Unidos, contratos que ciertamente nunca llegaron. Cinépata se fundó sobre la base de los *Creative Commons*, jamás cobró a ningún usuario para ver las obras. Eso no quiere decir que estuvieran en contra del lucro, Fuguet es enfático en que reconoce plenamente el derecho de los artistas a lucrar con su trabajo.

“Creemos que tú tienes todo el derecho a lucrar, pero llega un momento en que ya no vas a poder lucrar, va a ser muy complicado, porque si nadie vio tu película va a ser muy difícil que lucre, porque el lucro tiene que ver con el deseo”. Contra este argumento, muchos realizadores prefirieron entregar su película gratuitamente, para que al menos el público la pudiera ver y con algo de suerte convertirse en una joyita del *underground*. En el caso que la plataforma lograra ganar algo de dinero, tampoco se le pagaría a los realizadores, sino que todo se invertiría en la plataforma; ésa era la propuesta.

Cinépata nunca generó ingresos, a pesar de que la dupla Fuguet-Varela estaba dispuesta a aceptar anuncios publicitarios en la plataforma, jamás llegó la oferta. “Yo estaba dispuesto a venderme, pero nadie me quiso comprar”, ironiza el escritor. No obstante, Fuguet notó que mientras más conocido era el portal, mejor recepción tenían sus películas y decidió invertir un poco más: contrató un periodista profesional que hiciera difusión y otros colaboradores aportaron con montos menores para cubrir el funcionamiento del sitio.

## El cansancio pesa en los huesos

Fuguet recuerda con cariño la época en que los cines eran la única opción para ver películas y él era un espectador solitario en una sala decadente de Santiago Centro, abrigado hasta los huesos para ver *El Resplandor* (1980) el día del estreno en las salas locales. Sin embargo, tampoco se olvida de lo limitada que era la cartelera en aquellos tiempos y como las películas desaparecían después de su paso por salas. “Cuando yo quería ver una película chilena de la época de Allende no podía y no solo por Pinochet, sino porque no estaban, cualquier

película que ya tenía 6 meses se iba poco menos que al cielo, desaparecen en este cajón, por lo tanto no existía el pasado”.

Los cambios tecnológicos siempre han causado transformaciones importantes en el cine. La aparición del video con sonido, la imagen con color, la imagen digital y ahora la exhibición por *streaming*, son acontecimientos que emocionaron a los espectadores cuando ocurrieron, pero que también despertaron resquemores en cinéfilos más tradicionales que ven con sospecha algunos cambios<sup>42</sup>. El escritor cree que este temor es una condición innata del ser humano y que es un fenómeno presente también en el mundo artístico. O al menos esa fue su experiencia en Cinépata.

En una entrevista publicada en el Observatorio Fucatel en 2009, el entrevistador pregunta a Fuguet: “Un amante del cine como tú, ¿qué piensas de ver un largo de 73 minutos en la *web*?”<sup>43</sup>. Cierta desprecio a la virtualidad es notorio. Ver cine fuera de la sala parecía ser algún tipo de pecado cinéfilo. Parece ser que el giro a la digitalización de la producción y exhibición del cine le ha dado la razón al escritor: hoy, incluso los grandes estudios de Hollywood lo están haciendo. Y en Chile, Ondamedia ofrece una plataforma de exhibición y un modelo de pago para el cine chileno.

Cinépata, sin embargo, no prosperó. Algunos problemas generados por conflictos de derecho de autor contribuyeron a su caída y cierre definitivo. Según recuerda Fuguet, un cortometraje, del que el escritor ya no se acuerda, fue vendido por sus creadores a una empresa en Europa del Este en un paquete audiovisual. Los realizadores intentaron contactarse con Fuguet para que bajara el corto de la plataforma. Sin embargo, en ese momento, ya se había desligado de Cinépata. Vimeo detectó que los derechos de autor del video no correspondían con la cuenta en que estaban alojados y la dio de baja.

El impasse se resolvió tras varias comunicaciones vía e-mails entre los involucrados, destacando que no había mala fe y manifestando la voluntad de Cinépata de retirar los vídeos protegidos por derecho de autor. Luego recibieron otra petición similar. Y una tercera. “De nuevo nos cerraron”, recuerda Fuguet, “entonces a la tercera yo dije hagamos una *güea* bien

---

<sup>42</sup> Sabeckis. (2013).

<sup>43</sup> Azócar. (2009) Cinépata: la apuesta gratuita de Fuguet. *Hijo del medio*.

hecha, esto ya no tiene quien lo administre, yo ya no tengo películas nuevas, no quiero seguir gastando plata, dejó de ser entretenido”. Después de todo el trabajo que significó armar la plataforma, el escritor creía que el sitio se mantendría solo, pero jamás pensó que la última faena iba a ser bajar las películas.

Fuguet estaba cansado. Administrar un sitio web que no generaba ingresos pero sí problemas legales se había vuelto frustrante. “La gente que nos apoyaba quería cobrar, con todo derecho y nunca teníamos plata de Cachantun, ni de Redbull, ni de Coca Cola; nunca tuvimos ningún fondo, entonces era difícil”. Es difícil imaginarse marcas como esas u otras -cuyo objetivo corporativo es mayor visibilización y alcance a audiencias específicas- interesadas en un portal de películas que, en palabras de Fuguet, “no le han ganado a nadie”. Mantener el portal y todo lo que implicaba se volvió una tarea agotadora e ingrata.

“Fue bonito mientras duró y no estoy para nada arrepentido”. A pesar de los momentos amargos, Fuguet dice estar orgulloso de haber sido parte de este fragmento en la historia del cine chileno. El portal de *streaming* incluso llegó a hospedar al Festival Internacional de Documentales de Santiago (FIDOCs)<sup>44</sup>, ayudando a formar una comunidad de cinéfilos, que encontraron en la virtualidad una manera de satisfacer una obsesión que las multisalas no podían.

Aunque el catálogo de Cinépata no incluía películas taquilleras o reconocidas, sí lograron que cientos de cineastas independientes lograran salir del cajón del olvido y se encontraran con un público que, de otra forma, se hubiera perdido. Tal como el financiamiento y la sustentabilidad fueron obstáculos para Cinépata, hoy también representan serios problemas para las salas que intentan adaptarse a la virtualidad.

## Caída libre

Cuando la Red de Salas estrenó el documental *El Negro* (2020) a finales de agosto, los arriendos de la plataforma subieron a mil transacciones mensuales, según comenta la presidenta de la asociación. La Cineteca Nacional, que tenía un aproximado de 10 mil reproducciones (de

---

<sup>44</sup> Radio Uchile. (2013) Fidocs online y el sitio web Cinépata exhiben documentales gratuitos.

acceso liberado), también experimentó un aumento en el periodo comprendido entre marzo y septiembre de 2020. Después de estas fechas, debido al relajamiento de las medidas sanitarias y la posibilidad de que la gente saliera de sus hogares más a menudo, las reproducciones en los servicios de *streaming* empezaron a bajar.

*Haydee y el Pez Volador* (2020) fue uno de los primeros estrenos nacionales que vieron la luz a través de Internet, por lo que recibió una inusitada atención para un documental independiente. “Nos *pescaron* en todos los medios y no solamente para hablar de *Hayde*..., sino para hablar del cambio de MiraDoc a la plataforma *online*”. Había esperanza de que la virtualidad sería un baluarte donde el cine chileno podría aguantar dignamente los embates de la pandemia. No obstante, la competencia por un público de nicho, ya captado por Ondamedia, significó una gran dificultad para que las salas pudieran usar la virtualidad como un camino económicamente viable.

A medida que las salas estrenaban sus plataformas de *streaming*, la emoción del público se desvanecía. “Vino la pandemia y la gente empezó a consumir en Internet como loco, entonces todos dijimos *qué bueno va a ser esto*. Pero llegaron miles de contenidos y la audiencia se te voló”<sup>45</sup>, así es como Paula Ossandón ejemplifica la dura tarea de perseguir a los públicos virtuales. Si antes las salas independientes tenían que combatir contra las multisalas, ahora tenían que hacerlo con los gigantes del VOD.

Los gigantes del *streaming* como Netflix, Amazon, Disney, veían el incremento de sus utilidades según avanzaban las medidas de confinamiento a nivel mundial. Tan solo Netflix registró 15,8 millones de nuevos suscriptores en 2020<sup>46</sup>. El escenario en el hemisferio sur era distinto. “La verdad, por la cantidad de gente que hemos logrado que pague, no es sustentable de momento. Los números igual son súper pequeños, estamos lejos todavía de recuperar lo que invertimos en la plataforma”, lamentaba Teresita Ugarte a dos meses de haber lanzado la página.

La película *Enigma* (2020) logró 100 arriendos en su primer mes dentro de la plataforma, lo que significa apenas 100 mil pesos para la Red de Salas. La organización

---

<sup>45</sup> Torres (2020) Distribución independiente en Colombia y Chile. *CCDocumental*.

<sup>46</sup> BBC News Mundo. (2021). Por qué las acciones de Netflix se desplomaron en bolsa.

reconoce que es gracias al Fondo de Fortalecimiento que pueden seguir funcionando hoy en día y que sin este no podrían haber concretado la modernización tecnológica, ni amortiguar en cierta medida el impacto económico del confinamiento. La situación es aún peor cuando la masificación del *streaming* puso a disposición de los usuarios plataformas con catálogos infinitamente más amplios o derechamente liberados gracias a la piratería. Mientras tanto, los ingresos por venta de entradas están lejos todavía de ser una alternativa autosuficiente.

Después de seis meses de funcionamiento, el Centro Arte Alameda logró recuperar los casi 20 millones de pesos invertidos en la compra de derechos de autor, desarrollo de la plataforma y las actividades de promoción<sup>47</sup>. Durante ese tiempo se financiaron con el fondo de Otras Instituciones Colaboradoras. Un mes antes, el cine abrió una sección gratuita en la cual recomendaban y subían contenidos que ya estaban liberados en Internet, en oposición al antiguo modelo de suscripción cerrado, donde solo se podía navegar por la página después de haber pagado el abono.

Aunque esta era una idea que se había discutido desde el inicio de la plataforma, en ese momento la prioridad era conseguir liquidez para asegurar la continuidad del proyecto, por lo que era mandatorio una opción en que se pudiera cobrar. Martín Castillo revela que cuando estrenaron el Hall Central (sección gratuita), las suscripciones pagas bajaron en un inicio, lo que era un efecto anticipado, pero con el pasar del tiempo generó un tránsito entre ambos canales que ha beneficiado a la sala de cine.

Instalar un nombre, una marca, en el público no es fácil: lanzar una plataforma y anunciarse en los diarios nacionales no basta. Es necesario un trabajo sostenido en el tiempo que navegue el enorme flujo de información y se destaque. “Todavía es muy poquita la gente que nos conoce. A cualquier proyecto puede tomarle años ser algo consolidado y conocido a nivel nacional”, explica Teresita Ugarte. Las salas de cine apenas tienen un año de existencia, en el mejor de los casos, lo que supone una desventaja en términos de posicionamiento mediático y crecimiento de su catálogo, como le ocurrió a Ondamedia en 2017.

---

<sup>47</sup> Detalle de gastos del Centro Arte Alameda, segundo y tercer trimestre de 2020.

## Los 15 contratos de Ondamedia

El efecto de Ondamedia en el campo es paradójico pues la plataforma afectó comercialmente el circuito de exhibición al presentar estrenos a costo cero para el usuario. Hasta el primer semestre, Ondamedia sólo ofrecía cintas que estrenadas en salas en años previos. Sin embargo, en agosto del 2020, el ministerio de las Culturas y las Artes anunció la celebración de 15 contratos de exhibición con producciones nacionales que a causa del virus no pudieron estrenar en salas o vieron su estreno interrumpido.

De esta manera, entre el 14 de agosto y el 20 de noviembre se agregó semanalmente una película chilena con un compromiso tope de 3.500 entradas, por lo que una vez consumidas las visualizaciones la película se retiraría de la plataforma. “Desde ya les adelanto que tenemos piezas de primer nivel, con grandes actores y mucho trabajo detrás, que por ningún motivo nos permitiríamos dejar oculto a causa de la situación actual”, celebraba la ministra Consuelo Valdés<sup>48</sup>.

La Red de Salas manifestó su desazón frente al anuncio de Ondamedia, algunas fueron más críticas que otras. Porque fomentar el consumo de cine chileno era algo deseable para todos los actores de la industria, los estrenos son, precisamente, los momentos cuando las salas apuestan por generar ingresos. “Para nosotros fue un golpe duro que el propio ministerio no considerara a las salas de cine que están cerradas, hacernos a un lado, no hacernos parte de la exhibición y simplemente pasar las películas gratis en Ondamedia”, lamentan desde la Red de Salas.

Con el objetivo de ayudar al sector, el Gobierno sostuvo varias mesas de trabajo. Sin embargo, jamás -aseguran- se habló de estrenar gratuitamente en la plataforma estatal, por lo que la noticia tomó por sorpresa a las salas independientes. La decisión astilló aún más las diferencias entre el ministerio y los trabajadores de la cultura, quienes habían abandonado las mesas de trabajo a principios de agosto de 2020, argumentando que la ausencia de la ministra era una señal de desconexión y que sus propuestas no eran escuchadas por los representantes de la cartera<sup>49</sup>. Teresita Ugarte concluye que “si las mismas autoridades no demuestran que (el

---

<sup>48</sup> MinCap. (2020).

<sup>49</sup> Cooperativa. (2020). Organizaciones abandonan mesa de trabajo con el Ministerio de Cultura por ausencia y desconexión de ministra Valdés.

arte) es importante e incentivan a participar, menos le puedes pedir a más gente, desde empresarios a cualquier ciudadano, que invierta en cultura y que sienta que es algo importante para la calidad de vida”.

De esta manera, películas como *El Negro* y *El Príncipe* que fueron estrenadas en la Red de Salas y el Centro Arte Alameda, respectivamente, se exhibieron gratuitamente a través de Ondamedia, generando así una situación de desventaja para estas plataformas que sí deben realizar un cobro para subsistir. La doctora en Antropología Social y académica del Instituto de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, María Paz Peirano, explica que esto es problemático, ya que “hace que los consumidores creen que el cine chileno, como objeto cultural, tiene que ser gratis”.

La plataforma que a comienzos de año tenía tan contentos a los realizadores por darle nueva vida a películas ya olvidadas, prontamente se transformó en un problema para los exhibidores independientes. La espada de doble filo, como la llamaron algunos actores de la escena, golpeó con su lado más filoso a las salas nacionales. “Por un lado, es muy *bacán* porque abre ventanas para el cine, pero al mismo tiempo la gente se puede acostumbrar a que les pasen cosas gratis. Muchas veces nos han dicho: ‘Oye, pero por qué no dan esta película gratis’. Bueno, es nuestro trabajo también”, reclama el programador del Centro Arte Alameda entre risa y decepción.

Miradoc fue contactado por Ondamedia para gestionar los derechos de exhibición de sus documentales. Sin embargo, como distribuidora decidieron derivarlos directamente a los productores, ya que consideran que su rol comercial es para transacciones con el público, no con el Estado. Aunque sí le impusieron una restricción de exclusividad por dos meses a los realizadores, es decir, que si estrenan con Miradoc en junio, recién en septiembre pueden entrar a la plataforma del ministerio, según confirma Mladinic.

Desde la Red de Salas, Teresita Ugarte también intentó ampliar la ventana de exclusividad que tenían con los realizadores. “Yo ahí perseguí a todas las películas para alcanzar a estrenar un mes antes con nosotros y después irse a Ondamedia, en ese sentido todos estaban de acuerdo en estrenar con nosotros primero”. Sin embargo, la antelación con que se anunciaron los estrenos provocó que el público optara por esperar que las películas estuvieran disponibles de manera gratuita. Por esta razón, y para diferenciarse de la Red, el Centro Arte Alameda decidió

diversificar su cartera y mantener el cine chileno al mínimo, privilegiando películas del mundo que las otras plataformas no tenían.

El ministerio, con el objetivo de alimentar el ambicioso calendario de lanzamientos semanales del ciclo #cinechilenoencasa, ejerció presión sobre las producciones nacionales para que fijaran una fecha de estreno en la plataforma. “Ellos (los realizadores) también se vieron un poco contra la pared, porque tampoco iban a lograr tener esos ingresos con nuestra plataforma que es nueva y no muy conocida”, se lamenta Ugarte.

Ondamedia ostenta la ventaja de que no necesita preocuparse por desarrollar un plan de negocios, ya que cuenta con financiamiento público del ministerio, lo que le permite tener una gran variedad de películas y una relativa flexibilidad a la hora de contratar. Para el final de 2020, los gastos del programa superaban su presupuesto inicial, por lo que el ministerio realizó una inyección adicional de \$96.400.000<sup>50</sup>, que subsanaba el déficit y permitió financiar el ciclo de estrenos. Sin embargo, mientras que algunas películas como *El Príncipe*, *El Negro* y *Sumergida*, agotaron sus entradas en cuestión de días, otras continúan en la plataforma a más de 6 meses de su estreno sin recibir mucha atención por parte del público.

Esta situación agravó el panorama comercial al que se enfrentaban las salas independientes a causa de la pandemia. Sin embargo, a pesar de ser competidores directos en el rubro, la Red de Salas, el Centro Arte Alameda y la Cineteca, reconocen que Ondamedia ha servido para que la gente consuma más cine chileno y se interese por conocer más de la cinematografía local. La virtualidad, que en un inicio fue una promesa de éxito, acabó por convertirse en una fuga de los públicos hacia plataformas más grandes o gratuitas. Sobreviviendo entre las grietas del ciberespacio, las salas independientes esperan ansiosas que todo vuelva a la normalidad, ya que, incluso cuando las medidas sanitarias se han relajado, el aforo limitado sigue siendo una sentencia de muerte para las salas, quienes todavía mantienen sus puertas cerradas.

---

<sup>50</sup> Información solicitada vía Ley de Transparencia el 20 de enero de 2021 y entregada a los autores el 24 de febrero de 2021 por Alejandra Novoa Sandoval, Subsecretaria de las Culturas y las Artes. Oficio N° 168, Solicitud de Acceso a la Información N° BC001T0001484.

### III. EL CINECLUBISMO COMO RESCATE DEL OLVIDO

#### Fotos de perfil

Una de las instituciones ligadas al cine que más significantes han sido en la cinematografía local son los cineclubes. Las personas que se reúnen en estos espacios se definen como amantes del cine. La frase “por amor al arte” no podría describir mejor al motor que impulsa a quienes organizan estos encuentros. Es por eso que continuar con sus actividades, pese a la pandemia, no responde a un factor económico ni a compromisos de agenda, sino a una necesidad intrínseca de quienes anhelan disfrutar de esta experiencia.

“Al menos la mayoría de quienes participan de estas instancias somos cinéfilos de corazón, compartimos el amor al cine transversalmente, nos gusta mucho, lo pasamos muy bien viendo y conversando de cine”, comenta Vicente Prieto, coordinador general del Cineclub Carmen Bueno Jorge Müller (ex Cine Club Universidad de Chile). A diferencia de otras instancias de exhibición, los cineclubes no persiguen el lucro y, más allá de la proyección de una película, buscan educar a los públicos, a través del debate y la reflexión<sup>51</sup>.

El Cineclubismo no es una actividad nueva, tiene su origen en el Cine Club Universitario de la Universidad de Chile y el Cine Foro de Viña del Mar, ambos creados en los años cincuenta y sesenta. Los organizadores son conscientes que esta disciplina ha sido fundamental en la construcción de la cinematografía nacional, una actividad que no solo desean continuar, sino que esperan propulsar hacia el futuro.

---

<sup>51</sup> Horta, L., Inostroza, P., Pruzzo, C. y Jarpa, G. (2013).

Sin embargo, la pandemia del Covid-19 puso en riesgo este valioso proyecto. Tal como los festivales y salas de cine, con la irrupción del coronavirus los cineclubistas debieron transformar sus experiencias de funciones, dejando en pausa las reuniones colectivas para -en el mejor de los casos- dar paso a los encuentros digitales.

La forma en que cada cineclub enfrentó el aislamiento preventivo y obligatorio fue bastante diversa y tiene relación con la heterogeneidad del circuito a lo largo del país. Por su fuerte carácter educativo, no es coincidencia que muchas de estas instancias se desarrollen en universidades, dependiendo directamente de los protocolos que las instituciones adopten frente a la crisis sanitaria, aunque también existen cineclubes que se sitúan en espacios más informales y variables en el tiempo. La cineclubista y coordinadora de la Asociación de Cineclubes de Chile (ACC), Valentina Ávila, menciona que conforme a estas particularidades, “algunos de ellos tienen muy claro que van a seguir funcionando cuando se pueda volver ya definitivamente a un formato presencial y otros que no saben si van a continuar”. Lo cierto es que varios optaron por implementar una incipiente modalidad *online* que fue tomando cada vez más relevancia en esta coyuntura, e incluso durante este periodo surgieron de manera inédita al menos cinco cineclubes con funciones virtuales.

Si bien la ACC tiene como objetivo fomentar el trabajo colaborativo entre los cineclubes para promover la formación de públicos<sup>52</sup>, no existe fórmula universal para el funcionamiento de estos espacios a nivel nacional, ni tampoco la hubo al momento de enfrentar las peripecias de una nueva normalidad. Ante los avances y retrocesos en la situación de confinamiento, la modalidad *online* prometía mitigar en parte los efectos de la inesperada distancia social impuesta por la emergencia sanitaria. Eso sí, no para todos esta significó una luz de esperanza y varios se inclinaron por esperar que las condiciones sanitarias mejoren para retornar a lo físico.

---

<sup>52</sup> Sitio oficial de la Asociación de Cineclubes de Chile.

Para la representante de la organización este contraste se explica en que cada cineclub se constituye en un espacio autogestionado y diseñado en relación a las necesidades de la comunidad en que se instala. Por tanto, sería contraproducente organizar un ciclo de cine virtual en una localidad con mala conexión a Internet, o donde sus habitantes no están familiarizados con el mundo digital. “No puedes forzar a un circuito de cineclubes, de salas o de lo que sea, que están en distintos lugares de Chile, que tienen distintas condiciones de infraestructura, o tecnológicas, a que funcionen de la misma forma. Son justamente las personas que viven ahí quienes están habilitadas para decidir qué es lo que les va a funcionar mejor”, explica.

Más allá de las dificultades técnicas, trasladar la experiencia de un espacio caracterizado por el diálogo cara a cara al anonimato de la virtualidad, supuso un verdadero desafío para sus organizadores. A base de una lógica comercial, se ha instaurado fuertemente la concepción del cine como instancia de entretenimiento, una idea que el cineclubismo pretende derribar con ímpetu. Sus integrantes buscan generar las mejores condiciones posibles para entablar un espacio reflexivo y disidente de la cartelera convencional, con el fin de inculcar al público que una película también puede emocionar, transmitir diversas ideas y discursos, denunciar ciertos temas, etc<sup>53</sup>. En la práctica este improvisado formato *online* no necesariamente ha facilitado el proceso. “Lo más desafiante es convocar al público, cómo lograr que harta gente te vea, que interactúen y que se hagan el tiempo para consumir cultura, no como ocio, sino que para darle un poquito más de vuelta”, declara Vicente, cuyo cineclub tuvo sus primeras funciones virtuales a mediados del 2020.

Tras el visionado del film los asistentes son parte de un cine foro, instancia en la que se discute libremente sobre diversos aspectos de la obra. Tal como si estuvieran reunidos físicamente, lo ideal es que los espectadores no se queden solo con la exhibición de la película, sino que participen y manifiesten su opinión.

Es por esto que es difícil para los cineclubistas no mirar con nostalgia el pasado, esos días en que aparecían en las salas rostros nuevos y desconocidos, ver la espontaneidad de sus

---

<sup>53</sup> Horta, L., Inostroza, P., Pruzzo, C. y Jarpa, G. (2013).

reacciones frente a las imágenes o las manos alzadas pidiendo la palabra para comentar lo visto. “En la época presencial era muy fuerte esa interacción que teníamos con las personas, era muy cara a cara, entre sí dialogaban, se daba algo súper rico, había una diversidad de generaciones, gente de la tercera edad y muchos universitarios”, recuerda Valentina Ávila.

Las diferencias entre el antes y el después de la propagación del virus no son menores, los fotogramas del proyector se redujeron a la pantalla de un computador, mientras que la pequeña distancia entre cada asistente se transformó en kilómetros. Entre los espacios que decidieron continuar sus actividades durante la pandemia está el Cineclub Sala Sazié, una iniciativa de la Cineteca de la Universidad de Chile, donde Valentina cumple el rol de coordinadora. En este sentido, la joven reconoce que el cambio de formato vino acompañado de una serie de desventajas. “Trasladarlo a las pantallas online ha sido súper difícil. Pensamos que así podíamos llegar a más gente, pero al mismo tiempo ya no veo sus reacciones, no sé hasta qué punto se están involucrando en la conversación, son muchos los detalles que se te escapan”, asegura.

De la misma forma, Vicente Prieto rememora los días en que los asistentes se congregaban en uno de los auditorios del campus Juan Gómez Millas de la Universidad de Chile para ser parte del cineclub Carmen Bueno Jorge Müller. Al llegar los recibían con trípticos de papel sobre la película que días antes elegían con pinzas, a modo de guiar la discusión final. En su máximo apogeo las funciones podían reunir a 110 personas, cuando esto sucede “hay más posibilidades de que la gente converse, es como todo un ambiente de ‘quiero opinar’”, plantea.

Según sus estimaciones en los encuentros del 2020 alcanzaron un número de 50 visualizaciones simultáneas por función, de las cuales a lo mucho interactuaban ocho personas durante el cine foro. De hecho, admite que con el tiempo ha ido perdiendo noción de las características del público frecuente. “Es difícil decirlo porque uno ve fotos de perfil y no caras”, apunta el cineclubista. En un intento de elaborar un balance sobre como se ha cambiado el público en este periodo, manifiesta que “se ha perdido y se ha ganado. Hay gente que simplemente no se banca el cineclubismo virtual, porque es muy distinta la experiencia de ver una película fuera de una sala de cine a verla en la pantalla de tu *compu* o de tu *celu*. De conversar en un espacio grande en el cineforo a hacerlo por *Zoom*”.

Para el coordinador de la Cineteca de la U. de Chile, Luis Horta, “las actividades presenciales se valían fuertemente de la experiencia y que los públicos sintieran una pertenencia en una actividad en la que cualquier persona común podía ingresar al Cineclub y ser parte de una comunidad”. Por el contrario, tal como muchas actividades culturales que han sufrido las consecuencias de la pandemia, “la gente permanece tras una pantalla, sin hablar, con cámaras apagadas y se vuelve a ser 'espectador' en una relación social sin experiencia”<sup>54</sup>, enfatiza el académico.

El principal reto que deben enfrentar los organizadores es rearticular el discurso cineclubista desde la virtualidad. Lo que antes se daba de forma natural en los encuentros presenciales, en un formato *online* requiere experimentar nuevas metodologías que permitan dar rienda suelta al debate y al intercambio de ideas. Esto último es precisamente a donde apuntan este tipo de espacios: formar un público crítico y participativo, que se diferencie de los espectadores pasivos que comúnmente congrega la taquilla de las multisalas. De esta manera, se puede contribuir a sustentar uno de los postulados más significativos que esta práctica proclama en su manifiesto, “el Cineclubismo en Chile es una actividad de resistencia al cine comercial”<sup>55</sup>.

A través de la educación, el cineclubismo entiende que el cine puede ser un instrumento para el empoderamiento de la sociedad, que mediante símbolos y representaciones puede identificar, reflexionar, diagnosticar y actuar en consecuencia.

## Del espectador al usuario

Pese a los cuestionamientos sobre estas nuevas dinámicas virtuales, los organizadores no dudaron en explorar nuevas herramientas para seguir al pie del cañón. Aquellas plataformas

---

<sup>54</sup> Horta (2021). Cineclub Sala Sazié dedica foro a James Dean con invitada del público.

<sup>55</sup> Horta, Inostroza, Pruzzo y Jarpa (2013).

digitales que estaban asociadas a otras actividades se convirtieron en el sostén de las improvisadas reuniones telemáticas en la pandemia.

“Desde el principio supimos que iba a dar para largo esto de la pandemia”, recuerda Nicolás Ahumada, presidente del Cineclub Linterna Mágica de la Universidad de la Frontera. Ubicada en Temuco, región de La Araucanía, la UFRO se sumó al listado de casas de estudio que se vieron forzadas a suspender las clases presenciales, así como también cualquier reunión de carácter masivo, incluyendo el cineclub universitario. Sin un espacio físico para desarrollar sus encuentros, los asistentes más fieles del cineclub analizaron en conjunto una nueva modalidad para volver a disfrutar de esta instancia.

Desde el sur de Chile, Nicolás destaca otro rasgo característico de los cineclubes y es que sus integrantes son personas comunes y corrientes, que no necesariamente tienen estudios o se especializan en esta área. “Juntarnos a ver películas es algo que hacemos apasionadamente, entonces detener eso teniendo las herramientas tecnológicas nos parecía absurdo. Ninguno de los del cineclub estudia cine, somos todos de diferentes carreras. Yo estudio ingeniería eléctrica, pero hay gente de periodismo, odontología, sociología, otras ingenierías, etc”, comenta con orgullo.

Movilizados por ese deseo en común de aprender del séptimo arte y sin tener grandes conocimientos sobre plataformas digitales, el grupo buscó rápidamente una alternativa que fuera accesible para la mayoría. Una de las opciones fue realizar transmisiones en vivo vía Facebook, pero los problemas de derechos de autor provocaron que las películas fueran bajadas de la red social y con esto, que se sepultara la idea. Siguiendo la línea de los principios del cineclubismo, era esencial difundir tanto la película como su posterior cine foro. Detrás de la elección de una película existe un propósito, ya que exhibir la obra es solo un pretexto para detonar una disputa de interpretaciones sobre la realidad o sobre un tema específico que la cuestione<sup>56</sup>. Cabe destacar que también se aspira poner a disposición obras que no llegan a

---

<sup>56</sup> Horta, Inostroza, Pruzzo y Jarpa (2013).

grandes públicos, como por ejemplo películas locales o que son parte del patrimonio cinematográfico del país.

Finalmente, a punta de ensayo y error, se inclinaron por Discord y Twitch, aplicaciones populares en el mundo de los videojuegos que se convirtieron en grandes aliados al momento de realizar transmisiones *online* de mejor calidad. “Nos costó encontrar una plataforma que se adaptara, buscamos varias por ahí, pero al final terminamos usando plataformas que son más para *gamers*”, cuenta Nicolás Ahumada.

Como era de esperar, no todos los asistentes estaban familiarizados con estas herramientas, que por lo demás, necesitan que el usuario tenga una buena conexión a Internet para funcionar a cabalidad. “Yo mismo tuve hartos problemas con eso, no podía ver las transmisiones porque no me daba la banda ancha. Lo que hacía generalmente era descargar las películas, los demás también, si no tenían tiempo para verla el mismo día o si no tenían Internet les mandaba el link para que las pudieran descargar”, detalla Nicolás. Pero ni el caótico intercambio de links, ni la inoportuna caída de los programas, impidieron que con el paso del tiempo se adaptaran a este nuevo formato. Los más eruditos de lo digital instruyeron a sus compañeros, lo que permitió que las transmisiones se instalaran de forma permanente. “A veces igual hay problemas, pero cuando se quiere se puede”, sentencia el cineclubista con optimismo.

Hay cosas que la modalidad online no puede reemplazar. Sería injusto comparar las cámaras en negro de los asistentes conectados frente a la diversidad de rostros que ocupaba cada butaca. Estudiantes, funcionarios, e incluso vecinos se congregaban en el Cineclub Linterna Mágica, dando espacio a foros más dinámicos, variadas opiniones e intensos debates. “El cineclub aparte de ser un club de cine, es un club social. Nos hicimos amigos, enemigos, conversábamos y discutíamos, incluso a veces la temática de la película nos llevaba a hablar de otras cosas”, recuerda su presidente.

Sin embargo, los cineclubistas reconocen las bondades que la virtualidad ha proporcionado a los encuentros. Con el paso de los meses, los organizadores ganaron experiencia y seguridad,

que se tradujo en mayor fluidez al momento de concretar las reuniones. A modo de ejemplo, Nicolás señala que el estar conectados a Internet ha sido un *plus* en cuanto al proceso de autoeducación que intentan potenciar en su cineclub. “Se da algo que no se daba antes en la presencialidad que es investigar. A veces surge una pregunta sobre la película o el director y como tenemos Internet ahí mismo todos investigamos en conjunto, antes siempre quedaban esas preguntas al aire y es bastante interesante lo que se puede descubrir”, subraya el cineclubista temuquense.

Pese a que la difusión de los encuentros es principalmente a través de redes sociales - Instagram o Facebook- durante este periodo han seguido sumando público nuevo, a los cuales su organizador califica como “miembros misteriosos”. “Algunos, llegan y toman la palabra no más, lo cual nos parece súper bien porque el punto del Cineclub es opinar, más allá de lo que pueda pensar cada quien, pero no sabemos quiénes son”, admite. En este punto agrega que el tiempo ya no es una limitante para los integrantes, quienes se explayan desde la comodidad de sus casas. “Antes era difícil tener gente hasta tan tarde en la universidad, por la locomoción, en cambio ahora podemos estar hasta las una o dos de la mañana hablando. De hecho algunos chicos invitan a sus papás a ver las funciones, algunos se quedan en el foro y se escucha de atrás lo que comentan”, dice Nicolás respecto a las reuniones que normalmente parten cerca de las 22:00 horas.

Durante la pandemia estas herramientas también han servido para ampliar el circuito de cineclubes, logrando así que comunidades de sectores más aislados tengan la libertad de acceder a un cine no convencional y a educarse en torno a cinematografías extranjeras. En términos de alcance la experiencia ha sido exitosa, ya que la audiencia habitual del cineclub se ha ampliado a territorios donde antes era imposible llegar. En otras circunstancias hubiese sido muy difícil y costoso contar con expertos y panelistas de otros países, debido a que estas actividades no cuentan con ningún tipo de financiamiento, sin embargo la virtualidad ha permitido estrechar lazos a nivel internacional.

En el Cineclub Sala Sazié optaron por una modalidad bastante sencilla, pero que les ha permitido continuar de manera remota. Los interesados en participar solo deben rellenar un

formulario, tras lo cual los organizadores envían una clave a su correo personal para poder acceder a las películas disponibles en el sitio web del cineclub<sup>57</sup>. Cabe destacar, que esta clave no es privada, cualquier persona puede solicitarla o compartirla. Luego se fija la fecha y la hora para unirse al cine foro, el cual se realiza mediante transmisión en vivo de Facebook. Teniendo en cuenta que se trata de una red social de alcance mundial y de fácil manejo, no hay dudas de que permite mayor diversidad entre los posibles participantes de este tipo de instancias.

Al respecto, su coordinadora, Valentina Ávila, asegura que al menos en ese cineclub lo digital ha sido un tremendo beneficio, “al punto de que organizamos un seminario de cineclubes latinoamericanos *online* con mesas de distintos países de América Latina. A nivel de reflexión, sí fue bastante importante para nosotros porque es muy distinto como se vive el Cineclubismo en Chile a como se vive en otros países, es otra realidad, de cierta forma la virtualidad te permite ir dialogando a la par con otros colegas”.

Asimismo, desde el Cine Club Carmen Bueno, Vicente Prieto destaca el uso de StreamYard, una plataforma digital para realizar transmisiones de vídeo en directo, sin tener que descargar ningún tipo de software. Esta herramienta permitió que entre junio y julio de 2020 se llevara a cabo el ciclo de cortometrajes chilenos titulado “Cineclub en su casa”, donde también estuvieron presentes realizadores y asistentes de otras regiones del país que enviaron sus obras para el visionado.

“Fue una experiencia bacán, porque llegó gente que nunca había estudiado cine o audiovisual, que simplemente tuvo una idea, tenían su cámara y la transformaron en corto. Llegó gente de todo Chile, había gente desde La Serena hasta Valdivia, quisimos aprovechar de usar nuestra plataforma para difundir estos trabajos”, señala el cineclubista sobre la exhibición de obras *Amateurs*. En este sentido, fue fundamental el trabajo de difusión que realizó el equipo en la previa al evento para captar la atención del público: “Si movemos bien las redes podíamos llegar a las cerca de 2 mil visualizaciones semanales, entonces quedaba esa

---

<sup>57</sup> Página web del Cine Club Sala Sazié.

ventana para mostrar estos trabajos, que si no fuera por instancias como la que hicimos o las que hacen otros cineclubes no se verían”, manifiesta.

Las propuestas sobre cómo innovar la relación con el público en la virtualidad son variadas y dependen tanto de los objetivos individuales del cineclub, así como del contexto en el que está inserto. Las restricciones propias de la pandemia llevaron a muchos a trasladarse a una modalidad *online*, que afectó significativamente la cercanía, dinámica y metodología a la que estaban acostumbrados. Sin embargo, esto no necesariamente deriva en un balance general negativo. No se trata de blanco o negro, sino de los diversos matices que este proceso de cambio de formato ha generado en la experiencia de los cineclubistas y sus asistentes.

Aún sigue latente la ansiedad por volver a los encuentros presenciales, pero lo digital ha otorgado en este periodo mayor libertad al momento de elegir qué ver, cuándo verlo y cómo verlo. Sin tener ánimos de competir con los gigantes del *streaming*, los cineclubes se han transformado en una alternativa de resistencia al cine comercial que sigue vigente pese a la pandemia. De la mano de la virtualidad, proponen nuevos tipos de cine y, pese a que no apuntan al mismo público que Netflix o Amazon Prime, construyen nuevas ventanas de exhibición para proyectar cine independiente, de archivo o alguna joya escondida que merezca ser rescatada.

## Invitaciones para todos

Si bien los cineclubes se han configurado como espacios abiertos a la comunidad, donde conviven y dialogan distintas generaciones, sus organizadores coinciden en que durante el traspaso a las pantallas el público ha dejado de ser “homogéneamente juvenil”. “Con lo digital se ha abierto más el espacio para gente de mayor edad, que no tienen tiempo o prefieren no desplazarse después del trabajo a ver una película, puedan hacerlo desde sus casas”, dice Vicente. El cineclubista calcula que la edad de los asistentes pasó de ser entre 18 a 35 años, a una de 25 a 60. “Esto lo digo por los tipos de interacciones, las experiencias que se comparten, por las visiones que se comentan, tendería a pensar que hay gente mayor participando de los eventos que antes”, menciona.

Tal como en el caso de la Cineteca Virtual, donde un público -no necesariamente universitario- ha podido acceder a contenido de su interés, en el círculo de los cineclubes han podido notar que se amplió el rango etario de los participantes durante la pandemia. En circunstancias donde toda la población debió tomar medidas de aislamiento social a causa del Covid-19, el uso de Internet adquirió un rol esencial. Esta situación situó al uso de tecnologías digitales como la principal herramienta que permite continuar actividades esenciales, incluyendo aquellas que pertenecen a comunidades más pequeñas como los cineclubes.

Si hablamos de cifras, el uso de Internet en Chile ha experimentado un aumento sostenido: en 2013, el 58% de la población se conectaba a la red, cifra que se incrementó a más del 80% en 2020<sup>58</sup>. No obstante, en la práctica sigue existiendo desigualdad en cuanto al acceso, ya que no todas las comunas cuentan con el mismo número de conexiones. Según datos de la Subsecretaría de Comunicaciones, existen 200 comunas donde la penetración de Internet no supera el 20%<sup>59</sup>; en la misma línea, el Plan de Inclusión Digital del ministerio de Desarrollo Social descubrió 632 localidades que no cuentan con ningún tipo de conectividad<sup>60</sup>. Estos datos son previos a la pandemia.

Mientras más intrincada sea la geografía del lugar, más difícil será instalar la infraestructura necesaria para llevar Internet a las comunidades, lo que sumado a que las zonas rurales tienen menor densidad poblacional, hace menos rentable para las empresas de telecomunicaciones instalar el servicio. El *streaming* prometía llevar el cine chileno a localidades donde no existía una sala en los alrededores, pero tal como los complejos de exhibición no cubren todo el país, las conexiones a Internet tampoco lo hacen. Coincidentemente, las regiones con menor grado de conectividad, La Araucanía y Los Lagos; también tienen un bajo número de butacas en relación a los habitantes, problema que también ocurre en otras regiones de la zona sur y austral, siendo Ñuble el caso más preocupante<sup>61</sup>.

---

<sup>58</sup> León y Meza (2020). Brecha en el uso de Internet: Desigualdad digital al 2020.

<sup>59</sup> CNN Chile. (2019). Estas son las comunas que tienen más y menos acceso a Internet fijo en la Región Metropolitana.

<sup>60</sup> Malverde. (2019). Informe revela que 632 localidades del país no tienen acceso a internet. Cooperativa.

<sup>61</sup> MinCap. (2020).

Más allá del centralismo, también surgen inquietudes en torno a las competencias básicas para poder desenvolverse en la web. Según una encuesta cara a cara realizada por *Ciper Chile*, en las regiones Metropolitana, Valparaíso y Concepción, un 46,5% de los usuarios solo dispone de internet móvil. Se ha observado que las habilidades digitales que maneja este tipo de encuestado son inferiores, ya que el dispositivo no está adaptado para la realización de tareas más complejas. Personas de bajos ingresos, menor nivel educacional, edad más avanzada y que residen en zonas rurales se encuentran actualmente en una situación de desventaja en el mundo virtual.

En lo que se refiere a la distribución del uso de internet para entretenimiento, es factible reconocer que, a menor edad, mayor es la probabilidad que un usuario se conecte para este fin<sup>62</sup>. Sin embargo, durante los últimos siete años el tramo etario que concentró el mayor aumento en usabilidad en el ámbito recreativo -en el que figura la acción de ver películas- fue el de entre 30 y 49 años. En definitiva, el avance de la tecnología y su uso en cada vez más ocupaciones cotidianas, ha permitido que el impacto de la brecha digital no sea tan preponderante en este grupo, al menos en cuanto al aspecto recreativo. Esto permitió a los cineclubes diversificar su público durante la pandemia, sin haberlo previsto.

La virtualidad significó ante todo un proceso de aprendizaje para los cineclubistas, que develó desventajas pero también beneficios de este nuevo formato. Pese a que aún está presente la incertidumbre sobre cómo se va a ir desarrollando la pospandemia, quienes organizan estas iniciativas están considerando lo digital a futuro, como parte de una modalidad mixta que pueda complementar los encuentros físicos. “Nos dimos cuenta de lo importante de generar estas redes, estos nuevos canales de interacción con el público, porque si no uno se puede ir quedando atrás muy fácilmente”, afirma Vicente Prieto.

En la misma línea, destaca la importancia del rol del Estado en la educación en torno a cómo enfrentar los cambios tecnológicos actuales: “Sería fundamental que pudieran potenciar

---

<sup>62</sup> León y Meza (2020). Brecha en el uso de Internet: Desigualdad digital al 2020.

la alfabetización digital. En nuestro caso que somos un cineclub que hasta el año pasado operaba en universidades, entonces si estas pudieran brindar programas de alfabetización digital sería súper bueno para nuestro quehacer”, propone.

Cabe señalar que para los cineclubistas la idea de la virtualidad como un complemento no es nueva, ya en 2011 en el contexto de la 2° Convención de Cineclubes de Chile establecieron mediante la Carta de Valdivia la labor de “apropiarnos de los medios digitales en pos de fortalecer nuestra Red”<sup>63</sup>. El proyecto que promueven como comunidad es concreto y tiene que ver con que el uso de las nuevas tecnologías sea para defender los derechos del público y no para la alienación de las masas para fines comerciales.

Valentina Ávila añade que la diversidad cultural es parte los objetivos que persiguen y remarca la diferencia con otras actividades similares que sí persiguen el lucro. “No es algo que uno tiene que estar mendigando que ocurra. Las salas comerciales se caracterizan porque se rigen por lo que es rentable, no tienen una preocupación central en los públicos. Eso es como algo secundario que ellos hacen en relación a lo principal; que es mantener sus salas de cine o ciertos contratos o convenios con distribuidora. Yo creo que el acceso a la cultura no puede estar mediado por lo que es rentable o no, esa es la gran diferencia con los cineclubes y también que es un acto de apropiación cultural en el sentido que son los mismos públicos que dicen están película puede ser muy famosa, ganar todos los Óscars, pero la encontramos malísima o no nos interesa ese tipo de cine, eso es un derecho que cada persona debiera poder conservar”, manifiesta.

Por el momento no está en el horizonte de sus organizadores solicitar algún tipo de aporte al público asistente, puesto que insisten en se trata de una instancia autónoma e independiente. No obstante, enfatizan en que esta labor debe ser respaldada por el Estado, el cual actualmente no brinda ningún apoyo económico que permita mejorar e impulsar el circuito a lo largo y ancho del país.

---

<sup>63</sup> Horta Inostroza, P., Pruzzo, C. y Jarpa, G. (2013).

La actividad cineclubista es reconocida legalmente en la Ley 19.981 de Fomento Audiovisual, pero no existen programas sistemáticos que garanticen de manera permanente la formación de públicos, al menos desde la mirada disidente que establecen estos espacios. “Rechazamos enfáticamente el financiamiento que actualmente el Estado otorga a cadenas de cine destinadas a la explotación de esta expresión artística, en desmedro de financiar verdaderos formadores de públicos como son y han sido históricamente los cineclubes”<sup>64</sup>, remarca el manifiesto fundacional de la Red de Cineclubes en Chile.

Ya sea para fines educativos o por el empuje de una inquietante cinefilia, el público tiene derecho a conocer autores, películas o movimientos de manera pluralista y no seleccionados o impuestos por el mercado. En el contexto de la modalidad virtual, es bastante revelador el cómo los cineclubes han seguido funcionando durante la pandemia. Finalmente, es la misma ciudadanía la que se organiza y convierte esta instancia en una herramienta de apropiación cultural, para determinar qué es lo que van a visionar, sin que haya un criterio comercial entre medio.

## Archivos fílmicos

Dejando a un lado el cómo, el contexto sanitario ha afectado al sector audiovisual, es atinente mencionar que durante los últimos años el cine chileno se ha enfrentado a una paradoja que ya varios autores reconocen y analizan. A pesar de haber incrementado significativamente la producción de obras cada año y habiendo obtenido permanentemente galardones relevantes para todo el mundo, existe una baja conexión con el público nacional que no parece mejorar con el tiempo.

Los esfuerzos del Estado en apoyar el desarrollo del cine nacional han dado frutos en cuanto a la producción, en gran parte gracias al surgimiento del Fondart en 1992, la implementación de la política pública de fomento en 1998 y luego la puesta en marcha de la Ley de Cine en el 2005<sup>65</sup>. Sin embargo, aún se mantiene una enorme distancia entre las obras y las audiencias

---

<sup>64</sup> Idem.

<sup>65</sup> Red de Arte, Cultura y Patrimonio de las Universidades del Estado de Chile. (2019).

locales, que son fácilmente seducidas por la cartelera comercial. Las películas chilenas pasan fugazmente por las multisalas, mientras el cine hollywoodense norteamericano conserva cómodamente su supremacía.

En un mundo hiperconectado, que facilita la reproducción de imágenes a gran escala, resulta incoherente que aún existan cinematografías que se ubiquen en posiciones de fragilidad, principalmente aquellas que no se adscriben a las lógicas de mercado<sup>66</sup>. El cine patrimonial, el cine experimental o el documental de ensayo, o todos aquellos que surgen a la sombra del cine occidental, ocupan un espacio reducido en la cartelera local.

Los cineclubes favorecen la libre circulación de estas obras artísticas, no solo para fomentar su valoración entre la audiencia, sino que también promueven películas de autores chilenos, tanto reconocidos como emergentes, para que puedan ser vistas por los ciudadanos de su territorio. Esto no obedece a un mero capricho, sino que apunta a reivindicar el derecho de los públicos a la diversidad cultural que plantea las Naciones Unidas<sup>67</sup> como forma de desarrollo de los pueblos. En función de esos objetivos, la virtualidad y la utilización de nuevas tecnologías han contribuido en varios casos de forma positiva a los cineclubes chilenos.

En este contexto, Valentina Ávila se refiere a las actividades en línea que ha realizado la Cineteca de la Universidad de Chile, donde cumple labores como Encargada Área Educativa y de Mediación. A diferencia del Cineclub Sala Sazié donde es coordinadora, la cineteca tiene un enfoque principalmente patrimonial. Mediante la iniciativa “Cineteca Virtual” busca poner a disposición de las personas un conjunto de archivos fílmicos nacionales de forma gratuita, con el fin de establecer un vínculo positivo entre los medios tecnológicos contemporáneos y el patrimonio audiovisual<sup>68</sup>.

Según explica, la Cineteca siempre ha tenido un rol activo de poder fomentar la creación de nuevos cineclubes, o que los que ya existen se fortalezcan. “Tenemos esta inquietud de hacer una apuesta en valor del cineclubismo, porque consideramos que es una disciplina que ha sido

---

<sup>66</sup>. Red de Arte, Cultura y Patrimonio de las Universidades del Estado de Chile. (2019).

<sup>67</sup> Unesco. (2001). Declaración universal sobre la diversidad cultural.

<sup>68</sup> Página oficial de la Cineteca Virtual.

históricamente muy importante, pero también muy invisibilizada. Si tú te fijas en un libro de cine chileno, el Cineclubismo como movimiento se menciona muy poco y sin embargo ha tenido un rol muy preponderante, formativo para cineastas incluso”, argumenta.

En retrospectiva, la idea de archivo fílmico adquiere una nueva connotación en el contexto de las dictaduras y totalitarismos. En el caso chileno, se emplea como mecanismo de documentación de las aberraciones y miserias que conllevó la imposición del régimen militar en 1973. Durante el implacable periodo dictatorial, la actividad cultural se vio completamente damnificada, el sector audiovisual fue víctima de la censura que arrasó con numerosos registros cinematográficos. “El archivo se convertía también en la memoria de la perversión y la decadencia<sup>69</sup>”, señala Luis Horta, académico y coordinador de la Cineteca Universidad de Chile.

Según el autor, esto dio pie a una toma de conciencia del alcance de la imagen cinematográfica. A partir de la década del dos mil, los archivos fílmicos cobraron mayor relevancia en el proceso de institucionalización de la memoria. Más aún, el avance tecnológico y la digitalización permitió innovar los canales de acceso al patrimonio audiovisual. Sobre este escenario surge en 2012 el proyecto "Cineteca Virtual" desarrollado por la Cineteca U. de Chile.

La plataforma virtual contiene un acervo digital de películas patrimoniales, con la particularidad de que muchas de ellas pueden ser descargadas para su empleo más allá del sitio. En vez de que el material se exhiba exclusivamente en centros culturales, museos, o en una sala de arte, los usuarios pueden acceder gratuitamente a una “biblioteca digital”, con más de 50 archivos fílmicos.

A casi una década desde su origen y en medio de una crisis sanitaria mundial, la Cineteca Virtual adquiere otro valor, en especial para los cineclubes. Para sus organizadores, quienes estaban acostumbrados a exhibir en funciones presenciales, se esfumó la opción de gestionar convenios o préstamos con otras instituciones culturales, la mayoría ubicadas en Santiago. De

---

<sup>69</sup> Horta, L. (2013). Archivos y recursos: los medios digitales en la preservación del patrimonio fílmico chileno.

esta manera los archivos fílmicos digitalizados y disponibles en Internet obtuvieron mayor visibilidad, ya que lograron un espacio dentro de los ciclos que los cineclubes difundían en sus redes sociales, capturando la atención de sus seguidores.

Esto permitió el rescate de obras que en general el público desconoce y que son parte importante de la historia audiovisual del país. Al respecto, Valentina hace referencia a la sección “Sábados de Cineteca Virtual”, en la cual liberan una película semanalmente. “Ponemos algunos fotogramas, *info* de la película, la sinopsis y dejamos los links para que la gente los pueda ver. Eso ha tenido un montón de éxito y de *likes* que yo me sorprendí cuando lo vi, mucha gente agradecía y decían que lo quería ver”, comenta con entusiasmo.

En este sentido, destaca que el público en su mayoría son personas mayores, interesadas en este contenido de archivo, aun cuando no cuentan con un amplio conocimiento en torno a visionados digitales. “Son temas a los que están más familiarizados y reaccionan a esos *posts*. Si bien tienen esa brecha digital, igual se la están ingeniando para poder acceder y si tú le facilitas un poco las cosas, le pones *link* y todo, ellos saben que apretando ahí entran. Hay ciertos momentos donde sí se puede trascender, resolver de alguna forma, hay de todo un poco”, asevera Valentina.

Al revisar las publicaciones se puede comprobar lo que dice la joven, se leen mensajes de agradecimiento, algunos usuarios lamentan la poca difusión que tuvieron esas obras en sus estrenos de su época, si es que tuvieron uno. Mientras que otros reaccionan con sorpresa, como cuando se encuentra algo que se daba por perdido.

Tanto el proyecto Cineteca Virtual como los cineclubes que exhiben este tipo de obras apuestan por la oportunidad de descubrimiento y revalorización del patrimonio fílmico mediante la reproducción *online*. Pero lo que es aún más significativo es que posibilita que el usuario aborde su propio relato, que rompe con la idea de comprensión lineal de los archivos y de la historia que fomenta el Estado en su intento por institucionalizar la memoria<sup>70</sup>. A través

---

<sup>70</sup> Horta, L. (2013). Archivos y recursos: los medios digitales en la preservación del patrimonio fílmico chileno.

de las imágenes y sonidos no solo ocurre un proceso de aprendizaje, las audiencias son capaces de repensar los recuerdos que transmiten, sobre un entorno que lucha contra el olvido.

## IV. TEMPORADA DE FESTIVALES

### A un clic de distancia

El efecto en cadena del confinamiento no afectó solo a las salas de cine, sino que alcanzó otra gran ventana de exhibición y difusión de obras que emergen en los bordes del cine comercial internacional: los festivales. Durante el verano del 2020 algunos festivales que habían reprogramado sus fechas tras la revuelta social de octubre de 2019 lograron celebrar nuevas ediciones, mientras que otros preparaban con entusiasmo las muestras que exhibirían en eventos presenciales durante el primer semestre del año. Todos se despidieron del público sin saberlo.

“Hace dos años, por estos días, iniciamos el que sería nuestro último festival presencial. No sabíamos que serían, durante largo tiempo, los últimos encuentros y los últimos abrazos”, recuerda el equipo del Festival Internacional de Cine de Concepción BioBioCine a través de sus redes sociales<sup>71</sup>. La llegada del Covid-19 a mediados de marzo, los llevó a suspender la octava edición del evento que se realiza desde el 2013. En ese entonces decidieron buscar una solución alternativa, una forma de estar presentes a pesar de la distancia para acompañar a su público en estos tiempos difíciles.

Así nació “Cine para Resistir”, un espacio cuyo propósito -además de la proyección de películas- es realizar conversatorios entre los realizadores y espectadores mediante las plataformas digitales del festival. En honor a su nombre, el espacio busca seguir visibilizando la producción cinematográfica regional y potenciar la formación de audiencias en esta nueva normalidad, para convertir al cine en un refugio seguro y accesible para todos los hogares.

BioBioCine estaba lejos de ser el único en seguir este camino. La comunidad audiovisual en su conjunto se vio obligada a repensar sus métodos e instrumentos de trabajo y pronto los festivales enfrentaron el mismo dilema que las salas de cine: reinventarse o morir,

---

<sup>71</sup> Facebook Festival Internacional BioBioCine.

que fue la frase que marcó a los organizadores. En este sentido, la virtualidad aparece como un salvavidas para subsistir en tiempos de crisis, a solo un *clic* de distancia.

Según describe el periodista y crítico de cine, Gonzalo Maza, “un festival de cine es primero una fiesta y luego, casi inmediatamente, una instancia de negocios”<sup>72</sup>. Uno de los aspectos más significativos de estos espacios es que acercan una oferta de cine no comercial a un público que normalmente no tiene acceso a producciones de este tipo. Ya sea en una sala de cine o al aire libre, los asistentes se reúnen frente a la pantalla grande con la oportunidad de ver cine independiente y, además, pueden dialogar con los creadores de estas obras. Desde el primer festival de cine en el país -el Festival Internacional de Cine de Viña del Mar, que marcó un hito a nivel latinoamericano en 1967- es que los festivales de cine en Chile han cumplido el rol de convocar y acercar a distintos profesionales del rubro cinematográfico, además de conectarlos con el público.

El interés de los festivales locales por contribuir a la formación de audiencias no es un fenómeno exclusivo en Chile. Según explica la académica María Paz Peirano, el formato de grandes películas de corte hollywoodense se ha apoderado de la taquilla, por lo que es difícil que cinematografías pequeñas como la chilena logren competir con las superproducciones comerciales del hemisferio norte.

“Si bien ha aumentado a nivel mundial la cantidad de gente que va al cine, ha disminuido la cantidad de personas que va a ver películas ‘no Blockbuster’”, explica Peirano. El último informe de la Cámara de Exhibidores Multisalas de Chile (CAEM) indica que de los 254 estrenos del 2018, 128 películas provenían de Estados Unidos (50,4% del total), alcanzando así un 93,7% de la asistencia del año. En el mismo periodo hubo 22 estrenos chilenos (8,7% del total), que corresponden al 2,8% de la asistencia<sup>73</sup>. Por lo tanto el circuito festivalero no solo es clave en el proceso de internacionalización del cine chileno, sino que también fomenta el consumo interno para formar una industria local.

Desde inicios de los 2000 el número de festivales de cine chilenos ha ido proliferando y desarrollando un foco industrial cada vez más sólido, que tiende a potenciar y promover las

---

<sup>72</sup> Maza, G. (2008). ¿Para qué sirven los festivales de cine?, *La Fuga*.

<sup>73</sup> Cámara de Exhibidores Multisalas de Chile (CAEM). (2019). El Cine en Chile en el 2018.

cinematografías periféricas o de menor tamaño. El objetivo principal de los diferentes certámenes a lo largo del país es similar: Se proponen aportar un espacio profesional para la difusión de obras, el encuentro de diversos actores del rubro y ofrecer a un público más amplio un cine alternativo que no siempre se encuentra en salas comerciales, a veces las únicas disponibles en una ciudad.

Actualmente existen 92 festivales activos en el país. Durante el primer año de pandemia, al menos la mitad logró continuar con sus actividades y realizar una versión digital<sup>74</sup>. Bajo un enfoque optimista, este nuevo formato prometía extender la cobertura hacia territorios más alejados. “Creemos que realizar el festival de manera *online* es una tremenda oportunidad, ya que nos permitirá llegar a públicos de todas partes del mundo, que efectivamente antes muchos de ellos no podían trasladarse y participar de las distintas actividades del encuentro de forma presencial”<sup>75</sup>, dice Claudia Pino, directora del Festival Internacional de Cine Lebu, en la previa a su primera versión digital.

Para festivales de menor envergadura, trasladar esa cálida experiencia al *streaming*, los conversatorios *online* y las charlas vía *Zoom*, fue un nuevo desafío tanto a nivel técnico como económico. A diferencia del Cine Lebu, las pretensiones de estos espacios eran más modestas: mantener su público local era el primer paso para seguir en pie.

Este nuevo horizonte supuso renunciar por una larga temporada a los encuentros físicos, lo que significó pensarse sin esa energía humana y familiar que se da en torno al encuentro presencial. “La experiencia que procuramos como BioBioCine no se hace posible bajo este nuevo ritmo de vida, que nos obliga a mantener el distanciamiento entre personas y no permite el encuentro, uno de nuestros imperativos y objetivos”<sup>76</sup>, destaca Francisco Toro Lessen, director del festival.

Desde el año 2013, BioBioCine ha celebrado su evento en Concepción, acondicionando salas tradicionales de la ciudad, como el clásico Teatro de la Corporación Cultural Universidad de Concepción, con proyectores DCP y sistema de sonido envolvente para procurar la misma experiencia que las salas de cine comerciales. El público, en su mayoría penquista, podía ir

---

<sup>74</sup> Cálculo propio hecho a partir de los datos obtenidos de <http://www.festivalesdecine.cl/>

<sup>75</sup> Pino, C. (2021). Festival Internacional de Cine de Lebu se reinventa en formato digital. CineLebu.

<sup>76</sup> BioBioCine. (2020). BioBioCine lanza programación online “Cine para resistir”.

caminando de una sala a otra de forma libre y gratuita<sup>77</sup>. Al terminar los créditos estaba la posibilidad de dialogar junto al resto del público y alguien del equipo realizador de la película, muchas veces el mismo director o productor, para que diera más detalles sobre lo que acababan de observar.

En junio de 2020, la octava versión del festival fue muy distinta, ya que las películas no estaban disponibles en salas, esta vez las butacas disponibles eran digitales. Los asistentes podían disfrutar la programación desde la comodidad de sus casas a través de las redes sociales del festival. Mediante Facebook Live se dio inicio al certamen con la transmisión de la película argentina *4 Lonkos* (2019) y tras la proyección del film se realizó un conversatorio *online* en el que estuvo presente su director, Sebastián Díaz. De este modo se intentaba emular, dentro de lo que la contingencia sanitaria permitiera, las sensaciones que alguna vez brindaron las funciones presenciales.

Otros festivales más temerarios aplazaron sus ediciones hacia finales del 2020, con la esperanza de que sus comunas ya no estuvieran en cuarentena y poder organizar una versión presencial o híbrida, es decir, con encuentros físicos, ya sea al aire libre o con aforo reducido y al mismo tiempo con transmisiones vía *streaming*.

Finalmente, solo tres festivales lograron concretar encuentros presenciales<sup>78</sup>, uno de ellos fue el Festival de Cine de Montaña Lo Valdés, un festival especializado en el cine sobre montañismo, trekking y deportes al aire libre, que desde 2009 ha realizado sus actividades en la localidad de San José de Maipo. El evento mantuvo su naturaleza, privilegió los espacios abiertos pero implementando todos los resguardos estipulados en el protocolo Covid-19 del Ministerio de Salud<sup>79</sup>. En su décima versión los asistentes debieron tomarse la temperatura para ingresar, tanto el público como los colaboradores debían utilizar mascarilla en todo momento y mantener siempre entre cada butaca una distancia de al menos un metro.

Los otros dos, el Festival Internacional de Cine y Documental Musical de Chile (IN-EDIT) y el Festival Internacional de Cine Recobrado de Valparaíso, presentaron gran parte de

---

<sup>77</sup> BioBioCine. (2021). Festival BioBioCine celebrará su 9º edición online con historias para un nuevo mundo.

<sup>78</sup> Cálculo propio hecho a partir de los datos extraídos en <http://www.festivalesdecine.cl/>

<sup>79</sup> Festival de Cine Lo Valdés. (2020). Protocolo de asistencia al FICMLV12: medidas de prevención de Covid-19.

su programación a través de sus sitios oficiales, mientras que también realizaron exhibiciones al aire libre y frente a una pantalla grande. La contingencia obligó a gran parte de los festivales a refugiarse en lo digital, un aliado desconocido hasta ese entonces,

“La idea de hacer un festival *online* nos pareció desafiante y además necesaria, pues muy probablemente lo presencial y lo digital van a convivir de forma más o menos permanente en el futuro”, manifiesta el programador y director artístico del Festival Linarense de Cine Nacional, Felipe Saldaño. En la misma línea, agrega que “hacerlo desde la autogestión y con plena libertad nos ha permitido, además, armar una programación renovada, pues queremos llegar a nuevos públicos, sin dejar de cautivar a quienes nos acompañan desde hace años”<sup>80</sup>.

En un principio la versión *online* surgió como una herramienta para seguir cumpliendo su labor de difundir el cine nacional de forma masiva durante el tiempo que dure la pandemia. Sin embargo, los contagios y la incertidumbre fueron creciendo y muchos llegaron a la conclusión de que debían reformular sus objetivos para no perder la conexión que habían forjado con el público.

## El ejemplo valdiviano

Uno de los certámenes pioneros en aventurarse hacia la virtualidad fue el festival valdiviano a través de la plataforma gratuita Play FICValdivia, una especie de “ensayo” en *streaming*. El 7 de mayo de 2020, a solo semanas del cierre de salas, estrenó una destacada pero reducida colección de obras de cine independiente. La mayoría de las películas no eran estrenos, sino que ya habían sido programadas anteriormente. Sin embargo, la apuesta permitía fidelizar a su público permitiéndole acceder a un visionado *online* sin costo. Cada jueves, la plataforma prometía publicar una nueva película de destacados autores como Sebastián Lelio, Vivienne Barry, Marialy Rivas, Dominga Sotomayor, Maite Alberdi, Raúl Ruiz, entre otros, así como también incorporó colecciones de carácter patrimonial, infantil y familiar.

Bajo el título “Cinefilia en tiempos de crisis”, el nuevo espacio se difundió en las redes sociales del certamen, explicitando que su objetivo era mantener durante la pandemia el

---

<sup>80</sup> Saldaño, F. (2020). Este año vamos igual y lo haremos en digital. *Felina*.

contacto con las audiencias que el festival ha sostenido por más de dos décadas. El director de FICValdivia, Raúl Camargo, sostuvo que una de las dificultades más importantes que enfrentaba el sector es, precisamente, su relación con el público, ya que para muchos de los que estaban a cargo de las salas, la experiencia del cine debía ser colectiva.

De esta forma el panel conformado por Camargo, el crítico argentino Roger Koza, el cineasta boliviano Diego Mondaca y la directora nacional Dominga Sotomayor, dieron inicio al primer ciclo de este acercamiento al *streaming* financiado con recursos estatales<sup>81</sup>, a través del que pretendía avanzar a esas alturas a lo que advertían era como inevitable versión *online* del festival debido al confinamiento.

La plataforma es desarrollada por el Centro Cultural de Promoción Cinematográfica de Valdivia (CPCV) y el Festival Internacional de Cine de Valdivia, uno de los espacios que asume un rol de nodo central en la red de festivales<sup>82</sup>, debido a su amplia trayectoria e influencia sobre otros certámenes más nuevos. No por casualidad el certamen valdiviano se ha transformado en uno de los eventos de cine que más público y prensa especializada atrae. Los asistentes pueden acercarse a las tendencias globales del cine contemporáneo, además de conocer nuevos autores, estéticas y narrativas tanto extranjeras como chilenas. De hecho, en el plano local es reconocida su influencia debido a que en dicho certamen se estrenaron películas consideradas fundacionales del novísimo o nuevo-nuevo cine chileno durante la edición del 2005 como *Play* de Alicia Scherson, *La sagrada familia* de Sebastián Lelio, *Se arrienda* de Alberto Fuguet y *En la cama* de Matias Bize.

Los aciertos y errores de sus primeros pasos en la virtualidad fueron referentes para otros festivales de menor tamaño que poco a poco fueron improvisando soluciones para exhibir sus películas. Las intenciones eran buenas, pero pronto la plataforma dejó ver sus primeras debilidades. Play FICValdivia mantiene una confusa distribución de contenido, a diferencia de otras iniciativas donde las obras se agrupan por género, como Ondamedia, o por autor, como en Cine Arte Alameda TV, los cortometrajes y largometrajes se mezclan en distintas colecciones según una temática que solo puede entenderse después de una larga navegación y familiaridad con las reseñas.

---

<sup>81</sup> FicValdivia. (2020). Conversatorio: “Cinefilia en tiempos de crisis”.

<sup>82</sup> González, S. (2020).

Fuera de lo técnico, el sitio no cuenta con un plan de monetización, como un sistema de suscripción que permita al menos recaudar con estrenos específicos o que mediante publicidad garantice un piso de ingresos estable al servicio. Pese al gran mérito de ser una de las primeras plataformas en intentar atraer público virtual en plena pandemia, el espacio parece tener fecha de caducidad frente a sitios más organizados y que cuentan con un amplio catálogo. En el plano local, Ondamedia cuenta con más 1500 títulos, mientras que gigantes del *streaming* internacional como Netflix alberga cerca de 4 mil opciones, muy lejos de los 14 largometrajes que la plataforma valdiviana mantenía hasta febrero del 2021<sup>83</sup>.

## Distintas veredas

La diversidad del circuito de festivales nacionales deja en evidencia que adaptarse al *streaming* significa un nivel de complejidad distinto para cada uno de ellos, las condiciones para cambiar de formato al digital no siempre son del todo favorables o compatibles con la identidad propia que ha ido forjando cada certamen. El término “festivales de cine” en sentido amplio, incluye eventos tanto competitivos como no competitivos, la presencia o ausencia de un foco industrial, los que se dirigen a un público general o específico y aquellos con alcance regional, nacional e internacional.

Cerca de un tercio de los festivales de cine (30) actualmente activos en Chile surgieron luego de la creación de la “Ley del Cine”, entre los años 2004 y 2009<sup>84</sup>. La evolución en las políticas públicas del sector audiovisual y la creación del Fondo Audiovisual por parte del Consejo de la Cultura y las Artes (CNCA), permitió la aparición de distintos festivales especializados<sup>85</sup>. En este período, muchos de los festivales de cine nacieron como iniciativas de gestores culturales provenientes de comunas relativamente marginadas o ubicadas fuera de la Región Metropolitana, que vieron como sus ciudades habían quedado fuera del circuito de estrenos de cine de autor, cine chileno y cine latinoamericano, contando como única oferta cinematográfica la propuesta por las multisalas de cada ciudad<sup>86</sup>.

---

<sup>83</sup> Página Play.ficvaldivia.cl.

<sup>84</sup> Ley 19.981 sobre fomento audiovisual.

<sup>85</sup> Gutiérrez, R. (2017) “Los Festivales Audiovisuales en Chile”.

<sup>86</sup> Peirano, M., González, S. (2018).

Jaime Córdova es restaurador fílmico y director del Festival de Cine Recobrado de Valparaíso, evento que surgió en 1997 y que desde sus inicios se orientó a potenciar la cultura cinematográfica local y la formación de públicos, siempre ligado al ámbito universitario. Su enfoque fue mutando y con el paso del tiempo se ha especializado en el rescate, conservación y difusión del patrimonio fílmico, una labor que en pleno avance de la era digital presume con orgullo. “No es solo el hecho de ver la película, cualquier festival del mundo puede proyectar archivos digitales o archivos *online*, eso no es ningún misterio, acá tenemos las copias originales de las películas en 35 y 16 milímetros, eso es lo que hace único a este festival”, reflexiona Córdova.

En el 2019 el festival tenía programadas sus actividades para el día 19 de octubre, un día antes los planes se esfumaron en medio de las multitudinarias manifestaciones sociales en el país, que también alcanzaron las calles de Valparaíso. La revuelta los forzó a posponer el certamen hasta diciembre del mismo año, cuando todavía persistía la tensión. “Estábamos proyectando las películas chilenas mientras bajaban las cortinas metálicas, afuera la gente empezaba a aporrear las cortinas y a apedrearlas con el público adentro viendo la película y haciéndose los locos”, recuerda Jaime Cordova.

Un año después, otra adversidad puso en riesgo la versión número 24 del certamen: en noviembre del 2020, las restricciones debidas al coronavirus seguían vigentes y no había luces de una tregua. Por esos días, las cifras de contagios a nivel local permitieron realizar el festival durante la primera semana de diciembre. Valparaíso se mantuvo en la Fase 3 del Plan Paso a Paso, la cual permitía ciertas libertades de circulación y aforo de público, hasta las diez de la noche cuando comenzaba el toque de queda. Jaime evalúa que esas eran las peores condiciones posibles: “No pudimos hacer el festival que queríamos, sino el festival que podíamos”, expresó.

El show debía continuar. Decidieron realizar el festival en tres tandas: La primera corresponde a una muestra de cine patrimonial chileno a través del sitio web del festival, mediante una selección de películas restauradas de cineastas nacionales como Patricio Kaulen, que estuvieron disponibles para el público de manera gratuita durante dos fines de semana seguidos. Paralelamente se desarrolló “Cine en tu ventana”, una muestra itinerante que se trasladó por distintos cerros de Valparaíso con un proyector de 35 milímetros y un telón de cinco metros a cuestas. La tercera parte consistió en traer de vuelta una forma de proyectar cine al más puro estilo de la década de los ‘60s: se trata del primer autocinema de Valparaíso. Los

cupos se acabaron rápidamente y durante cinco noches se exhibió una selección de películas musicales en celuloide<sup>87</sup>.

Una de las actividades que reunió mayor número de asistentes fue el simposio online dedicado al británico Terrence Fisher, director de obras clásicas de terror como *La Maldición de Frankenstein* (1957) y *Drácula* (1958). “Logramos reunir poco más de tres mil personas en cinco días, las jornadas eran de 11:00 am a 13:00 pm, mucha gente está trabajando o estudiando a esa hora, pero si hubo tres mil personas conectadas fue porque engancharon con el tema y era una oportunidad única de saber la historia de un cineasta tan poco conocido de primera mano; entonces, generó amplia curiosidad”, comenta Jaime Cordova.

Según las métricas de los organizadores, algunos usuarios se conectaron al encuentro desde Perú, Argentina, Ucrania e, incluso, de Grecia. “¿Cuándo me iba a imaginar yo que íbamos a tener públicos de esas latitudes? Que me imagino, que no *cachan* nada de castellano, viendo un simposio de Terrence Fisher, entonces, por supuesto que sí, podemos salir de las fronteras de Valparaíso y es en ese sentido que el *online* es una buena herramienta de visibilización”.

Si bien el *online se presentó* casi por accidente para los festivales, en un contexto en el que contaban con pocas alternativas, se transformó en un instrumento que dejó un saldo positivo. Aún cuando los organizadores esperan ansiosos el regreso del público a las salas, descubrieron un complemento ideal para sus futuras versiones. “Podríamos tener algunas películas chilenas *online*, también hemos pensado que de ahora en adelante los simposios aún siendo presenciales puedan ser transmitidos, que la gente que no pudo ir lo vea desde el computador”, explica Jaime Córdova.

No obstante, el gestor cultural sostiene que la imagen digital no reemplaza la calidad de la analógica, su aspecto cromático, las *rayitas*, puntitos, pegaduras características que brindan una experiencia que, para él, es única e irrepetible. Pese a las bondades de lo virtual, explica que este es un festival de archivo y que, por su propia naturaleza, no puede hacerse exclusivamente *online*, ni tampoco con proyecciones digitales. “Qué posibilidad hay en Chile

---

<sup>87</sup> Cine Recobrado. (2020). Festival de Cine Recobrado recorre cerros de Valparaíso con proyecciones en 35 milímetros.

y en otros países de este continente de ver archivos históricos en las copias de la época, acá estamos viendo y disfrutando tal cual se veía y se escuchaba en ese tiempo, eso es irrepetible, el *streaming* nunca va a poder competir contra eso. No tengo miedo”, asegura.

Aunque en este caso, el mayor reparo está en la calidad de la imagen, no son pocos quienes se resisten a las proyecciones digitales, sobre todo las audiencias de corte cinéfilo acostumbradas a la pantalla grande, con música y montaje pensados para disfrutar la experiencia en una sala de cine. En este sentido, destaca que conoce asistentes que por más de 20 años han sido fieles a cada evento del festival, aunque también reconoce que durante la última década el público ha cambiado debido a la comodidad de contar con Internet, teléfono inteligente, computador, tableta, televisión por cable y otras variadas opciones que ofrecen las plataformas de *streaming*.

Para Jaime esta resistencia frente al online tiene relación con otro aspecto relevante: Los derechos de autor de las películas que se exhiben. En el caso de películas que son prestadas o intercambiadas con restauradores de otros países, se negocian los derechos para divulgación cultural y gratuita, por lo que para funciones presenciales no habría problema. En cambio, para realizar una transmisión en redes sociales el panorama se complica, ya que algunos de estos metrajes pertenecen a archivos particulares, por ende es necesario un permiso de sus socios para poder publicarlos en el sitio web. Por ejemplo, para una muestra de cine mudo alemán se necesitaría pagar 3 mil euros por cada exhibición y pedir permiso a las instituciones culturales germanas<sup>88</sup>. “Para nosotros es prohibitivo, el online está fuera de nuestro alcance y no es compatible con los postulados del festival”, afirma Jaime Córdova.

El tema del financiamiento tampoco ha sido fácil para este festival de trayectoria que comenzó sus primeros años con más empuje que recursos. En su mayoría, los festivales de cine son iniciativas privadas de realizadores y gestores culturales que no cuentan con un respaldo económico permanente, año a año la continuidad del evento depende de los resultados de las postulaciones al Fondo de Fomento Audiovisual y a los Fondos de Desarrollo Regional (FNDR) de cada región. Anualmente las bases de líneas de concursos y sus montos varían, lo que no

---

<sup>88</sup> El festival consigue los permisos de exhibición de cine alemán mediante la Cinemateca del Goethe-Institut Santiago, único archivo fílmico en Chile que posee copias en 16mm y hace préstamo de ellas.

permite que los festivales logren proyectarse en el tiempo y asegurar sus actividades en el largo plazo.

En este caso, el festival ha logrado costear sus gastos por medio de los beneficios del Fondo de Difusión Patrimonial. Gracias a este financiamiento obtenido en 2019 lograron preparar el proyecto en plena pandemia. Ahora, nuevamente deben enfrentarse a la incertidumbre, ya que no tienen certeza de cómo serán las bases de los fondos concursables para este 2021.

“Hubo un par de veces en la que no obtuvimos dinero del ministerio, rechazaron el proyecto por una tontera, pedían una carta de derechos de autor para una película de 1908, nos catalogaron como si fuéramos un festival comercial, un festival que trabaja con películas contemporáneas”, recuerda Córdova. Dicho argumento no tiene sustento, ya que la ley de propiedad intelectual<sup>89</sup> determina que después de 70 años de la muerte del director de la película, esta pasa a ser de dominio público. “Al final, no tuvimos financiamiento”, se lamenta el encargado del festival al recordar el episodio.

El Fondo Audiovisual financia al menos 15 eventos cada año de un universo de casi 100 festivales. Recién desde el 2018, este subsidia dos versiones consecutivas<sup>90</sup>. La constante aparición de nuevos festivales que buscan su continuidad compitiendo por fondos públicos escasos, complica aún más el escenario para estos certámenes y su incidencia en la oferta cultural del país.

Más allá de los objetivos específicos del Festival de Cine Recobrado, su director valora el trabajo constante de los festivales en general. “Visibilizar obras, reunir gente en torno a una actividad lúdica, rescatar otro tipo de cinematografías que representan a los otros Chiles, porque Chile no es uno solo. En ese aspecto, estos festivales que hay en el norte, en el sur y que rescatan justamente estas expresiones idiosincráticas de los pueblos originarios, son de todas maneras un aporte”.

---

<sup>89</sup> La Ley 17.338 de Propiedad intelectual establece que la protección a los derechos de autor se extiende por toda la vida del autor y hasta 70 años después de su fallecimiento.

<sup>90</sup> Peirano, María Paz y González Itier, Sebastián (2018) Los Festivales de Cine en Chile (1967-2017)

Durante la pandemia el circuito festivalero ha enfrentado la crisis sanitaria sin contar con un apoyo económico transversal y permanente. La mayoría son gratuitos y no cuentan con fondos del ministerio. Obtener uno de los subsidios estatales tampoco garantiza su continuidad en el futuro. En un contexto donde las condiciones para desarrollar un festival ya son complejas, generar una plataforma digital no es una solución que todos puedan implementar fácilmente. Por lo tanto, mantener al menos calidad y cantidad de filmes exhibidos es una tarea en desarrollo.

## El vaso medio lleno

Carlos Nuñez, fundador y director artístico del Santiago Festival Internacional de Cine (SANFIC), expone que el cine es una de las industrias que más difusión le da a Chile a nivel internacional. Después de que el corto animado *Historia de un Oso* (2014) y el largometraje de ficción, *Una Mujer Fantástica* (2017), obtuvieran el Oscar en sus categorías, el trabajo de la industria nacional es muy reconocido. Estos galardones reflejan el número relativamente creciente de éxitos del cine chileno en el circuito internacional y que, en parte, se debe al foco industrial que algunos festivales como SANFIC han ido potenciando a través de mesas de negocios. Por primera vez, una estrategia de posicionamiento del cine chileno en el mercado internacional pareciera estar funcionando<sup>91</sup>. Los festivales han tenido un rol clave en el proceso que hoy, para algunos, implica un avance en la dirección deseada.

“Cuando partimos en 2004, en esas ediciones se presentaron las primeras películas de Pablo Larrain, Sebastian Lelio, Alicia Scherson, todos los directores que hoy en día son importantes en Chile partieron en SANFIC, nosotros apoyamos, fomentamos, difundimos un montón al cine nacional”, declara Nuñez respecto al certamen capitalino que, a diferencia de otros festivales que se enfocan principalmente en la formación de público, se podría catalogar como un festival de negocios<sup>92</sup>.

A SANFIC llega una gran cantidad de espectadores interesados en cine de autor, aunque de corte discretamente más comercial. Entre *flashes* de cámaras y periodistas aparecen distintas

---

<sup>91</sup> Peirano, M. P. (2018).

<sup>92</sup> Peirano, M., González, S. (2018).

celebridades que año a año son invitadas a participar del evento y sus actividades de promoción de la industria. Sin embargo, los tiempos cambiaron y, con la pandemia, las jornadas festivaleras debieron traspasarse a un formato menos glamoroso.

La súbita llegada del coronavirus no impidió a sus organizadores concentrarse en la búsqueda de nuevas alternativas, teniendo en cuenta que aplazar o cancelar el evento no era una opción válida. No perdieron tiempo y en abril formaron alianza con las plataformas internacionales Festival Scope y Shift 72, las mismas que han sido utilizadas por algunos de los festivales más prestigiosos del mundo, entre ellos el Marché du Film del Festival de Cannes, POFF Film Festival y el Festival de Cine de Sundance. Así lograron traspasar el festival de un formato físico a un formato digital, con más de 80 películas disponibles -entre cine de ficción y documental- disponibles para todo el territorio chileno. “Fue una experiencia nueva fundamentalmente porque era cambiar todo a digital, pero gracias al trabajo y a la gestión que hicimos se pudo mantener la misma cantidad y calidad de películas”, cuenta Carlos Nuñez.

La sección SANFIC Industria no corrió la misma suerte y terminó por aplazar su novena edición hasta marzo de 2021. Este espacio es reconocido a nivel iberoamericano por generar instancias de apoyo tanto para profesionales del sector audiovisual, como de formación para talentos emergentes. Su realización implica el encuentro físico entre productores, distribuidores, representantes de fondos y destacados agentes de ventas que son vitales para la difusión y comercialización de contenido nacional fuera de nuestras fronteras.

El obstáculo que impidió su realización fue que la crisis sanitaria limitó los viajes internacionales en gran parte del mundo, por lo que traer invitados extranjeros era poco seguro y factible. Finalmente, las reuniones no tuvieron lugar en la formalidad que supone una mesa de negocios, sino que a través de pantallas de computador donde la cámara web enfoca a los invitados desde diferentes rincones del mundo.

El objetivo se cumplió: En los 10 días que duró el festival se concretaron 700 reuniones y participaron más de 450 profesionales en las distintas actividades para el desarrollo de la industria local<sup>93</sup>. Desde SANFIC NET, un espacio internacional de mesas de negocios, oportunidades de capacitación desde *Work in Progress* Latinoamericano (WIP LATAM), hasta

---

<sup>93</sup> Mezzera, P. (2021). Sanfic Industria cierra con nota y anuncia los ganadores del Series Lab. *Todo TV News*.

el Santiago Lab, una competencia de *pitch* para proyectos en desarrollo. “Los reunimos a través de distintas plataformas, una de ellas fue *Zoom*, se empezaron a crear todas estas reuniones virtuales así como estamos hablando nosotros ahora”, describe Carlos Núñez, quien asegura que la interacción profesional de manera virtual sí es posible y permite que la industria no se detenga aún en este escenario pandémico.

En cuanto a la exhibición de películas, uno de los grandes cambios que tuvo esta edición fue que por primera vez en su historia tuvo cobertura fuera de Santiago. Las entradas se agotaron rápidamente y el festival sumó más de 55 mil espectadores a lo largo del país, convirtiéndose, según su fundador, en el certamen que más público acumuló en salas virtuales durante el 2020. “Cada año estábamos en torno a los 30 mil espectadores físicos, con la apertura hacia regiones desde el punto de vista digital pudimos darle acceso a más personas a nivel nacional, por eso es que se incrementó la participación en un 30% aproximadamente”, afirma Núñez.

Antes de la pandemia, SANFIC funcionaba mediante el pago de un abono de 11 mil pesos para estudiantes y adultos mayores, mientras que para público general costaba 13 mil pesos, con este *ticket* los asistentes tenían acceso a cinco películas que podían disfrutar en las salas del Cine Hoyts. De forma inédita, la versión del 2020 retiró el pago y las funciones fueron totalmente gratuitas. “El país no estaba pasando por un buen momento, al igual que ahora, decidimos abrirlo y dar acceso gratuito porque nos pareció que era la mejor manera de acercar el cine internacional y nacional a los espectadores y, al mismo tiempo, acompañar a nuestro público y a personas de otras regiones”, explica el profesional.

El éxito de la plataforma no estuvo exento de dificultades técnicas, pese a contar con un equipo capacitado para su desarrollo, no tenían experiencia en proyectar películas a través del *streaming*. Asegurar una buena resolución de imagen y evitar que las películas fueran pirateadas tras ser exhibidas fueron los principales desafíos. De hecho, para resguardar los derechos de autor de las obras, se fijó un límite de 600 visualizaciones por película, si esta cifra se multiplica por el número de metrajes exhibidos se calcula una disponibilidad de 58 mil butacas. Contra todo pronóstico consiguieron ocupar la mayoría de los tickets.

Carlos Núñez se muestra bastante satisfecho respecto a el alta convocatoria de los visionados y conversatorios *online* e, incluso, se arriesga en afirmar que si la pandemia disminuye sus efectos podrían adoptar una modalidad mixta para el 2022. Creen que el

*streaming* llegó para quedarse. “Es muy probable que trabajemos con este sistema, de tener películas en las salas de cine y también en una plataforma digital, de todas maneras hay que evaluarlo, hay que ver qué tan factible es, pero lo que se ve hasta ahora es que podría ser una gran idea”, complementa.

En cualquier caso, admite que extraña los encuentros presenciales en los cuales los mismos realizadores se subían al escenario y presentaban sus películas en una dinámica de preguntas y respuestas con el público. “Se generaba un encuentro súper potente, la experiencia en la sala de cine y todo lo que ahí pasa, eso es lo mágico de los festivales de cine, los espectadores conocen de manera directa y física quienes han hecho las películas y eso, de alguna forma, ahora no se está generando de manera física pero sí de manera virtual. El año pasado hicimos presentaciones de cineastas y de sus películas *vía online*, pero se echa de menos lo físico”, destaca, nostálgico.

La población en general se ha visto afectada por el difícil acceso a ciertas producciones culturales o, bien, éstas se han reorganizado o resignificado en la cotidianidad. Aunque sea en condiciones muy diferentes a las del mundo pre-pandémico, el arte y la cultura contribuyen a hacer más llevaderos los largos días de encierro. Sin embargo, Carlos y distintas agrupaciones del gremio han denunciado la falta de aportes económicos en los meses que se ha extendido la crisis sanitaria. Para el director de SANFIC, los apoyos llegaron tarde y son insuficientes: “El Estado está al debe porque tendría que haber una política cultural mucho más fuerte, como sí ocurre en otros países del mundo, donde la cultura sea considerada un bien esencial en la vida de las personas, así como lo es la vivienda, los alimentos y el vestuario”.

Uno de los mejores ejemplos que puede entregar el organizador de SANFIC se vincula con su propia experiencia. Actualmente, el festival es una iniciativa que recibe el cofinanciamiento del Ministerio de las Culturas a través del programa de apoyo a Festivales de Trayectoria 2019-2020, pero su principal pilar financiero son inversionistas privados. Uno de ellos es Storyboard Media, productora mediante la cual sus creadores Carlos Núñez y Gabriela Sandoval fundaron SANFIC. Pero no siempre fue así, ya que el festival comenzó a recibir fondos estatales recién cuando cumplió una década, pese a que en ese momento ya se había transformado en uno de los espacios más importantes para la industria audiovisual local. “El festival funcionaba de una manera privada, pero siempre nos preguntaban por qué no teníamos

fondos públicos, todos los invitados internacionales nos preguntaban por qué el Estado no apoyaba el festival”, asegura.

Una de las últimas modificaciones en los requisitos de acceso estipula que se entregará un fondo directo a los festivales que existan desde el 2003 hacia atrás, SANFIC comenzó en 2004, por lo tanto, no recibió el beneficio. Los criterios de estas políticas públicas son inestables e insuficientes para un creciente circuito de festivales que va en auge. “No sólo se debe reconocer la antigüedad, sino también la calidad, el nivel de gestión que tiene el festival, finalmente son recursos que a ti te entregan para que se gestionen, para que estén bien usados”, argumenta Carlos Núñez.

Trasladar una experiencia que históricamente tiene lugar en espacios físicos a un espacio completamente virtual, genera dudas y aprensiones en los organizadores de estos eventos, que reconocen la importancia de democratizar los espacios de cine. Gran parte de estos certámenes se realizan en regiones, donde la oferta cultural es limitada en comparación al número de salas y películas que se exhiben en la capital. Para habitar esa nueva realidad ha sido necesario abandonar ciertos principios y apoyarse en herramientas digitales como transmisiones *online* o sistemas de VOD, cuyo uso se potenció durante la pandemia. Aunque ya estaban presentes, hasta el momento no habían sido consideradas como un complemento. En tiempos extraordinarios como éste, el cine y la cultura adquieren un nuevo valor, un impulso para los festivales a seguir generando actividades en comunidad y convertirse en una ventana del mundo exterior.

## V. MAKING CHILEAN FILMS GLOBAL

### El primer *Netflix Original*

El año de la pandemia fue tiempo de muchas primeras veces, para la productora Fábula fue el año en que obtuvieron su primer *Netflix Original*, es decir, un contenido que el gigante del *streaming* produce y tiene exclusividad para explotar comercialmente en todo el mundo. El logo en los créditos iniciales fue un logro para la casa realizadora. Desde principios de la década que la productora de los hermanos Larraín tiene acercamientos con el escenario internacional, globalizando las carreras de Pablo Larraín y Sebastián Lelio, dos de sus directores más prolíficos, así como también siendo reconocido y premiado en el circuito internacional de festivales.

De hecho, el camino más directo y efectivo hacia la internacionalización ha sido el circuito festivalero: los premios Goya, Oscar, la Berlinale, por mencionar los más prestigiosos. Sin embargo, más recientemente las plataformas de *streaming* global han cobrado fuerza como un circuito de exhibición deseable para la producción local y sus esfuerzos por alcanzar audiencias regionales o globales. En algunos casos, estos cambios no fueron bien recibidos entre los organizadores de algunos festivales, como fue el caso del Festival de Cine de Cannes cuando vetó de la competición a las películas de Netflix que no se habían estrenado previamente en salas en 2018.

Las plataformas digitales irrumpieron en el panorama audiovisual apenas hace una década<sup>94</sup>, pero con la fuerza suficiente para jubilar a viejos referentes de la distribución como Blockbuster. No obstante, es fácil caer en la narrativa que pretende instalar Netflix, creando un imaginario donde ellos son un pequeño proyecto que se enfrenta a Cannes como quien se enfrenta a Goliat. Desde su creación en 1997, la N roja se ha convertido en un leviatán del entretenimiento

---

<sup>94</sup> Izquierdo-Castillo, J (2015).

audiovisual, estirando tentáculos en cada campo donde sea posible invertir: Tan solo en contenidos originales la plataforma desembolsó 8 mil millones de dólares en 2019<sup>95</sup>.

La ópera prima de Gaspar Antillo, *Nadie Sabe que Estoy Aquí* (2020), la cinta que ostenta el reconocimiento de Netflix, muestra que es prácticamente imposible para cualquier realizador pequeño negarse a los términos que impone la compañía estadounidense, la asimetría entre ambas entidades es sencillamente descomunal. Rocío Jadue, directora ejecutiva de cine en Fábula Producciones, revela que la película de Antillo en realidad no es un *Netflix Original*, en el sentido de que no fue producida en su totalidad por ellos (en el mejor de los casos son coproductores), sino que solo aportaron la mitad de los recursos que se usaron para la realización. Sin embargo, si Netflix quiere publicitar la película como un original, es mejor para la productora.

Hace tres años, el equipo de *Nadie Sabe que Estoy Aquí* se dirigió a los dominios de Reed Hastings, CEO de Netflix, y entre sus maletas llevaban un guión terminado y las ganas de venderlo. Naturalmente, esta reunión hubiera sido imposible sin las gestiones de los hermanos Larraín, quienes en ocasiones anteriores ya habían vendido licencias al streaming: *No* (2012), *Jackie* (2016), *Una Mujer Fantástica* (2018), entre otras<sup>96</sup>. Ya dentro de las oficinas, Antillo se dispuso a hacer el *pitch* del proyecto, el trabajo de casi dos años de escritura estaba en juego, si la respuesta era negativa el proyecto terminaría en un cajón a la espera de financiamiento. La negociación fue difícil, según cuenta Rocío Jadue, pero finalmente obtuvieron el *okay* de los norteamericanos.

Se compraron los derechos de exhibición en casi todos los territorios, excepto Canadá, China y Chile, en el caso de este último fue porque la productora quería distribuir la obra en salas nacionales. Pero, debido al cierre de los cines provocado por la pandemia, decidieron entregar los derechos a la compañía de *streaming*, de lo contrario la película no hubiera sido accesible desde dispositivos geolocalizados en el país.

---

<sup>95</sup> Violante, M. (2019). Cómo venderle una idea a Netflix: la guía completa para aliarte con el gigante del streaming. *Revista Entrepreneur*.

<sup>96</sup> Rojas, L. y Ugarelli, J.C. (2020). [Netflix] Conversamos con Gaspar Antillo, director de “Nadie sabe que estoy aquí”. *Cinencuentro*.

“El alcance ha sido brutal, *Nadie Sabe que Estoy Aquí* es una película que nunca pensamos que iba a tener tanto alcance, estuvo en el top 10 de Latinoamérica por muchas semanas, es algo que nunca hubiésemos logrado sin ellos, o sea, el alcance que tienen es algo que nosotros nunca podríamos haber imaginado”, comenta Jadue sobre el éxito del filme. Firmar con Netflix no solo significa acceder a un mayor banco de espectadores, también implica que la compañía hará una inversión en publicidad para aumentar la rentabilidad del “activo”, las campañas de promoción internas son algo que ninguna productora chilena podría igualar, un solo posteo en redes sociales significa llegar a 27 millones de seguidores como si nada.

La documentalista nominada a la 93ª edición de los premios Oscar, Maite Alberdi, ya en 2016 destacaba las bondades del *streaming* global para los realizadores chilenos. “Lo bueno de Netflix es que no llega solo a Chile, en el caso de *La Once* (2014) era un contrato con toda Latinoamérica. Realmente la cantidad de espectadores y de *feedback* es mucho mayor que el que está activo cuando la película está en salas”<sup>97</sup>.

## Dracón de Atenas trabajaba en una compañía de *streaming*

Negociar con una empresa cuya base de suscriptores quintuplica dos veces la población total del país (y aún así la comparación se queda corta) es difícil para cualquier productora de una industria pequeña, como la de Chile. Netflix sabe que ofrece un buen trato, incluso frente a otras plataformas de igual calibre como Amazon Prime, por lo que se da la libertad de subir las exigencias a los realizadores.

Una de las prácticas más abusivas en que incurre la compañía es que solo se le paga a los realizadores pasados tres meses del estreno en la plataforma, hábito que Rocío Jadue califica como draconiano, sin mencionar que el pago se efectúa en cuotas. Hacer cine es caro, una película promedio cuesta alrededor de 200 millones de pesos<sup>98</sup>, incluso las producciones independientes son costosas. No contar con ese flujo de caja inmediatamente es un problema para las productoras que vienen de ecosistemas audiovisuales pequeños, que, como Fábula, tienen que pedir créditos en el banco mientras llega el dinero de Netflix.

---

<sup>97</sup> Villouta, J.L. (2016). Maite Alberdi analiza la industria del cine chileno. *Vía X*.

<sup>98</sup> Montero, L., Valdebenito, F. (2012).

El streaming siempre ha generado un sentimiento de desconfianza entre los altos ejecutivos del espectáculo, según reveló el *Hollywood Reporter* en 2016. La escala de sus operaciones y la fuerza con que Netflix entró al mundo del entretenimiento preocupaba a Hollywood, ya que podría acabar convirtiéndose en un monopolio, integrado verticalmente toda la cadena de producción, capaz de imponer sus propias reglas y precios<sup>99</sup>.

Las plataformas de *streaming* también exigen un *delivery*, es decir, una serie de servicios adicionales como doblaje, subtítulaje, o requerimientos relativos a la postproducción que tienen que ir junto a la película antes de entregarla. Estos aditivos son obligatorios y costosos (aunque no todos los distribuidores piden los mismos). “Muchas veces Netflix y Amazon trabajan con laboratorios que están certificados por ellos, entonces no es un trabajo que podemos hacer nosotros *in house*, tenemos que externalizar a estas compañías que ya están certificadas y que ya tienen estos valores super estandarizados que no son menores”, crítica Rocío Jadue.

La directora ejecutiva de cine explica que si ellos reciben 50 millones por una película, el *delivery* puede costar 20 millones, por lo que conservan apenas un poco más de la mitad del pago. Netflix sigue siendo un buen socio comercial, pero con este recorte se acerca más a las plataformas con las que Fábula ya hacía tratos anteriormente: Claro Video o VTR, por ejemplo. El control que adquieren las compañías sobre la película es casi total, no informan cuántos espectadores tuvo, pueden sacarla de los territorios licenciados si así lo desean y el pago, según lo que explica la productora de Fábula, no es nada extraordinario.

No obstante, es importante destacar que Fábula es una de las productoras nacionales que mejores números obtiene en las salas. En el caso de películas con menor pretensión de público, el dinero que Netflix paga por adquirir una producción es un buen trato, según explica Constanza Arena, directora de Cinema Chile, agencia público-privada dedicada a la internacionalización del cine local bajo el lema “*making Chilean films global*”. “Vender a Netflix es un negocio redondo para el productor y la película, que da acceso a muchísimos públicos diversos de distintos países, a una película que de otra manera estaría marginada de la masividad. No tenemos que ver en Netflix una amenaza, hay que verlo una oportunidad no solo

---

<sup>99</sup> Masters, K. (2016). The Netflix Backlash: Why Hollywood Fears a Content Monopoly. *The Hollywood Reporter*.

de conectar con nuevos públicos, sino que también de generar un muy negocio, que es generar industria finalmente”<sup>100</sup>.

Las reacciones entre los directores chilenos ante el avance del gigante del entretenimiento audiovisual son diversas. Mientras que Sebastián Lelio teme que pueda devenir en una extinción de las salas de cine<sup>101</sup>, Marialy Rivas cree que puede convertirse en un espacio bisagra donde se encuentre el cine arte y el cine comercial. Lo cierto es que ambos consideran que es una oportunidad para que los realizadores sigan haciendo cine cuando los fondos escasean.

Debido a que *Nadie Sabe que Estoy Aquí* no es un original propiamente tal, Rocío Jadue aclara que no es correcto hablar de co-producción con los streamers, sino que simplemente son ventas de licencia para exhibir los filmes (aunque se hayan involucrado en etapa de guión), pero que la casa productora nunca pierde el *copyright*. Netflix puede pedir la exclusividad, lo que consecuentemente aumenta el precio de contratación, el dilema es que si tienen exclusividad, los realizadores estarían imposibilitados de distribuir su película en salas locales. El *streamer* puede hacerlo, pero no está obligado. Es por esto que Fábula quería conservar los derechos de la película en suelo chileno, ya que era importante para ellos estrenar en casa y poco probable que Netflix tuviera la intención de hacerlo.

Hay varios factores que se toman en cuenta a la hora de ofrecer un pago, antigüedad de la obra, premios en festivales, incluso el elenco, por lo que tampoco se puede pretender levantar una industria sobre la base de licencias con los servicios de *streaming*. El valor que estas entidades pagan por películas que ya han tenido un recorrido comercial es “casi simbólico”, según cuenta Maite Alberdi<sup>102</sup>, y lo cierto es que la gran mayoría de contenidos chilenos que entran a las plataformas responden a esa descripción.

Hay un valor que no se puede traspasar directamente a términos económicos: el prestigio y el reconocimiento, ya que no es tarea fácil entrar al catálogo de estas plataformas conocidas mundialmente, ni mucho menos ostentar un *Original* (aunque sea relativo). “A largo plazo hace que tú te posiciones. El cine de autor se basa un poco en que el autor es la marca, entonces, si

---

<sup>100</sup> CNN Chile. (2017). Constanza Arena: “Hay un fenómeno con nuestro cine afuera que ya no es una sorpresa”.

<sup>101</sup> Boetti, E. (2018). Entrevista al director Sebastián Lelio, ganador del Oscar por “Una mujer fantástica”: “El cine existe en la tensión entre lo posible y lo soñado”. *Otros Cines*.

<sup>102</sup> Villouta, J.M. (2016). Maite Alberdi analiza la industria del cine chileno. *Vía X*.

se hace famosa la persona, es más fácil conseguir fondos, es más fácil que te compren, hacer una coproducción y es más fácil hacer circular tu película. Aunque no ganes plata igual es importante esa exposición”, explica la académica María Paz Peirano.

## Marea roja

Los servicios de *streaming* fueron los grandes beneficiados de la pandemia, al menos en el mundo del espectáculo, ya que debido al confinamiento, los espectadores estaban igualmente dispuestos a consumir contenido audiovisual desde sus casas. Esto significó que tan solo durante el primer trimestre de 2020, Netflix sumó casi 16 millones de suscriptores<sup>103</sup>. Sin embargo, en 2021 el crecimiento se desaceleró y no alcanzaron las expectativas comerciales presupuestadas para el periodo.

La plataforma culpa a la ligera parrilla programática con que empezaron el año, como informaba la directiva en una carta enviada a los accionistas, la cual fue producto de las restricciones sanitarias que pausaron el rodaje de varias producciones propias<sup>104</sup>. En consecuencia, Netflix aumentó el presupuesto reservado para comprar contenido, llegando a la cifra de 17 mil millones de dólares, lo suficiente para filmar la película más cara del cine chileno, *Esmeralda 1789*, más de 1.500 veces y más de cuatro veces lo que Disney pagó por Marvel en 2009.

Paralelamente, la empresa norteamericana se sometió a una auditoría de diversidad, tema prioritario para la sociedad comercial. Los resultados fueron alentadores en términos de protagonistas afroamericanos, asiáticos y mujeres, pero deficientes en cuanto al contenido latino. En Estados Unidos la población latina representa el 23% de la compra de boletos en el cine (2018), mientras que, entre elenco y cineastas, sólo estaban presentes en un 4,5% de las producciones originales de Netflix<sup>105</sup>. Más allá de cualquier rol social de las comunicaciones,

---

<sup>103</sup> De Haro, J.L. (2020). El beneficio neto de Netflix creció un 106% en el primer trimestre hasta los 709 millones de dólares. *El Economista*.

<sup>104</sup> Tones, J. (2021). El aumento de suscriptores de Netflix se frena después de las espectaculares cifras de 2020 (y la pandemia vuelve a tener la culpa). *CCDocumental*.

<sup>105</sup> Alcorn, C. (2021). Netflix dice que necesita más programación latina luego de una auditoría interna de diversidad. *CNN en Español*.

esta es una apuesta por intentar seducir nuevos públicos por debajo del Ecuador, por lo que el *streamer* abrió la billetera para comprar más contenido latino.

A principios de 2021, la compañía compró los derechos de *El Agente Topo* (2020), el documental de Alberdi nominado a los premios Oscar, lo que desencadenó una suerte de marea roja pues Netflix duplicó su catálogo chileno. *Piola* (2020), *Joven y Alocada* (2020), *Muchuca* (2004), entre otros títulos, entraron a la plataforma que hasta el momento veía con distancia a la cinematografía local, a diferencia de otros países de la región como México y Argentina que -si bien también incrementaron su catálogo en pandemia- ya tenían presencia en la plataforma.

No solo el *streaming* de Hastings apostó por Chile. Amazon Prime, el segundo contendiente más fuerte de las *stream wars* en occidente -como denominaron los medios a la batalla de las plataformas- también empezó a sumar licencias a su catálogo, el cual ya contaba con al menos una veintena de producciones nacionales. Este interés en el cine nacional no es un mero golpe de suerte, como explica María Paz Peirano. Desde principios del siglo XXI el Estado chileno ha impulsado una estrategia específica de internacionalizar el cine, pero apenas en la última década ha tenido un gran éxito y se ha creado “una marca del cine chileno en el exterior”.

Hay algo en lo que todos los personajes ligados a la internacionalización coinciden, incluso si cada chileno viera cine nacional, no habría suficientes espectadores para conformar una industria en torno al consumo interno. En el país habitan apenas 18,9 millones de personas, según datos del Banco Mundial, por lo cual es imposible replicar las estrategias de crecimiento interno que han impulsado países como Francia o Brasil, que cuentan con 67 millones y 211 millones de habitantes respectivamente<sup>106</sup>.

Desde el programa Miradoc sostienen que en Chile la gente gasta poco en cultura local, por lo que la internacionalización a través del *streaming* abre un foco para revertir esto. “Nosotros distribuimos *Dios* (2019) y tuvimos una cantidad de marketing y publicidad impresionante, pero nos fue muy mal en las multisalas. Entonces, el agregador comercial (Sofa Digital) pensó que era una buena película para el mercado brasileño y nos sugirió meternos en

---

<sup>106</sup> Base de datos del Banco Mundial.

plataformas de la región (Net Now, Sky y Vivo Play). De repente pasó que hubieron mil transacciones en un mes, cuando antes teníamos 20”.

Desde esta perspectiva, la exportación de cine hacia los mercados globales es el camino más realista para sedimentar las bases de una industria cinematográfica autosuficiente. Con la irrupción del *streaming*, los esfuerzos se están dividiendo entre los festivales y las plataformas, si bien ambos tienen líneas curatoriales divergentes y a menudo se enfrentan entre sí, los realizadores emergentes transitan con fluidez entre ambos mundos.

La cineasta nacional Marialy Rivas, cuya ópera prima *Joven y Alocada* (2012) entró al catálogo de Netflix meses después de esta entrevista, explica que los festivales tienen un carácter más “cultural”, aspiran a la transformación del arte por el arte; mientras que las plataformas esencialmente están haciendo una inversión económica, por lo que suelen tener un estilo más comercial y una mayor vocación de público. Sin embargo, recalca que es posible habitar estas fisuras. “Hay ciertas películas que tienen la capacidad de triunfar en el mundo de los festivales y en el de las plataformas. Un ejemplo es *Una Mujer Fantástica* (2017), una película muy autoral que le va muy bien en Berlín, que es un festival prestigioso y a la vez la compran en una plataforma”.

Aunque los cineastas nacionales ya iban a festivales desde el siglo XX, la hazaña era más bien un esfuerzo individual, con el nuevo milenio el Estado empezó a fortalecer una estructura de instituciones públicas (ProChile, Ministerio de Relaciones Exteriores) que sirvieron a los realizadores como apoyo para llegar a los certámenes. En una década, el cine chileno pasó de ser un tímido invitado en las instancias festivaleras a un empoderado amigo de la casa, que incluso llegó a ser “País en Foco” en el European Film Market (EFM) de 2020.

Gracias a esta primera visibilización en los festivales clase A, el mundo audiovisual ya sabe que existe el cine chileno. Los ejecutivos del *streaming* suelen estar al tanto de lo que ocurre en estos ámbitos, en caso de que aparezca alguna joya que pueda mejorar su catálogo, por lo que el romance de las plataformas con la cinematografía local se viene gestando hace años. El director de *Piola* (2020) relata que los premios de Guadalajara los impulsaron para poder hacer trato con Netflix y aunque la empresa les cortó el recorrido festivalero por temas

de exclusividad, al equipo realizador poco le importó, ya que lo importante era que “la película llegará a la mayor cantidad de gente posible”<sup>107</sup>.

Cuando el Centro Arte Alameda estaba buscando obras para su plataforma online, varias producciones se negaron a vender sus derechos SVOD, según cuenta Martín Castillo, ya que estaban esperando ser compradas por Netflix o Amazon. La sala de cine sabía que no podía competir con los gigantes de la industria, por lo que resolvieron ofrecer funciones relámpago, es decir, funciones donde la película se exhibía por única vez a una hora determinada, pero no quedaba almacenada en ningún lugar.

“(Los streamers) Se interesaron mucho, después de la pandemia, en contenidos que antes no les interesaban, empezaron a ver que habían muchas plataformas *online* que estaban subiendo y dijeron: aquí tenemos que meternos también. Comenzaron a comprar películas chilenas, las películas más *hit* del último tiempo. Como que de a poco compraron contenidos locales, ya sea para Latinoamérica o no, en el fondo diciendo: vamos a sacar una tajada de esto también”. Aunque no muchas producciones lograron firmar el preciado contrato de distribución, el sueño de llegar a estas plataformas dejó de ser un imposible y se convirtió en el horizonte para las producciones nacionales.

## Sello de fábrica

El catálogo de una plataforma de streaming es un espacio surrealista donde seis amigos de Nueva York conviven en perfecta armonía con Pepe Mujica, para dos clicks después estar viendo como los Cascos Blancos recuperan cuerpos en Siria. Este crisol cultural, donde se encuentran rostros asiáticos, germanos, latinos, mediterráneos, es también una amalgama deforme, que pertenece a todos lados y a ningún lugar a la vez, aunque no necesariamente reciban la misma atención por parte del público.

Las industrias creativas están atravesando un proceso de desterritorialización, las grandes empresas de comunicaciones, información y entretenimiento aspiran a un público

---

<sup>107</sup> Apablaza M. (2021). Piola: Película de egresados de la U. de Chile se abre paso en Netflix. *Prensa U. de Chile*.

global y poco les significan las antiguas barreras nacionales. En ocasiones, este encuentro de culturas, irónicamente, tiende a borrar los orígenes de las identidades nacionales más sutiles, como es el caso de Chile.

Si se quiere enamorar al público internacional, es una mala estrategia comercial incluir demasiadas referencias a la cultura local, sobre todo cuando ésta no es ampliamente conocida en el extranjero como podría ser el caso francés o el estadounidense. Según Peirano, todos los cines pequeños que intentan internacionalizarse, de alguna manera, tienen que borrar su imagen de fábrica y su origen. “(El cine chileno) no tiene un arraigo muy claro en la identidad, porque eso es muy difícil de exportar, lo que también es una estrategia de mercado”.

Esta es una verdad en transformación, que coincide con el traspaso de la internacionalización desde los festivales a las plataformas. Mientras que los primeros aspiran al enaltecimiento de la cinefilia venga de donde venga y no tienen “el objetivo de poner banderas en un mapa”, según explica Carlo Chatrian, director de la Berlinale, por la ausencia de cine chileno en el certamen<sup>108</sup>. Los segundos ambicionan tener el catálogo más diverso posible, por razones culturales y de imagen, pero esencialmente como apuesta comercial. Como explica Hastings, Netflix quiere producir historias de todo el mundo, no por un afán anti-imperialista, sino para mantener felices a los suscriptores<sup>109</sup>.

La mayoría de películas en las plataformas aspiran a ser relatos universales con los que cualquier persona alrededor del mundo se puede identificar, como es el caso de *El Agente Topo* (2020), que ilustra de manera humana el abandono familiar que sufren los adultos mayores; pero también existe el escenario contrario, como es el caso de *Mala Junta* (2016), una historia que utiliza el contexto sociopolítico chileno como base para el desarrollo de la trama, en donde se acusa explícitamente la represión policial hacia el pueblo mapuche, así como también la amenazante sombra del Sename.

Las plataformas de *streaming*, como Netflix o Amazon, ¿contribuyen a que los contenidos latinoamericanos expresen sus particularidades con mayor fuerza o, por el contrario,

---

<sup>108</sup> González, R. (2021). Carlo Chatrian, director del Festival de Cine de Berlín: “El cine siempre es un espejo del mundo y tiene un valor político”. *La Tercera*.

<sup>109</sup> Sucasas, A.L. (2018). Reed Hastings: “Netflix no busca hacer imperialismo cultural, pero tampoco es antimperialista”. *El País*.

los fusionan en una masa uniforme que borra su sello de fábrica? La respuesta excede lo que este reportaje puede abarcar, sin embargo, es necesario problematizar sobre las relaciones entre plataformas y territorios para poder contextualizar la relevancia de las iniciativas cercanas geográfica y temporalmente.

Por un lado, Netflix y las compañías de *streaming*, no tienen ninguna intención de marginar los contenidos sudamericanos, muy por el contrario, gran parte de su estrategia comunicacional se basa en ser un lugar de encuentro para todas las culturas. Según cuenta Francisco Ramos, vicepresidente de los originales en español de Netflix para Latinoamérica, el lenguaje es la columna vertebral del continente, pero eso no significa que sea una sola cultura, por lo que aspiran a trabajar con productores locales de cada país para mantenerlas especificidades<sup>110</sup>. Todo bien sobre el papel, pero cuando vemos la realidad solo existen sedes regionales en tres países: México, Brasil y Colombia, la última creada recién en 2021<sup>111</sup>.

El problema no pasa por la exclusión, sino por la construcción desde un otro, los programadores norteamericanos aceptan los contenidos latinoamericanos que ellos mismos consideran representativos de la región, como explica el magíster en Teoría e Historia del Arte y miembro fundador de la Asociación de Cineclubes, Luis Horta, institucionalizando un relato sobre la identidad del hemisferio sur que se escribe desde afuera. La pregunta sobre qué es la chilenidad podría tener 18,9 millones de respuestas, entonces, ¿es posible que una mesa de especialistas y hombres de negocios sepan retratar la identidad del continente? Claro que no, incluso para los antropólogos más versados sería una tarea imposible.

Reed Hastings no está en su escritorio riendo maniáticamente sobre la dominación mundial mientras acaricia un gato sobre su regazo, como si de un villano de James Bond se tratara, este proceso no es intencionado y es inevitable en las industrias culturales con mayor poder mediático. Ese mismo dominio comunicacional provoca una visión de túnel, donde los cineastas llegan a creer que la única salida para la internacionalización es a través de estas plataformas, sin embargo, en Latinoamérica ya hay quienes entraron en la arena para disputar el campo.

---

<sup>110</sup> Mitchell, W. (2020). Netflix's Francisco Ramos: Spanish-language content has to keep its 'specificity'. *Screendaily*.

<sup>111</sup> Rubio, B. (2021). Netflix pondrá oficinas en Colombia; promete producciones locales. *Independent en Español*.

Antes de que Amazon Prime decidiera comprar *Mala Junta* (2016), Claudia Huaquimilla relataba que para el equipo ha sido muy difícil conseguir el *streaming* internacional, pero que a inicio de la pandemia recibieron una oferta de una nueva plataforma con perspectiva Latinoamericana: Riivi, la cual no se había lanzado al momento de la entrevista. “Hemos visto otras opciones y han sido muy lentas, así que muchas veces no ha sido posible. La piden muchísimo desde afuera, por lo que no descartamos ser parte de esta nueva plataforma y para la nueva película seguro que sí”<sup>112</sup>. Efectivamente, la ópera prima de Huaquimilla entró al catálogo de Riivi al momento de su estreno.

A solo un par de meses de haber iniciado sus operaciones, su catálogo cuenta con más de 300 obras y, actualmente se encuentran negociando los derechos de al menos 100 películas más, de las cuales la mayoría son chilenas, ya que el equipo desarrollador está basado en el país. Tal como explicaba Teresita Ugarte, a cualquier plataforma le puede tomar años ser algo consolidado, por lo que los escuálidos 6 mil seguidores que tienen en redes sociales hacen lo posible para enfrentarse a los 27.2 millones de Netflix y 1.7 millones de Amazon<sup>113</sup>.

“Bienvenido a Latinoamérica, cientos de películas y series gratis, siempre”, anuncia el primer título al entrar a la plataforma, mientras al fondo se vislumbran caras conocidas como las de Daniela Vega y Blanca Lewin. Riivi sabe que no tiene muchas herramientas para pelear en la guerra de suscripciones con los titanes del hemisferio norte, por lo que su estrategia es entregar las películas totalmente gratis a costa de un anuncio al principio de la reproducción, característica que inspira confianza en Claudia Huaquimilla, como cineasta, y en Rocío Jadue, como productora. Esta última además revela que los números en la plataforma van por buen camino, aunque todavía es muy temprano para sacar conclusiones.

“Partimos con 2 mil usuarios, después 3 mil, 9 mil, 13 mil, 19 mil y lo más probable es que este mes de junio vamos a terminar con 25 mil usuarios activos”, revela el Cristóbal Güell, director de la plataforma. Actualmente Riivi solo opera en Chile, esto quiere decir que las licencias de distribución se compran solo para el territorio nacional y no se pueden ver los contenidos desde el extranjero, sin embargo, el equipo se encuentra levantando una ronda de

---

<sup>112</sup> La nueva película de Claudia Huaquimilla, *Mis Hermanos Sueñan Despiertos* (2021), ganó el máximo reconocimiento en la 28° edición del Festival Internacional de Valdivia.

<sup>113</sup> Consultado el 31 de mayo de 2021.

capital y conversando con distribuidores de otros países para expandir sus operaciones a Colombia en 2022, México en 2023 y eventualmente llegar a Estados Unidos y Europa. En las mejores proyecciones esperan llegar al millón de visualizaciones a finales de 2023, una vez cuenten con el apoyo de otros países de la región.

A pesar de las recientes compras de Netflix y Amazon, Güell desconfía que el acercamiento de los grandes *streamers* con la cinematografía nacional dure más allá de la pandemia, debido a que la principal razón de este avance fue la pausa forzada que sufrieron las producciones originales, instigando a las plataformas a comprar contenido envasado y hurgar más profundo en las filmotecas latinoamericanas. Una vez que las producciones latinas agoten su vida comercial en las plataformas del hemisferio norte, Riivi espera convertirse en un espacio en el cual las películas puedan continuar su distribución internacional y no perder la conexión con los públicos.

Desde un punto de vista económico, no cobrar una suscripción por el acceso a la plataforma significa contar con un menor presupuesto para la adquisición de contenidos, lo que resulta en que los estrenos tardan más en entrar al catálogo, ya que los productores dan prioridad a otras ventanas de exhibición. No obstante, considerando las múltiples barreras para que los usuarios vean contenidos sudamericanos, esta es una decisión estratégica que busca aumentar el alcance de la plataforma, el director incluso explica que actuar como una segunda ventana de exhibición puede generar un beneficio inesperado, pues las películas ganan popularidad y despiertan interés en Netflix, pero cuando ya no están disponibles ahí, Riivi entra en juego para reclamar esa *fanbase*.

La misión de la plataforma también cruza los problemas de representación latina en la industria del entretenimiento, donde son pocos los contenidos en que aparecen personas del continente y aún menos donde estas representaciones no se dejen llevar por estereotipos. “Queremos ayudar a la deconstrucción del latino internacionalmente, queremos que los latinos se vean en pantalla, que vean sus realidades, pero también queremos deconstruir estas representaciones latinas donde todos son narcos o gente de trabajo del hogar”. De esta forma, existe un planteamiento para trabajar dentro del continente, fomentando el consumo de la cinematografía regional, pero también un compromiso para combatir los prejuicios hacia Latinoamérica y su gente en el exterior.

Si bien, construir un relato sobre lo chileno y lo latinoamericano, incluso desde el mismo país, es una tarea problemática, la aparición de un nuevo eje para la internacionalización es una oportunidad para escribir un relato identitario desde un frente más cercano y una celebración para los miembros de la escena audiovisual. Los streamers, ya sean del mundo o de latinoamérica, vienen a llenar un vacío que Ondamedia no puede y que por el momento las salas nacionales están lejos de lograr: la exportación del cine chileno. Estos experimentos ya dan luces de transformación en la escena internacional, como una vía paralela al circuito festivalero, que promete llegar más allá de las fronteras nacionales y solventar la falta de consumo interno.

## VI. EL GRAN ESTRENO

### Mundos simbióticos

A medida que el invierno del primer año pandémico llegaba a su fin y el *peak* epidemiológico parecía lejano, las medidas de confinamiento impuestas por la autoridad sanitaria tendieron a relajarse. La vida presencial intentaba retomar su curso, pero las salas de cine aún no tenían permitido abrir con aforo completo, solo podían ver como las visualizaciones en las plataformas bajaban progresivamente mientras la gente se reencontraba con las actividades al aire libre. Así como el entusiasmo inicial por la virtualidad se alimentaba del aislamiento físico, las proyecciones de las plataformas se hacían menos alentadoras.

Sin embargo, una inesperada chispa se encargó de reactivar las expectativas y el furor del público por el cine chileno. *Tengo Miedo Torero* (2020), de Rodrigo Sepúlveda, se impuso como la película online más vista del año, las 4 mil entradas dispuestas para la *avant premiere* se agotaron en menos de media hora<sup>114</sup>. Después del primer fin de semana, la película ya había sido vista por 170 mil espectadores según datos de la producción, sin contar todas las reproducciones de las copias *pirata* en YouTube<sup>115</sup>. El éxito comercial y mediático de la cinta tomó por sorpresa incluso al equipo realizador, quienes en sus mejores cálculos anticipaban cerca de 30 mil entradas vendidas.

Si en la presencialidad un *ticket* equivalía a un espectador, en el mundo virtual nada era seguro. Se presumía que por una transacción en Internet, una familia entera vería la película alrededor del televisor. Al principio, la industria chilena estaba un poco ajena a esta discusión, pero finalmente se llegó al consenso de que cada visualización en streaming se contaría como tres espectadores, por lo que los 75 mil *tickets* de la película de Sepúlveda -según los datos de Troncoso- fácilmente podrían traducirse 225 mil espectadores, rivalizando incluso con *Pacto de Fuga* (2020), la película más vista en salas.

---

<sup>114</sup> Garrido, M. (2020). Tengo Miedo Torero agota entradas de su primera preventa en media hora. *La Tercera*.

<sup>115</sup> González, R. (2020). Tengo Miedo Torero logra 170 mil espectadores en dos días de exhibición. *La Tercera*.

Después de varios años de disputas legales por la autoría y los derechos del guión, la película basada en la novela de Pedro Lemebel logró empezar grabaciones en 2019, por lo que Forastero y Zapik -las casas productoras- pensaban llegar a salas nacionales el año siguiente. Al principio, la pandemia no fue una preocupación, ya que se esperaba que todo acabase mientras se terminaba con la postproducción, pero la fecha de estreno original se acercaba y la situación no parecía mejorar.

Sin un plan claro sobre qué camino seguir, Zapik contacta con Alfredo Troncoso, director de la productora de eventos musicales Macondo Konzerte, para que se hiciera cargo de la distribución de la película dos meses antes del pre-estreno. En el currículum de Macondo se pueden leer nombres como Inti-Illimani Histórico, Atahualpa Yupanqui, Eva Ayllón, Pedro Aznar, incluso el trapero Pablo Chill-e figura entre los proyectos de la compañía. Todos representantes de un mundo supuestamente más cercano a los estudios de grabación que a las cámaras.

No obstante, la distribuidora ya había tenido la oportunidad de fusionar talentos en el pasado, como cuando el cineasta Ricardo Larraín grabó un documental musical sobre Inti-Illimani Histórico y más tarde sobre Eva Ayllón, ambos con la distribución de Macondo. El equipo de *Tengo Miedo Torero* confió en la productora de eventos para componer la banda sonora de la película, lo cual sería el puntapié inicial que posteriormente los pondría a cargo de la distribución dentro de Chile. El éxito de la producción y su acercamiento con la escena musical no es una coincidencia, todo lo contrario, reconocer el lugar desde donde trabaja Macondo es clave para entender como fue que miles de chilenos se alborotaron por comprar un *ticket*.

Lejos de cualquier instancia formal y congregados alrededor de una parrilla, algunos miembros de Zapik conversaban con Alfredo Troncoso sobre como deberían distribuir la obra. Hasta el momento, los estrenos nacionales habían recurrido a las salas independientes y a Ondamedia, pero Troncoso -que estaba completamente ajeno a este circuito- propuso lo impensado: “¿Por qué no tiramos *Tengo Miedo Torero* como un mega evento? Tal como si fuéramos a producir un Movistar Arena”.

La idea causó resquemor entre el equipo realizador, según cuenta el distribuidor, quien atribuye estas dudas a que los miembros de la industria cinematográfica están demasiado acostumbrados a un modelo específico de comercialización. “Me acuerdo que hubo discusiones, por ejemplo, Forastero quería cobrar dos *lucas* la entrada porque tenían miedo que la gente no la comprara, después no querían hacer más de una función porque decían que la iban a piratear”, recuerda Alfredo Troncoso. La crisis de audiencias del cine chileno y los problemas para rentabilizarlo se hicieron presentes en las pequeñas expectativas de los realizadores.

Las salas independientes, limitadas por su alcance, pasaron a un segundo plano y se empezó a buscar una nueva plataforma donde estrenar. En ese momento, Puntoticket, que ya había trabajado anteriormente con Macondo en la producción de conciertos tan masivos como Shakira y Dios Salve a la Reina, estaba en pleno proceso de reinención, luchando como todos por adaptarse al mundo virtual. Al igual que la distribuidora, la ticketera había apostado por algunos proyectos de cine durante la pandemia, sin embargo, su rubro habitual era la música y el teatro.

A diferencia de otras plataformas, Puntoticket permitía individualizar el consumo, es decir que por cada transacción solo es posible ver la película una única vez en un solo dispositivo, sistema derivado de la naturaleza de otros campos artísticos donde -incluso en la virtualidad- se privilegia el espectáculo en vivo. Por otro lado, Vimeo -la principal plataforma de visualización de los streamers nacionales- no contaba con ese control, por lo cual los usuarios podrían ver la película reiteradamente e incluso compartir su cuenta con otras personas, generando importantes pérdidas financieras para el cine chileno.

Adicionalmente, la ticketera facultaba a los productores para decidir el valor de comercialización de la película, algo que desde Market Chile aclaran que nunca se había visto antes. En el mundo presencial, es la sala de cine quien decide el valor del ticket y este se divide -generalmente en partes iguales- entre la producción y el recinto de exhibición, ya que la sala también atrae un público por su lado. Debido a que Puntoticket solo vende las entradas -no organiza ni aloja los espectáculos- se limita a efectuar un cargo por servicio del 15% sobre el valor del boleto, el cual se cobra al espectador.

Es importante mencionar que, después de 15 años en el mundo del entretenimiento, la plataforma Puntoticket había acumulado un enorme registro con datos de personas aficionadas a las artes nacionales y, no menos importante, con clientes dispuestos a pagar por ver espectáculos nacionales. En vez de salir a buscar a los usuarios frecuentes de las salas de cine independiente -muchos de los cuales se perdieron en el traspaso al online- esta información permitió llegar directamente a un público que ya estaba acostumbrado a utilizar las plataformas digitales para adquirir productos culturales, por lo que no dudaron en sumarse cuando *Tengo Miedo Torero* se convirtió en una sensación mediática.

“Eso jugó un rol importante porque nos permitió desarrollar el producto, por decirlo comercialmente, de una manera sensible y convincente. Todo lo que pasó previo a la transmisión de la película fue gigantesco”, recuerda Alfredo Troncoso. Gracias a esta relación virtuosa, la película de Sepúlveda encontró un nuevo público para el cine chileno que le convirtió en el gran éxito de taquilla de la pandemia, posicionando a Macondo y a Puntoticket en la cima del circuito nacional cuando meses antes ni siquiera lo conocían.

## Espectáculo en vivo

El día de la *avant premiere*, 18 mil personas estaban conectadas incluso media hora antes que empezara la función, número que superaba con creces a cualquier otra producción chilena. En palabras del crítico de cine Christian Ramirez, los chilenos pensaron *Tengo Miedo Torero* en términos de “no me la puedo perder, similar a lo que ocurrió antiguamente con Machuca”<sup>116</sup>. Muchos hogares habían comprado sus entradas con hasta un mes de anticipación, la expectación era inédita, nadie en el medio quedó indiferente ante un estreno que había luchado tanto por llegar a la pantalla grande, aunque al final se terminó mostrando en miles de pantallas chiquitas.

Un sinfín de rostros públicos prestaron su voz para que se configurara este megaevento: periodistas, actores, *influencers*, nadie estaba cobrando, las alabanzas provenían de una sincera admiración por la película y del deseo de ser parte de la ola Lemebel. Esto permitió fidelizar un público que de otra manera no se hubiera encontrado con la obra. “Imagínate el volumen de

---

<sup>116</sup> CNN Chile. (2020). El éxito de “Tengo Miedo Torero” revela las nuevas posibilidades del cine local.

público que ya estaba esperando la película, la ansiedad era tremenda, la gente ya estaba haciendo su *asaito*, era como final de teleserie”, recuerda entusiasmado Alfredo Troncoso.

Teniendo en cuenta la expectación que había en torno a la producción, el equipo de *Tengo Miedo Torero* decidió abrir una segunda preventa, nuevamente inspirados en las lógicas de distribución del mundo musical, como solían hacer los conciertos en la presencialidad. “Una semana antes anunciamos una segunda función por éxito de ventas, lo que en realidad es una estrategia de marketing porque las entradas las puedes vender igual a la primera”, revela Alfredo Troncoso. Con esta nueva fecha también se solucionaban los problemas con el reproductor y las devoluciones, que según cuenta Troncoso, se temía que podían llegar a ser más de 3 mil tan solo el primer día.

A principios del segundo semestre de 2020, la mayoría de películas chilenas estaban esperando entrar al catálogo de Ondamedia como primera opción, sin embargo, después del triunfo de *Tengo Miedo Torero*, la metodología y las expectativas de distribución cambiaron completamente. De pronto, los productores empezaron a apostar por los estrenos masivos, con jornadas de preventa y una ventana de exhibición por tiempo limitado. La película de Sepúlveda le dió un nuevo empujón mediático al cine chileno -de la misma manera que Ondamedia lo hizo a principios de año- lo cual en conjunto con la novedad de los estrenos en vivo provocaron que el público nacional se mantuviera alerta a la espera del próximo fenómeno cinematográfico.

En la Red de Salas Online las películas chilenas generalmente recibían atención durante las primeras dos semanas, hasta que el entusiasmo del estreno se esfumaba y ya no había poder para seguir hablando de la película en los medios<sup>117</sup>. Según explica Paulo Atienza, Gerente General de Puntoticket: “De acuerdo al conocimiento que hemos ido recabando en estos ocho meses de operación, nos dimos cuenta que subir cosas *on demand* no funciona tanto como hacer algún estreno, donde hay una hora en que parte el show tipo *avant premiere*, eso funciona relativamente bien”<sup>118</sup>. El streaming tradicional -que promete total independencia y libertad del usuario- empezó a palidecer en comparación a los espectáculos mediáticos de Puntoticket.

---

<sup>117</sup> Ibacache, J. (2021). El dilema de las plataformas digitales: Amenazas y oportunidades. *CCDocumental*.

<sup>118</sup> Idem.

La distribuidora nacional Market Chile realizó prácticamente todos sus estrenos -menos *El Agente Topo* (2020)- a través de Puntoticket. La directora, Alexandra Galvis, sostiene que esta decisión responde a que la plataforma les permite realizar un evento en vivo a la hora de la transmisión, en vez de simplemente dejar las películas en cartelera, lo cual le devuelve el carácter social al cine. “Permite generar en el digital ese momento compartido, de estarla viendo en el mismo momento como un evento en vivo, con toda la gente conectada en ese mismo horario y creo que tiene esa virtud gigante de sentir esa simultaneidad y de compartir esa experiencia con mucha gente más”.

## Apropiación digital

A pesar de la buena recepción que estaba teniendo su película, Rodrigo Sepúlveda se lamentaba no haber podido escuchar el vitoreo del público directamente en salas, pero las redes sociales hicieron lo posible por sustituir este sentimiento. Desde que el confinamiento cortó con las relaciones sociales en persona, la virtualidad sirvió como una plaza pública donde las ideas podían fluir y donde la película fue *trending topic* no solo a nivel nacional, sino que hasta mundial por unas horas.

Desde la aparición de Internet -y más específicamente desde su masificación a principios de siglo- los académicos se han abocado a descubrir como esta nueva tecnología afectaba las relaciones sociales de las personas. Aunque el cambio de soporte implica varias transformaciones -como la instantaneidad y el acercamiento geográfico- en el fondo la comunicación virtual es solo una extensión más de las vías comunicativas tradicionales<sup>119</sup>.

La Doctora en Comunicación Ana María Castillo, que ha estudiado el rol de los contenidos audiovisuales en la construcción identitaria a través de redes sociales, concluye que el temor de un posible atrofiamiento social producto de la irrupción de la virtualidad en la vida cotidiana es infundado. Por el contrario, concluye que “enseñan la conversación, el contacto con el otro, la necesidad de pertenencia, de identificación y de retribución como los principales objetivos”<sup>120</sup>. Estos procesos fueron cercenados cuando se entró al contexto pandémico, la vida

---

<sup>119</sup> Castillo, A (2016).

<sup>120</sup> Castillo, A. (2015).

social y comunitaria tuvo que recurrir a nuevas vías de interacción para sobrevivir al confinamiento.

Películas como *Tengo Miedo Torero*, que generaron un gran revuelo mediático, fueron el escenario perfecto para recuperar el sentido colectivo del cine. En un principio, debido a que cada espectador vería la película en su propia pantalla, se temía que la práctica cinematográfica se volviera una experiencia individual, sin embargo las redes sociales abrieron un canal de comunicación alterno para que las comunidades virtuales volvieran a encontrarse.

“Probablemente las comunidades ya existían y se formaban cuando (la película) estaba en salas, pero era menos evidente el encuentro. Ahora no puedes salir del cine y compartir con quien o hablar con quien o decir que, entonces, donde sí se ha visto de forma muy manifiesta es en redes sociales”, reflexiona Alexandra Galvis. Además agrega que durante las noches de estreno suelen experimentar un *boom* en sus redes sociales, las cuales se repletan de gente comentando escenas y subiendo pedacitos.

Mientras que la película de Sepúlveda logró poner en la palestra pública la discriminación hacia la comunidad transgénero en Chile, otras producciones como *Matar a Pinochet* (2020) y *El Agente Topo* (2020) problematizaron sobre los límites de la violencia y el abandono al que se enfrentan los adultos mayores respectivamente. Ambos temas fueron sometidos a una vivisección por parte de los internautas, quienes a medida que comentaban, peleaban y compartían *tweets*, aumentaban continuamente la profundidad del debate, descubriendo nuevas vertientes y vinculaciones hasta el momento ignoradas.

Los canales virtuales potenciaron a nuevas alturas la capacidad de las audiencias de apropiarse de los contenidos audiovisuales. Como describió el periodista y académico Eduardo Prádanos al analizar el consumo televisivo en Chile, las redes sociales sacaban al usuario de su rol como espectador pasivo y le brindaban un canal donde expresarse y tomar una posición activa frente a lo que ve en pantalla, por fuera incluso de los espacios oficiales que ofrece la misma producción<sup>121</sup>.

---

<sup>121</sup> Idem..

*La Mirada Incendiada* (2021), por ejemplo, fue tema en redes sociales incluso semanas antes del estreno -especialmente en Twitter donde hay mayor espacio para el debate- pero lejos de recibir halagos, la película se llenó de críticas contra la producción, debido a que el filme que retrataba los últimos días de Rodrigo Rojas De Negri -fotógrafo quemado vivo por la dictadura- no contaba con la aprobación de Verónica De Negri, madre del protagonista en la vida real. Una multitud de internautas se unió para atacar la película, incluso llamando a boicotearla y no verla.

En vida Oscar Wilde dijo la frase: “Que hablen mal de uno es espantoso, pero hay algo peor, que no hablen”. Generar polémica en redes sociales se ha utilizado anteriormente como una estrategia de marketing en la industria del espectáculo, de esta manera, las personas -orgullosas o indignadas- propagan descontroladamente el nombre de la marca, publicidad gratuita alimentada por el debate público. Aunque es imposible calcular el impacto que tuvo la campaña de desprestigio, la obra de Tatiana Gaviola logró un saldo de más 81 mil espectadores<sup>122</sup>, instalando nuevamente el Caso Quemados en la conversación pública y al mismo tiempo manifestando el rol comunitario del cine.

Más allá de la discusión, la virtualidad también permite la utilización de herramientas digitales para apropiarse de las obras audiovisuales a través de la edición y el *remix*. Durante la *avant premiere* de *Tengo Miedo Torero*, los usuarios compartieron fragmentos de la película en tiempo real, algo impensado para un estreno en salas, adoptando un lenguaje transmedial que no se limitaba al español latino, sino que las imágenes, videos, gifs y audios pasaron a formar parte de la interacción social.

El actor Alfredo Castro, que se llenó de elogios y felicitaciones en el ciberespacio, llegó incluso a convertirse en un *sticker* de Whatsapp<sup>123</sup>, confeccionado por los mismos internautas, lo que evidenciaba la fuerza con que la loca del frente -protagonista del filme- se había instalado en la retina de la audiencia chilena. Según Alexandra Galvis, esto abre una puerta para que los distribuidores puedan recibir *feedback* -que de momento no pueden encontrar en salas- de manera más clara, directa e inmediata.

---

<sup>122</sup> Culturizarte. (2021). “La mirada incendiada” alcanza el éxito absoluto en su primer fin de semana de exhibición por streaming.

<sup>123</sup> Formato de imagen que se envía a través de los chats de la plataforma y que usualmente representan personajes o situaciones icónicas que todo el mundo puede reconocer.

No obstante, este encuentro comunitario sólo es posible cuando las producciones alcanzan altos niveles de audiencia, de lo contrario no hay suficientes interlocutores para articular una conversación activa, mucho menos una comunidad. Para que la conversación digital se mantenga vigente es necesario estar constantemente suministrando y ensanchando el flujo de información que entra a circulación, situación que no se cumple en la gran mayoría de estrenos independientes.

Los estrenos que le siguieron al *Torero* no tuvieron el mismo éxito mediático, algunos con diferencias más abismales que otros. Martín Castillo argumenta que los estrenos a través de ticketeras -donde no existe la intermediación de una sala- pueden sentar un precedente erróneo en la industria nacional. “Estos estrenos que se hicieron sin mediar una sala de por medio, algunos fueron un éxito como *Tengo Miedo Torero*, que todos sabemos que le fue *la raja*. Pero eso le abrió la ventana a varias películas que quisieron hacer lo mismo y no tuvieron los mismos resultados. Entonces, no me gustaría que se piense en el *boom* del cine chileno, cuando en verdad fueron una o dos películas las que se llevaron a todo el público”.

A pesar de que algunas películas pueden mantenerse dentro de la conversación por su propia cuenta, primero es necesario echar a andar la maquinaria publicitaria que les da notoriedad, pero no todas las producciones cuentan con los recursos para levantar una campaña así. En este sentido, la intercesión de las salas de cine es clave, ya que ayudan a mediar entre el público y las realizaciones audiovisuales a través de cine-foros, conversatorios y publicidad externa.

Por su parte, Alexandra Galvis explica que en la industria están acostumbrados a que no todas las películas sean éxitos de taquilla y que si bien las películas posteriores a la obra de Lemebel no tuvieron el mismo éxito, esto no es debido a un agotamiento de los estrenos en vivo, sino que a una fatiga generalizada de la virtualidad y el confinamiento. “Creo que el desgaste responde al cansancio de pantallas que tiene la mayor parte de la población, pero no al ritual ni a ver la película y creo que si hay alguna diferencia entre un estreno y otro tiene que ver con la naturaleza del estreno”.

Para bien o para mal, la conversación pública en torno a las películas halló en la virtualidad un espacio donde habitar, logrando apropiarse de la conversación de una manera

nunca antes vista, con un flujo de información directo, mayor tiempo para la maduración de ideas e incluso adoptando el lenguaje multimedial. Aunque este encuentro solo funciona para las producciones con mayor capacidad de convocatoria, los estrenos en vivo -que exigen una menor libertad para el usuario en cuanto limitan la disponibilidad temporal del visionado- permitieron recuperar la experiencia comunitaria, reemplazando un sentido de pertenencia hasta el momento extraviado por la pandemia.

## VII. EL PACIENTE SE RECUPERA

“No es casualidad que estemos en un lugar que hace tiempo no habitamos, se siente como la extrañeza de volver a algo amado. Si existe algo que pueda identificar a este último tiempo, es que hemos debido adaptarnos y que extrañamos profundamente habitar espacios colectivamente”<sup>124</sup>. De esta manera, el director artístico de FicViña, Claudio Pereira, anunció el regreso del festival a las funciones presenciales.

Han pasado casi dos años desde que las palabras virtualidad y confinamiento se volvieron parte habitual del vocabulario popular, en dicho tiempo la industria cinematográfica pasó de la más profunda incertidumbre a la frenética lucha por sobrevivir en un panorama que no auguraba más que tragedia. Sin embargo, por la misma porfía de los gestores culturales que históricamente han remado para mantener la industria a flote, el cine logró encontrar su camino a través de las tecnologías digitales -no sin abundantes penurias de por medio- permitiendo que años de trabajo y posicionamiento no desaparecieran en un abrir y cerrar de ojos.

La pandemia golpeó sin previo aviso y sin piedad -aunque no todos sufrieron con la misma fuerza- dejando en el suelo a la industria cinematográfica durante varios meses. En un inicio, y en tono con las percepciones iniciales de esta investigación, la virtualidad prometía ahuyentar a los viejos fantasmas de la industria local, pero a medida que pasaba el tiempo se hizo evidente que el traspaso de las lógicas presenciales al ciberespacio sería un trabajo más complicado de lo que se pensaba, consiguiendo algunas victorias para la escena local, pero también muchos problemas.

Las salas de cine -las cuales cargaban con un recinto físico a sus espaldas que ahora no era más que un lastre- se llevaron la peor parte. Debido a que su público habitual desapareció en el digital y los espectadores virtuales que estaban dispuestos a pagar eran escasos, el

---

<sup>124</sup> Claudio Pereira en la ceremonia de lanzamiento del Festival Internacional de Viña del Mar. 2021. Registro de Regiónvisual. Disponible en <https://www.youtube.com/watch?v=Ny-rny2BfA8>

endeudamiento para la mantención de los espacios y la reducción de personal fueron inevitables. La presión económica hizo que la sombra de una posible clausura amenazara a las salas y solo logró encontrar respiro gracias a los fondos de emergencia habilitados por el Estado. Sin embargo, la relación entre los gestores culturales y el Gobierno demostró ser un constante tira y afloja, ya que las restricciones sanitarias -particularmente el aforo limitado- junto con unas mesas de diálogo infructíferas, los orillaron a una economía de supervivencia.

Las caras del público del otro lado del proyector se transformaron en estadísticas de reproducción, situación extensa para toda la industria cinematográfica. La metodología de trabajo tuvo que cambiar radicalmente para seguir conectando con las audiencias, las cuales ya no era posible encontrar sentadas en las butacas. Así fue como las redes sociales y los cine foros por videollamada se convirtieron en el hogar de las comunidades cinéfilas durante la pandemia. Los festivales lograron utilizar la transposición digital para derrocar las barreras geográficas, eliminando la necesidad de operar dentro de una ciudad específica -en algunos casos incluso aumentando la cantidad de público- pero sin nunca llegar a sentirse realmente cómodos con el nuevo formato.

Lamentablemente, de la misma manera que la disponibilidad de una sala de cine no es una realidad en todas las regiones de la nación, el Internet tampoco lo es. En un Chile centralista, las comunidades que se emplazan sobre territorios rurales suelen contar con conexiones deficientes e inestables, que no aportan suficiente velocidad para mantener una reproducción fluida por *streaming*. En otros casos el acceso a las redes es simplemente inexistente. Lo que para unos fue la promesa de llevar el cine a todos los rincones del país, para otros fue una sentencia que los excluyó aún más.

Quienes sí celebraron sin ambigüedades la intromisión de Internet fueron las producciones que fijaron sus ojos en el circuito internacional. La postergación de los estrenos *theatrical* permitió que kilómetros de franja marina desaparecieran y redobló la participación de películas chilenas en las plataformas de *streaming* más grandes del mundo occidental. El sueño de llegar a *Netflix* dejó de ser una fantasía para los realizadores locales y se transformó en una meta más que alcanzable.

“No hay mal que dure cien años, ni cuerpo que los aguante”. El virus eventualmente fue controlado, permitiendo que los espacios culturales -con el corazón a más no poder de felicidad-

volvieron a sus operaciones de siempre. En un principio, los cinéfilos regresaron tímidamente a sentarse frente al proyector, ahora con frasquitos de alcohol gel y mascarillas cubriendo sus caras, pero ansiosos por retornar a ese espacio tan querido por la comunidad.

Si tiene algún sentido buscar una moraleja para el impasse virulento, se podría decir que todo el empujón digitalizador se frenó abruptamente con el regreso de la normalidad. Los meses de confinamiento y distanciamiento físico actuaron como un catalizador para los procesos y contratiempos que la industria cinematográfica chilena ya estaba experimentando años antes. La falta de públicos y monetización en la vereda de las tragedias, la internacionalización en la de los logros y la descentralización como un tema pendiente pero en constante trabajo. A pesar de entender sus limitaciones, todo parece indicar que la virtualidad llegó para quedarse, complementando los estrenos presenciales con funciones digitales en un intento de acercar aún más el cine a las comunidades.

Si antes de que el confinamiento empezara, el cine chileno veía con distancia como el Internet transformaba la industria cinematográfica a nivel mundial, en cuestión de semanas se hizo necesario aprender a utilizarlo como la única posibilidad de continuar compartiendo historias. La virtualidad llegó para quedarse, sí, pero no en el papel protagónico, ahora que la exhibición tradicional ha regresado, el acercamiento con la virtualidad se disipa en el aire. Los aprendizajes del período están ahí, no se han olvidado, pero todos concuerdan con que el cine se disfruta mejor en pantalla grande.

## VIII. REFERENCIAS

### Entrevistas

AHUMADA, NICOLÁS. Presidente del Cineclub Linterna Mágica de la Universidad de la Frontera. 29 de julio de 2021.

ÁVILA, VALENTINA. Cineclubista, Coordinadora de la Asociación de Cineclubes de Chile (ACC) y Encargada de Área Educativa y de Mediación de la Cineteca de la Universidad de Chile. 19 de agosto de 2021.

BELLO, MACARENA. Coordinadora de mediación y audiencias en la Cineteca Nacional. 28 de enero de 2021.

CASTILLO, MARTÍN. Programador del Centro Arte Alameda. 15 de marzo de 2021.

CÓRDOVA, JAIME. Restaurador fílmico y director del Festival de Cine Recobrado de Valparaíso. 26 de mayo de 2021.

FASCIANI, YENIFFER. Productora audiovisual y directora ejecutiva de DCI Distribución. 15 de diciembre de 2020.

FUGUET, ALBERTO. Director de cine y creador de Cinémeta. 5 de enero de 2021.

GALVIS, ALEXANDRA. Directora de Market Chile. 25 de junio de 2021.

GOLDSCHMIED, IAN. Director de Onda media.

GÜELL, CRISTÓBAL. Director de Riivi. 23 de junio de 2021.

HORTA, LUIS. Académico del Instituto de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, Coordinador de la Cineteca Universidad de Chile y miembro fundador de la Asociación de Cineclubes de Chile (ACC). 19 de enero de 2021.

HUAIQUIMILLA, CLAUDIA. Cineasta y directora de *Mala Junta* (2016). 28 de julio de 2020.

JADUE, ROCÍO. Directora Ejecutiva de Cine en Fábula. 12 de abril de 2021.

MLADINIC, HERTA. Coordinadora del Programa de Distribución Miradoc. 11 de diciembre de 2020.

NÚÑEZ, CARLOS. Director Artístico del Santiago Festival Internacional de Cine (SANFIC) y director ejecutivo de Storyboard Media. 1 de junio de 2021.

PEIRANO, MARÍA PAZ. Doctora en Antropología Social y académica del Instituto de Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile. 30 de octubre de 2020.

PRIETO, VICENTE. Coordinador general del Cineclub Carmen Bueno Jorge Müller (ex Cine Club Universidad de Chile). 21 de julio de 2021.

RIVAS, MARIALY. Directora de *Joven y Alocada* (2012) y *Princesita* (2017). 30 de diciembre de 2020.

TORRES, LEONARDO. Administrador de Insomnia Teatro Condell de Valparaíso. 30 de agosto de 2021.

TRONCOSO, ALFREDO. Director de Macondo Konzerte. 16 de abril de 2021.

UGARTE, TERESITA. Presidenta de la Red de Salas de Cine de Chile. 30 de octubre de 2020.

URRUTIA, CAROLINA. Académica y directora de la revista digital de cine *La Fuga*. 16 de abril de 2021.

## Bibliografía y Documentos

ABUSLEME, M. T. (2008). *Cine chileno: ¿La creación de una industria? Políticas públicas de fomento audiovisual en la última década*. [Tesis para optar al grado de Magíster en Política y Gobierno, Universidad de Concepción y Flacso]. Repositorio Flacso Andes.

<https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/1062>

ARÁNGUIZ, A. & González, E. (2006). *Cine chileno, producto de exportación*. Universidad Tecnológica Metropolitana.

ARFUCH, L. (2005). Problemáticas de la identidad. En Arfuch, L. (Ed.), *Identidades, sujetos y subjetividades*. Págs. 21-45. Prometeo.

BANCO MUNDIAL, Indicadores de Población Total. (2020) [Archivo de datos] Recuperado el 30 de mayo de 2021 de <https://datatopics.worldbank.org/world-development-indicators/themes/people.html>

BELL, P. (2016). *Cine chileno e identidad: La sociedad chilena representada a través del séptimo arte*. [Tesis para optar al Título de Socióloga, Universidad de Chile]. Repositorio académico de la Universidad de Chile. <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/145764>

BUROTTO, D. & MUÑOZ, E. (1998). *Filmografía del cine chileno 1910-1997*. Museo de Arte Contemporáneo.

CÁMARA DE EXHIBIDORES MULTISALAS DE CHILE A,G. (2010). *El Cine en Chile en el 2009*. <http://www.caem.cl/index.php/informes-anuales/item/8-informe-caem-2009>

CÁMARA DE EXHIBIDORES MULTISALAS DE CHILE A,G. (2011). *El Cine en Chile en el 2010*. <http://www.caem.cl/index.php/informes-anuales/item/7-informe-caem-2010>

CÁMARA DE EXHIBIDORES MULTISALAS DE CHILE A,G. (2012). *El Cine en Chile en el 2011*. <http://www.caem.cl/index.php/informes-anuales/item/6-informe-caem-2011>

CÁMARA DE EXHIBIDORES MULTISALAS DE CHILE A,G. (2019) *El Cine en Chile en el 2018*. <https://www.caem.cl/index.php/informes-anuales/item/28-el-cine-en-chile-en-el-2018>

CASTILLO, A. (2012). Ficción audiovisual en redes sociales en línea: prácticas para la construcción de identidad y relaciones en Facebook.

CASTILLO, A. (2015). La ficción audiovisual como experiencia dentro y fuera de la red: la conversación onlife. *Comunicación y Medios*, (32), Pág 23 - 42.

CAVALLO, A. et al. (1999). *Huérfanos y perdidos. El cine chileno de la transición 1990-1999*. Uqbar Editores.

CAVALLO, A. & MAZA, G. (Eds.) (2011). *El novísimo cine chileno*. Uqbar.

CHASKEL, P. (2007). Las nuevas tecnologías y el documental. *La Fuga*, número 4. <http://2016.lafuga.cl/las-nuevas-tecnologias-y-el-documental/346>

CONSEJO NACIONAL DE LAS CULTURAS Y LAS ARTES. (2003). *Apuntes acerca del audiovisual en Chile*. [http://www.oia-caci.org/fotos/downloads/2003-el-audiovisual-en-chile\\_150785478636c70753.pdf](http://www.oia-caci.org/fotos/downloads/2003-el-audiovisual-en-chile_150785478636c70753.pdf)

CONSEJO NACIONAL DE LAS CULTURAS Y LAS ARTES. (2009). *Encuesta Nacional de participación y consumo cultural*. <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2012/03/Segunda-Encuesta-Nacional-de-Participaci%C3%B3n-y-Consumo-Cultural.pdf>

CORPORACIÓN CULTURAL ARTE ALAMEDA. (2020). *Detalle de gastos: primer y segundo trimestre 2020*. <https://centroartealameda.cl/wp-content/uploads/2020/07/Punto-4-Detalle-de-Gastos.pdf>

CORPORACIÓN CULTURAL ARTE ALAMEDA. (2020). *Detalle de gastos: tercer trimestre 2020*. <https://centroartealameda.cl/wp-content/uploads/2020/11/PLANILLA-DE-GASTOS-tercer-trimestre-y-octubre-1.pdf>

DE LOS RÍOS, V. & CORRO PEMJEAN, P. (2016). Escritos sobre cine. *Aisthesis*, N° 60. Págs. 345-351. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-71812016000200028>

DONOSO, E. & MOUESCA, J. (2011). Historia del cine chileno. *Diccionario del Cine Iberoamericano*, tomo 2. Págs. 615-628.

ESTÉVEZ, A. (2005). *Luz, cámara, transición: el rollo del cine chileno de 1993 a 2003*. Radio Universidad de Chile.

FEDDERSEN, A. (2012). Nuevo Cine Chileno. Y ahora, ¿quién podrá difundirlo? *Revista La Panera*, N° 26:20.

FARÍAS, J. (2019). *CHILEANFILMS Catálogo digital del cine chileno* [Memoria para optar al título de periodista, Universidad de Chile]. Recuperado de:  
<https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/170292>

FESTIVAL DE CINE LO VALDÉS. (2020). Protocolo de asistencia al FICMLV12: Medidas de prevención de Covid-19. Recuperado el 25 de mayo de 2021 de:  
[http://www.festivaldecinevaldes.cl/protocolo\\_ficmlv2020.pdf](http://www.festivaldecinevaldes.cl/protocolo_ficmlv2020.pdf)

GARCÍA CANCLINI, N. (2007). *Lectores, espectadores, internautas*. Gedisa.

GONZÁLEZ, S. (2020). FICValdivia y su posición en el cine chileno contemporáneo. *Comunicación y Medios*, (42), 96-107.

Recuperado el 27 de mayo de 2021 de: <https://doi.org/10.5354/0719-1529.2020.57288>

GUTIÉRREZ, R. (2017). Los Festivales Audiovisuales en Chile en VI Panorama del Audiovisual Chileno, Pontificia Universidad Católica de Chile, (111-120). Recuperado de:  
<http://www.festivalesdecine.cl/wp-content/uploads/2020/06/Cap-7- -Festivales-audiovisuales-en-Chile- -VI-Panorama-Audiovisual.pdf>

HORKHEIMER, M. & Adorno, Th. (1979). La industria cultural: iluminismo como mistificación de las masas. En *Dialéctica de la ilustración, fragmentos filosóficos*. Págs. 165-213. Trotta.

HORTA, L. (2013). Archivos y recursos: los medios digitales en la preservación del patrimonio fílmico chileno. En *IX Bienal Iberoamericana de Comunicación: La imagen en las sociedades mediáticas latinoamericanas*. Actas del encuentro (796-803). Instituto de la Comunicación e Imagen.

HORTA, L., INOSTROZA, P., PRUZZO, C. y JARPA, G. (2013). *Manual de cineclubismo: red de cineclubes de Chile*. Recuperado el 5 de agosto de 2021 de:  
<https://doi.org/10.34720/agdc-fd59>

INOSTROZA, P. (2014). *El mito de la crisis de audiencias en el cine chileno: las disputas al interior de un campo en construcción*. [Memoria para optar al Título de Periodista, Universidad de Chile]. Repositorio académico de la Universidad de Chile.  
<http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/141284>

IZQUIERDO, J. (2007). *Distribución y exhibición cinematográficas en España. Un estudio de situación del negocio en la transición tecnológica digital*. [Tesis doctoral, Universitat Jaume I]. Repositorio TDX. <http://hdl.handle.net/10803/10466>

IZQUIERDO, J. (2009). El impacto de la tecnología en la exhibición cinematográfica: el lento camino a la sala digital. *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 64. Págs. 43-56.  
[http://www.revistalatinacs.org/09/art/04\\_803\\_08\\_cine/Jessica\\_Izquierdo\\_Castillo.htm](http://www.revistalatinacs.org/09/art/04_803_08_cine/Jessica_Izquierdo_Castillo.htm).  
Consultado el 19 de abril de 2020.

IZQUIERDO, J. (2010). La Distribución en el contexto cinematográfico: la consolidación de la hegemonía digital de Hollywood. *Área Abierta*, N° 27. Págs. 1-15.  
<https://revistas.ucm.es/index.php/ARAB/article/view/ARAB1010330002A>

IZQUIERDO, J. (2012a). Distribución online de contenidos audiovisuales: análisis de 3 modelos de negocio. *El profesional de la información*, v.21, n.4, pp. 385-390.

IZQUIERDO, J. (2012b). El cine internet: Un Nuevo aliado para el desarrollo de un modelo de negocio... ¿Diferente?. *L'atalante: Revista de Estudios Cinematográficos*, 15, 7-11.

IZQUIERDO, J. (2012c). *La digitalización del cine: hacia el desarrollo de un modelo de negocio en Internet*. Universidad Rovia i Virigili.

IZQUIERDO, J. (2015). El nuevo negocio mediático liderado por Netflix: estudio del modelo y proyección en el mercado español. *El profesional de la información*, v. 24, n. 6, 819-826.

IZQUIERDO, J. VILLALONGA, F. MEERS, P. (2017). Nuevas formas de consumo audiovisual en la era digital. *Trípodos*. N.40, pp.9-11.

LARRAÍN, C. (2010). Nuevas Tendencias del Cine Chileno tras la llegada del Cine Digital. *Aisthesis*, (47), 156-171. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-71812010000100011>

LAROUSSE. (2003). Diccionario de Arte II. Barcelona: Editorial: RBA.

LEÓN, R., MEZA, S. (2018). Brecha en el uso de Internet: una expresión de la exclusión social. Fundación País Digital. Santiago de Chile. Recuperado el 5 de octubre de 2021 de: <https://paisdigital.org/brecha-en-el-uso-de-internet-una-expresion-de-la-exclusion-social/>

LEÓN, R., MEZA, S. (2020). Brecha en el uso de Internet: Desigualdad digital al 2020. Fundación País Digital. Santiago de Chile. Recuperado el 5 de octubre de 2021 de: <https://paisdigital.org/brecha-en-el-uso-de-internet-2020/>

LÓPEZ, A. (2011). *Nuevo cine chileno 2005-2010*. [Tesis para la obtención del Grado de Magíster en Artes, Mención Teoría e Historia del Arte, Universidad de Chile]. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/113844>

MAZA, G. (2008). ¿Para qué sirven los festivales de cine?, *La Fuga*, 7. Recuperado el 25 de mayo de 2021: <http://2016.lafuga.cl/para-que-sirven-los-festivales-de-cine/304>

MEMORIA CHILENA. (Fecha no especificada). Filmando la memoria obstinada de Chile: Patricio Guzmán. Recuperado el 13 de enero de 2021 de: <http://www.memoriachilena.gob.cl/602/w3-article-96647.html>

MINCAP, ONDAMEDIA. (2017). Condiciones generales para exhibir una película de largometrajes en Ondamedia. Gobierno de Chile.

MINCAP, RUBRIK SUSTENTABILIDAD. (2020). *Análisis del Cine en Chile y sus Audiencias Año 2019*. Recuperado de: <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2020/09/analisis-del-cine-en-chile-y-sus-audiencias-2019.pdf>

MINCAP. (2021). *Solicitud de Acceso a la Información N° BC001T0001484*. Oficio N° 168. 24 de febrero de 2021.

MOLINA, E. (2013). *La transformación digital y su impacto en la industria cinematográfica: el caso de las producciones estereoscópicas*. Universitat Autònoma de Barcelona.

MONTERO, L. y VALDEBENITO, F. (2012). *La última década del cine chileno: Inevitablemente independiente* [Memoria para optar al Título de Periodista, Universidad de Chile]. Recuperado de: <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/134714>

MOUESCA, J. (1998). *Cine y memoria del siglo XX*. Santiago: Lom.

MOUESCA, J. (2001). *Érase una vez el cine*. Santiago: Lom.

MOUESCA, J & ORELLANA, C (2010). *Breve historia del cine chileno: Desde sus orígenes hasta nuestros días* Santiago: LOM Ediciones.

MOULIAN, T. (1997). *Chile actual: anatomía de un mito*. Santiago: Lom.

MUÑOZ, R. (2008). A propósito de la “industria cultural” en el cine, *la Fuga*, 7. <http://2016.lafuga.cl/a-proposito-de-la-industria-cultural-en-el-cine/306>

ORDOÑEZ, L. (2012). *Experiencias del Estado de Chile en distribución audiovisual*. Santiago. Reflexiones y Cine sin fronteras.

ORELL, M. (2006). *Las fuentes del Nuevo Cine Latinoamericano*. Valparaíso: Universitarias de Valparaíso.

OSSA, C. (1971). *Historia del cine chileno*. Editorial Quimantú, Santiago de Chile

PARADA, M. (2011). El estado de los estudios sobre cine en Chile: Una visión panorámica. 1960-2009. *Razón y Palabra*, (77). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1995/199520010095>

PEIRANO, M. P. (2018). Festivales de cine y procesos de internacionalización del cine chileno reciente. *Cuadernos.info*, (43), (57-69).

PEIRANO, M. P. & GONZÁLEZ, S. (2018). *Los Festivales de Cine en Chile (1967-2017)*, Informe Festivales de Cine en Chile: ventanas de exhibición y difusión del cine chileno.

PNUD. (2006). *Informe de Desarrollo Humano en Chile; Las nuevas tecnologías: ¿un salto al futuro?* Santiago: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

PÓO, X., SALINAS, C., & STANGE, H. (2012). *Políticas de la subjetividad en el “novísimo” cine chileno*. *Comunicación y Medios*, (26), Pág. 05.

RED DE UNIVERSIDADES DEL ESTADO DE CHILE. (2019). *Cineclubismo y educación*. Santiago: Dirección de Creación Artística VID, Universidad de Chile. Recuperado el 5 de agosto de 2021 de: <https://www.uestatales.cl/cue/?q=node/6738>

RIVERI, V. (2008). *Industria Cinematográfica en Chile, caracterización y perspectivas*. [Tesis para optar al título profesional de ingeniera comercial, mención Economía, Universidad de Chile].

SAAVEDRA, C. (2013). *Intimidades desencantadas. La poética cinematográfica del dos mil*. Santiago. Editorial Cuarto propio.

SABECKIS, C. (2019). El séptimo arte en la era de la revolución tecnológica. *Cuadernos Del Centro De Estudios De Diseño Y Comunicación*, (45), 53 a 64. Recuperado el 20 de agosto de 2021 de: <https://doi.org/10.18682/cdc.vi45.1827>

STANGE, H., SALINAS, C., SANTA CRUZ, E., & KUHLMANN, C. (2019). La historia en el cine de ficción chileno: estrategias de producción de un sentido común audiovisual. *Comunicación y Medios*, (39), 160-173.

TREJO, R. (2009). Cine, neoliberalismo y cultura. Crítica de la economía política del Cine Chileno Contemporáneo. Santiago. Editorial ARCIS. Pág. 96.

UNIDAS, N. (2010). Declaración Universal de la UNESCO sobre la diversidad cultural. *Revista PRAXIS*, (65-64), 279-284.

Recuperado de: <https://www.revistas.una.ac.cr/index.php/praxis/article/view/4080>

UNIVERSIDAD UNIACC. (2006). *El otro guión (en primera persona singular): el cine chileno de ficción según sus productores y directores*. Santiago: Lom.la Multisala. Filmonauta #01.

VERA-MEIGGS, D. (2013). *La verdad imaginaria. Los mitos van al cine*. Santiago: Editorial Universitaria.

VILLARROEL, M. (2005). *La voz de los cineastas: cine e identidad en el umbral del milenio*. Santiago: Cuarto Propio.

## Prensa y Foros

ALCORN, C. (17 de febrero de 2021). Netflix dice que necesita más programación latina luego de una auditoría interna de diversidad. *CNN en Español*. Recuperado el 28 de mayo de 2021 de: <https://cnnespanol.cnn.com/2021/02/27/netflix-necesita-programacion-latina-auditoria-interna-diversidad-trax/>

AZÓCAR, A. (11 de junio de 2009). Cinépatá: la apuesta gratuita de Fuguet. *Hijo del medio*. Recuperado el 20 de agosto de 2021 de: <http://hijodelmedio.blogspot.com/2009/06/mediapolis-26.html?m=1>

APABLAZA, M. (15 de marzo de 2021). Piola: Película de egresados de la U. de Chile se abre paso en Netflix. *Prensa U. de Chile*. Recuperado el 31 de mayo de 2021 de: <https://www.uchile.cl/noticias/173624/piola-pelicula-de-egresados-de-la-u-de-chile-se-abre-paso-en-netflix>

BBC NEWS MUNDO. (21 de abril de 2021). Por qué las acciones de Netflix se desplomaron en bolsa. Recuperado de: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-56834064>

BIOBIOCINE. (3 de junio de 2020). BioBioCine lanza programación online “Cine para resistir”. Recuperado el 25 de mayo de 2021 de: <http://biobiocine.com/biobiocine-lanza-programacion-online-cine-para-resistir/>

BIOBIOCINE. (7 de junio de 2021). Festival BioBioCine celebrará su 9º edición online con historias para un nuevo mundo. Recuperado el 25 de mayo de 2021 de : <https://festivalbiobiocine.cl/festival-biobiocine-celebrara-su-9o-edicion-online-con-historias-para-un-nuevo-mundo/>

BLANCO, F. (4 de junio de 2020). Caminos posibles para el cine chileno en pandemia. *CineUC*. Recuperado el 13 de enero de 2021 de: <https://www.instagram.com/p/CBCFfuHJQ7U/>

BOETTI, E. (12 de octubre de 2018). Entrevista al director Sebastián Lelio, ganador del Oscar por “Una mujer fantástica”: “El cine existe en la tensión entre lo posible y lo soñado”. *Otros Cines*. Recuperado el 12 de agosto de 2021 de: <https://www.otroscines.com/nota?idnota=13888>

BOGOLASKY, G. (4 de diciembre de 2020). Entrevista a la directora de “Lina de Lima” María Paz González: “Para mí el corazón de la película está en ese lugar que es el mundo interior del personaje”. *Culturizarte*. Recuperado el 13 de enero de 2021 de: <https://culturizarte.cl/entrevista-a-la-directora-de-lina-de-lima-maria-paz-gonzalez-para-mi-el-corazon-de-la-pelicula-esta-en-ese-lugar-que-es-el-mundo-interior-del-personaje/>

CINE RECOBRADO. (septiembre de 2020). Festival de Cine Recobrado recorre cerros de Valparaíso con proyecciones en 35 milímetros. Recuperado el 12 de junio de 2021 de: <https://www.cinerecobrado.cl/page.html>

CNN CHILE. (2 de marzo de 2017). Constanza Arena: “Hay un fenómeno con nuestro cine afuera que ya no es una sorpresa”. Recuperado el 12 de agosto de 2021 de: [https://www.cnnchile.com/lodijeronencnn/constanza-arena-hay-un-fenomeno-con-nuestro-cine-afuera-que-ya-no-es-una-sorpresa\\_20170302/](https://www.cnnchile.com/lodijeronencnn/constanza-arena-hay-un-fenomeno-con-nuestro-cine-afuera-que-ya-no-es-una-sorpresa_20170302/)

CNN CHILE. (19 de agosto de 2019). Estas son las comunas que tienen más y menos acceso a Internet fijo en la Región Metropolitana. Recuperado el 22 de octubre de 2021 de:

[https://www.cnnchile.com/tecnologias/estas-son-las-comunas-que-tienen-mas-y-menos-acceso-a-internet-fijo-en-la-region-metropolitana\\_20190819/](https://www.cnnchile.com/tecnologias/estas-son-las-comunas-que-tienen-mas-y-menos-acceso-a-internet-fijo-en-la-region-metropolitana_20190819/)

CNN CHILE. (15 de septiembre de 2020). El éxito de “Tengo Miedo Torero” revela las nuevas posibilidades del cine local. Recuperado el 8 de junio de 2021 de:

[https://www.cnnchile.com/cultura/tengo-miedo-torero-exito-local-cine-chileno\\_20200915/](https://www.cnnchile.com/cultura/tengo-miedo-torero-exito-local-cine-chileno_20200915/)

CONTRERAS, E. (22 de diciembre de 2020). Amazon Prime veta película chilena "El Príncipe" en Reino Unido por "contenido ofensivo". *BioBioChile*. Recuperado el 20 de marzo de 2021 de:

<https://www.biobiochile.cl/noticias/artes-y-cultura/actualidad-cultural/2020/12/22/amazon-prime-veta-pelicula-chilena-el-principe-en-el-reino-unido-por-contenido-ofensivo.shtml>

CONTRERAS, E. (31 de julio de 2020). Centro Arte Alameda lanza streaming, pero no a lo Netflix: "El catálogo fue elegido con pinzas". *BioBioChile*. Recuperado el 20 del marzo de 2021 de:

<https://www.biobiochile.cl/noticias/artes-y-cultura/actualidad-cultural/2020/07/31/cine-arte-alameda-estrena-inedita-plataforma-streaming-tendra-contenidos-gratuitos-pago.shtml>

COOPERATIVA. (28 de diciembre de 2019). Centro Arte Alameda descarta "totalmente" incendio por bomba molotov y apunta a lacrimógena. Recuperado el 20 de marzo de 2021 de:

<https://www.cooperativa.cl/noticias/pais/policial/incendios/centro-arte-alameda-descarta-totalmente-incendio-por-bomba-molotov-y/2019-12-28/135549.html>

COOPERATIVA. (2 de agosto de 2020). Organizaciones abandonan mesa de trabajo con el Ministerio de Cultura por ausencia y desconexión de ministra Valdés. Recuperado el 6 de febrero de 2021: <https://www.cooperativa.cl/noticias/cultura/arte/organizaciones-abandonan-mesa-de-trabajo-con-el-ministerio-de-cultura/2020-08-02/120814.html>

CULTURIZARTE. (12 de abril de 2021). “La mirada incendiada” alcanza el éxito absoluto en su primer fin de semana de exhibición por streaming. Recuperado el 1 de julio de 2021 de:

<https://culturizarte.cl/la-mirada-incendiada-alcanza-el-exito-absoluto-en-su-primer-fin-de-semana-de-exhibicion-por-streaming/>

DE HARO, J.L. (21 de abril de 2020). El beneficio neto de Netflix creció un 106% en el primer trimestre hasta los 709 millones de dólares. *El Economista*. Recuperado el 28 de mayo de 2021: <https://www.economista.es/resultados/noticias/10496156/04/20/El-beneficio-neto-de-Netflix-crece-un-106-en-el-primer-trimestre-hasta-los-709-millones-de-dolares.html>

DIARIO UCHILE. (19 de marzo de 2020). Red de Salas de Cine suspende 2 mil 619 funciones y calcula déficit de más de \$105 millones. <https://radio.uchile.cl/2020/03/19/red-de-salas-de-cine-suspende-2-mil-619-funciones-y-calcula-deficit-de-mas-de-105-millones/>

MALVERDE, D. (3 de abril de 2019). Informe revela que 632 localidades del país no tienen acceso a internet. *Cooperativa*. Recuperado el 22 de octubre de 2021 de: <https://www.cooperativa.cl/noticias/pais/regiones/informe-revela-que-632-localidades-del-pais-no-tienen-acceso-a-internet/2019-04-03/160517.html>

EL MOSTRADOR. (20 de marzo de 2020). Ministerio de las Culturas libera acceso a películas chilenas de Ondamedia.cl. Recuperado el 13 de enero de 2021 de: <https://www.elmostrador.cl/cultura/2020/03/20/ministerio-de-las-culturas-libera-acceso-a-peliculas-chilenas-de-ondamedia-cl/>

EL MOSTRADOR. (29 de julio de 2020). Centro Arte Alameda lanza plataforma SVOD con una programación dinámica y estrenos semanales para todo Chile. Recuperado el 20 de marzo de 2021 de: <https://www.elmostrador.cl/cultura/2020/07/29/centro-arte-alameda-lanza-plataforma-svod-con-una-programacion-dinamica-y-estrenos-semanales-para-todo-chile/>

ESPINOZA, D. (25 de junio de 2021). Cineclub Sala Sazie dedica foro a James Dean con invitada del público). Recuperado el 22 de septiembre de 2021 de: <https://uchile.cl/u177362>

FESTIVAL CINELEBU. (22 de febrero 2021). Festival Internacional de Cine de Lebu se reinventa en formato digital. Recuperado el 25 de mayo de 2021 de: <https://cinelebu.cl/v3/noticias/festival-internacional-de-cine-de-lebu-se-reinventa-en-formato-digital/>

FICVALDIVIA. (5 de mayo de 2020). Conversatorio: “Cinefilia en tiempos de crisis”. Recuperado el 17 de agosto de 2021 de: <https://ficvaldivia.cl/kawin-en-linea-cinefilia-en-tiempos-de-crisis-con-roger-koza-diego-mondaca-y-dominga-sotomayor/>

GARRIDO, M. (18 de agosto 2020). Tengo Miedo Torero agota entradas de su primera preventa en media hora. *La Tercera*. Recuperado el 5 de junio de 2021 de: <https://www.latercera.com/culto/2020/08/18/tengo-miedo-torero-agota-entradas-de-su-primera-preventa-en-media-hora/>

GONZÁLEZ, R. (15 de septiembre de 2020). Tengo Miedo Torero logra 170 mil espectadores en dos días de exhibición. *La Tercera*. Recuperado el 5 de junio de 2021 de: <https://www.latercera.com/culto/2020/09/15/tengo-miedo-torero-logra-170-mil-espectadores-en-dos-dias-de-exhibicion/>

GONZÁLEZ, R. (1 de marzo 2021). Carlo Chatrian, director del Festival de Cine de Berlín: “El cine siempre es un espejo del mundo y tiene un valor político”. *La Tercera*. Recuperado el 31 de mayo de 2021 de: <https://www.latercera.com/culto/2021/03/01/carlo-chatrian-director-del-festival-de-cine-de-berlin-el-cine-siempre-es-un-espejo-del-mundo-y-tiene-un-valor-politico/>

GONZÁLEZ, R. (23 de abril de 2020). Ondamedia, el explosivo éxito online del cine chileno. Enero 13, 2021. *La Tercera*. Recuperado el 13 de enero de 2021 de: <https://www.latercera.com/culto/2020/04/24/ondamedia-el-explosivo-exito-online-del-cine-chileno/>

IBACACHE, J. (27 de enero de 2021). El dilema de las plataformas digitales: Amenazas y oportunidades. *CCDocumental*. Recuperado el 8 de junio de 2021: <https://www.facebook.com/watch/live/?v=208585184302953&>

LEHUEDÉ, S. (11 de junio de 2011). Cinépata 2.0. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/paula/cinepata-20/>

MORALES, M. (3 de noviembre de 2013). Adiós al 35 mm: el cine se vuelve digital. *La Tercera*. Recuperado el 20 de agosto de 2021 de: <https://www.latercera.com/noticia/adios-al-35-mm-el-cine-se-vuelve-digital/>

MASTERS, K. (14 de septiembre de 2016). The Netflix Backlash: Why Hollywood Fears a Content Monopoly. *The Hollywood Reporter*. Recuperado el 28 de mayo de 2021 de: <https://www.hollywoodreporter.com/tv/tv-features/netflix-backlash-why-hollywood-fears-928428/>

MATUS, J. (24 de enero de 2020). Centro Arte Alameda se querrela por incendio: Sospecha que siniestro fue por bombas lacrimógenas. *La Tercera*. Recuperado el 20 de marzo de 2021 de: <https://www.latercera.com/la-tercera-pm/noticia/centro-arte-alameda-se-querrela-por-incendio-insiste-que-siniestro-fue-por-bombas-lacrimogenas/985598/>

MEZZERA, P. (29 de marzo 2021). Sanfic Industria cierra con nota y anuncia los ganadores del Series Lab. *Todo TV News*. Recuperado el 12 de junio de 2021 de: <https://todotvnews.com/sanfic-industria-cierra-con-nota-y-anuncia-los-ganadores-del-series-lab/>

MINCAP. (22 de junio de 2017). Nueva Red de Salas de Cine de Chile reúne a 10 salas en siete regiones del país. <https://www.cultura.gob.cl/actualidad/nueva-red-de-salas-de-cine-de-chile-reune-a-10-salas-en-siete-regiones-del-pais/>

MINCAP. (11 de agosto de 2020). Ondamedia.cl lanza ciclo de estrenos chilenos durante el segundo semestre. Recuperado el 22 de junio de 2021 de: <https://www.cultura.gob.cl/agendacultural/ondamedia-cl-lanza-ciclo-de-estrenos-chilenos-durante-el-segundo-semestre/>

MINSAL. (14 de marzo de 2020). COVID- 19 Ministerio de Salud confirma que Chile pasó a fase 3. <https://www.minsal.cl/covid-19-ministerio-de-salud-confirma-que-chile-paso-a-fase-3/>

MINSAL. (20 de marzo de 2020). Gobierno anunció cierre de cines, restaurantes y actividades deportivas. <https://www.minsal.cl/gobierno-anuncio-cierre-de-cines-restaurantes-y-actividades-deportivas>

MINSAL. (21 de marzo de 2020). Ministerio de Salud confirma primera muerte por COVID-19 en el país. <https://www.minsal.cl/ministerio-de-salud-confirma-primera-muerte-por-covid-19-en-el-pais/>

MITCHELL, W. (25 de septiembre de 2020). Netflix's Francisco Ramos: Spanish-language content has to keep its 'specificity'. *Screendaily*. Recuperado el 31 de mayo de 2021 de: <https://www.screendaily.com/news/netflixs-francisco-ramos-spanish-language-content-has-to-keep-its-specificity/5153547.article>

OVEJEROS NOTICIAS. (2020). Cine Pavilion anunció el cierre de la sucursal de Punta Arenas tras 10 años de funcionamiento. <https://www.ovejeronoticias.cl/2020/11/cine-pavilion-anuncio-el-cierre-de-la-sucursal-de-punta-arenas-tras-10-anos-de-funcionamiento/>

PARRA, J. (15 de mayo de 2020). Pensar el futuro de la industria con Cristian Ramírez. *El Agente Cine*. <https://www.instagram.com/tv/CAOzCPipGuO/>

RADIO UCHILE. (26 de junio de 2013). Fidocs online y el sitio web Cinepata exhiben documentales gratuitos. Recuperado el 20 de agosto de 2021 de: <https://radio.uchile.cl/2013/06/26/fidocs-online-y-el-sitio-web-cinepata-exhiben-documentales-gratuitos/>

RADIO UCHILE. (19 de marzo de 2020). Red de Salas de Cine suspende 2 mil 619 funciones y calcula déficit de más de \$105 millones. <https://radio.uchile.cl/2020/03/19/red-de-salas-de-cine-suspende-2-mil-619-funciones-y-calcula-deficit-de-mas-de-105-millones/>

REGION VISUAL. (2021). *FICVIÑA 2021 | Lanzamiento del Festival Internacional de Cine de Viña del Mar*. <https://www.youtube.com/watch?v=Ny-rny2BfA8>

ROJAS, L. y UGARELLI, J.C. (26 de julio de 2020). [Netflix] Conversamos con Gaspar Antillo, director de "Nadie sabe que estoy aquí". *Cinencuentro*. Recuperado el 26 de mayo de

2021 de: <https://www.cinencuentro.com/2020/07/26/netflix-entrevista-gaspar-antillo-nadie-sabe-que-estoy-aqui/>

RUBIO, B. (16 de abril de 2021). Netflix pondrá oficinas en Colombia; promete producciones locales. *Independent en Español*. Recuperado el 31 de mayo de 2021: <https://www.independentespanol.com/noticias/america-latina/netflix-abrira-oficinas-colombia-anuncia-b1832900.html>

SALDAÑO, F. (26 de noviembre de 2020). Este año vamos igual y lo haremos en digital. *Felina*. Recuperado el 25 de mayo de 2021 de: <https://www.felina.cl/este-ano-vamos-igual-y-lo-haremos-en-digital/>

SUCASAS, A. (18 de mayo de 2018). Reed Hastings: “Netflix no busca hacer imperialismo cultural, pero tampoco es antimperialista”. *El País*. Recuperado el 31 de mayo de 2021 de: [https://elpais.com/retina/2018/05/18/tendencias/1526636094\\_158836.html](https://elpais.com/retina/2018/05/18/tendencias/1526636094_158836.html)

TONES, J. (21 de abril de 2021). El aumento de suscriptores de Netflix se frena después de las espectaculares cifras de 2020 (y la pandemia vuelve a tener la culpa). *Xataka*. Recuperado el 28 de mayo de 2021 de: <https://www.xataka.com/cine-y-tv/aumento-suscriptores-netflix-se-frena-despues-espectaculares-cifras-2020-pandemia-vuelve-a-tener-culpa>

TORRES, L. (20 de enero 2020). Distribución independiente en Colombia y Chile. *CCDocumental*. Recuperado el 6 de febrero de 2021 de: <https://www.facebook.com/watch/live/?v=248649103416480>

VALDIVIA, G. (19 de marzo 2020). No más cines: cierran todas las salas del país y sector prevé una temporada crítica. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/culto/2020/03/19/cine-cierres-coronavirus/>

VALENZUELA, M. (22 de mayo de 2020). Salas, plataformas y audiencias en tiempos de Coronavirus. *El Agente Cine*. Recuperado el 21 de marzo de 2021 de: <https://www.instagram.com/tv/CAg0w9dJwAs/>

VILLOUTA, J.L. (29 de agosto de 2016). Maite Alberdi analiza la industria del cine chileno.

Vía X. Recuperado el 28 de mayo de 2021 de:

[https://www.youtube.com/watch?v=uGOR\\_keCjSQ](https://www.youtube.com/watch?v=uGOR_keCjSQ)

VIOLANTE, M. (abril de 2019). Cómo venderle una idea a Netflix: la guía completa para aliarte con el gigante del streaming. *Revista Entrepreneur*. Recuperado el 26 de mayo de 2021

de: <https://www.entrepreneur.com/video/331341>