



UNIVERSIDAD  
DE CHILE

UNIVERSIDAD DE CHILE  
FACULTAD DE ARTES  
ESCUELA DE POSTGRADO

**ANÁLISIS DE LA PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL EN CHILE FRENTE  
A LA INVERSIÓN DE LAS PLATAFORMAS INTERNACIONALES DE  
*STREAMING***

TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE MAGÍSTER EN GESTIÓN CULTURAL

Rebeca Gutiérrez Campos

**Profesora guía**

María Paz Peirano

Santiago de Chile

## INDICE

1.	RESUMEN EJECUTIVO .....	3
2.	INTRODUCCIÓN.....	4
2.1	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	7
2.2	FUNDAMENTACIÓN .....	12
2.3	PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	13
2.4	HIPÓTESIS .....	13
2.5	OBJETIVOS.....	13
3.	ANTECEDENTES .....	14
3.1	PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL CHILENA.....	14
3.1.1	Inicios de la producción audiovisual chilena (1900 a 1973).....	14
3.1.2	Producción audiovisual en dictadura (1973 a 1989) .....	17
3.1.3	Transición a la democracia y la reactivación del debate (1990 a 1999).....	21
3.1.4	Profesionalización a comienzos de un nuevo siglo (2000 a 2009).....	24
3.1.5	Internacionalización del audiovisual chileno (2010 a 2019).....	28
4.	MARCO TEÓRICO.....	35
4.1.	Producción audiovisual y plataformas de <i>streaming</i> .....	35
4.2.	Cultura económica: Industrias creativas y gestión de financiamiento.....	39
4.3.	Políticas culturales: Legislación cultural y políticas públicas.....	43
5.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	46
5.1	Autoetnografía .....	46
5.2	Revisión bibliográfica .....	47
5.3	Entrevistas semiestructuradas .....	47
6.	RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	50
6.1	La entrada del <i>streaming</i> como inversionista para la producción local.....	50
6.2	Originales <i>Made in Chile</i> : La apuesta del <i>streaming</i> por el mercado local	53
6.3	Espejismo desvanecido: Debut y despedida de la burbuja por pandemia ...	59
6.4	Navegando el 2023: Reformulación estratégica de la industria en crisis.....	66
6.5	Desafíos para la gestión cultural audiovisual en Chile .....	79
6.5.1	Sostenibilidad económica.....	79
6.5.2	Regulación y políticas culturales .....	84
6.5.3	Participación equitativa.....	86
6.5.4	Preservación de la identidad cultural.....	86
7.	CONCLUSIONES.....	89
8.	BIBLIOGRAFÍA.....	93
9.	ANEXOS .....	100

## 1. RESUMEN EJECUTIVO

Esta tesis se centra en el desarrollo de la producción audiovisual de ficción en Chile durante los últimos cinco años, buscando comprender la relación de las empresas productoras nacionales con la inversión financiera de las plataformas de *streaming*, así como los desafíos que enfrenta la gestión cultural para el sostenimiento económico de la industria audiovisual local.

Para llevar a cabo esta investigación, se empleó una metodología mixta que incluyó autoetnografía, revisión bibliográfica y entrevistas semiestructuradas.

Los resultados revelan diversas alternativas disponibles en cuanto a la sostenibilidad económica. Se destacan las iniciativas surgidas recientemente tanto desde el sector privado como en colaboración con el Estado, como alternativas a los subsidios tradicionales. Además, se subraya la necesidad de un diálogo constante entre el Estado y la sociedad civil para avanzar en regulaciones y políticas culturales del sector. Se proponen conceptos clave, como estabilidad y crecimiento, priorización estratégica y preservación de la reputación, identificados como demandas fundamentales por parte de estos agentes.

Como desafíos para la gestión cultural en la industria audiovisual, destacan alternativas surgidas del sector privado para la sostenibilidad económica, resaltando la necesidad de un diálogo continuo entre el Estado y la sociedad civil, para avanzar en regulaciones y políticas culturales, enfatizando la equidad en la participación y la preservación de la identidad cultural mediante una colaboración más estrecha en el ámbito audiovisual.

**Palabras clave:** Producción audiovisual chilena, plataformas de *streaming*, digitalización, industrias creativas, gestión cultural audiovisual.

## 2. INTRODUCCIÓN

Esta investigación se adentra en el análisis de la producción audiovisual en Chile durante los últimos cinco años, un periodo crucial caracterizado por la entrada de la inversión financiera de las plataformas de *streaming* y el desafiante contexto de crisis económica y social. El principal objetivo es comprender el estado actual de la industria local y mediante los resultados obtenidos, enfrentar el desafío de fortalecer la articulación público-privada, que desde el campo de la gestión cultural pueda traducirse en contribuciones prácticas para el mejoramiento de políticas y programas estatales, como también participar del diseño iniciativas privadas que dinamicen la industria audiovisual.

Este análisis emerge de la trayectoria profesional de la autora como productora independiente de cine de ficción desde 2011, rol desde el cual ha estado involucrada en la búsqueda de financiación para proyectos de cine en el marco de coproducciones nacionales e internacionales. En 2015, fue una de las fundadoras y la primera presidenta de la Asociación Gremial de Productores Independientes de Chile (API) durante sus dos primeros periodos, le proporcionó un mayor acercamiento al diálogo con el Estado y otros representantes del sector, para el diseño y mejora de las políticas públicas. En ese contexto, una de las necesidades detectadas para el cine nacional era la escasez de espacios para la distribución comercial de películas independiente en salas, lo que la llevó, junto a un grupo de productores de API a formar la empresa DCI. En este emprendimiento se desempeñó como programadora de cine chileno para salas comerciales y alternativas, pero frente a los desafíos de sostener una iniciativa de esas características comerciales en un mercado donde las obras nacionales cuentan con una limitada presencia en la pantalla grande, se vieron forzados a finalizar sus actividades a comienzos de la pandemia. Desde 2021 a 2023, fue parte de la directiva de la Academia de Cine de Chile, lo que implicó participar activamente en la creación de iniciativas estratégicas para esta nueva organización del cine nacional. Ya a comienzos de 2022, comenzó a trabajar para la empresa Fábula, donde se vio inmersa en la producción de contenido seriado para plataformas de *streaming* como Netflix, Amazon Prime Video y Disney+, experiencia le ha proporcionado una capa adicional a su comprensión y conocimiento sobre las dinámicas actuales de la producción de series diseñadas para sistemas Over-The-Top (OTT) internacionales en Chile, desde dónde fue configurándose la inquietud que da paso a la elaboración de esta investigación.

La evaluación inicial se orientó hacia las dinámicas vinculadas a la integración de servicios de *streaming* en la estructura financiera de la producción audiovisual, con especial énfasis en

el formato de series, que se destacaron como los más solicitados durante la pandemia. Se planteó el desafío de entender el impacto potencial de la incursión de estos nuevos actores provenientes de la industria del entretenimiento estadounidense en la producción local.

Para abordar los temas explorados, fue necesario establecer definiciones que sentaran las bases para el análisis propuesto. Se examinaron conceptos clave vinculados a las plataformas de *streaming* y la producción audiovisual, considerando un contexto de creciente digitalización. A partir de estas definiciones, esta tesis desarrolla dos ámbitos temáticos interconectados desde el campo de la gestión cultural.

En primer lugar, se examina la interrelación entre la producción audiovisual y la cultura económica, especialmente en el contexto latinoamericano y chileno. Este análisis implica la evaluación de la dinámica financiera de estas producciones y su contribución a nivel económico, así como su impacto en las industrias creativas y la gestión específica del financiamiento dirigido al ámbito audiovisual.

En segundo lugar, se aborda el panorama de la legislación cultural y las políticas públicas en Chile, considerando los marcos legales y programas específicos que ejercen influencia directa en la industria audiovisual. Este enfoque se entrelaza con la gestión cultural, explorando la interacción entre diferentes sectores y el potencial de estas políticas para fomentar la colaboración interdisciplinaria, generando oportunidades destinadas al crecimiento sostenible de la industria audiovisual chilena.

Para llevar a cabo la investigación, se propuso un marco metodológico mixto que combinó varias aproximaciones. Se inició con la autoetnografía como enfoque preliminar, aprovechando la trayectoria y experiencia de la investigadora en el campo de estudio. Se complementó con la revisión bibliográfica centrada en la industria audiovisual nacional en un contexto global. Y se amplió mediante entrevistas en profundidad a empresas productoras chilenas que han colaborado con plataformas de *streaming*, una ejecutiva de Netflix, representantes estatales y figuras de la inversión privada y la academia, levantamiento que agregó una dimensión práctica y actualizada al estudio, complementando la información teórica con datos concretos extraídos de la experiencia de los participantes en esta industria. Este enfoque permitió la comprensión multidimensional y holística de la interacción entre los diversos elementos que constituyen el campo audiovisual en Chile, permitiendo una visión integral para el análisis de los fenómenos abordados en este estudio.

Los resultados de la investigación revelaron una evolución en tres etapas distintas. Inicialmente, entre 2019 y 2020, se observó cómo las alianzas entre empresas locales y plataformas de *streaming* responden al interés de los productores por obtener financiamiento directo, aprovechando el auge global del VOD y buscando expandir la difusión digital de sus creaciones. Este período destacó tensiones preexistentes con los canales locales y se fundamentó en el prestigio de las producciones chilenas en mercados internacionales, así como en las relaciones previas entre ejecutivos y productores locales.

Durante el segundo intervalo, aproximadamente entre 2021 y 2022, la producción chilena se caracterizó por el surgimiento de una burbuja especulativa, impulsada por el notable aumento en el consumo de contenido en línea debido al confinamiento global provocado por el Covid-19. El hallazgo en esta parte del estudio consistió en identificar que la explosión de dicha burbuja fue parte de una reestructuración de la economía a nivel mundial y no se debió a un bajo rendimiento de las empresas chilenas que colaboraron con estas plataformas.

La tercera etapa, en 2023, enfocó la sostenibilidad de la inversión privada de las plataformas, donde Netflix se mantuvo como líder en inversión directa. Se destaca la necesidad percibida por las empresas locales de incentivos financieros por parte del Estado para atraer capitales extranjeros. A pesar de la inversión existente, la implementación de incentivos podría potenciar la producción audiovisual, principalmente en rodajes mediante servicios de producción para empresas extranjeras, generando desafíos en términos de especialización profesional y fortalecimiento de la infraestructura local.

Finalmente, este análisis de la producción audiovisual en Chile frente a la inversión de plataformas de *streaming* revela un periodo marcado por hitos que en la actualidad muestran al campo audiovisual nacional en una nueva fase de reajustes e incertidumbre. Los hallazgos identifican desafíos como la diversificación de fuentes financieras, la regulación y políticas culturales, la participación equitativa y la preservación de la identidad cultural, que abordados desde la gestión cultural de manera práctica, pueden contribuir al fortalecimiento de la articulación público-privada para la toma de decisiones respecto al mejoramiento de políticas y programas estatales así como el diseño de iniciativas privadas para promover la sostenibilidad económica de la industria audiovisual chilena.

## 2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El campo audiovisual en Chile ha encarado persistentemente retos en su desarrollo y crecimiento productivo, vinculados a las limitaciones derivadas del tamaño de su mercado local. Esta situación ha generado cuestionamientos sobre la consideración del sector como una industria consolidada, sustentados en la dificultad de cumplir con estándares convencionales como una organización estructurada, producción a gran escala, conexiones comerciales sólidas y un impacto económico y laboral significativo a nivel nacional.

Aunque las primeras películas chilenas surgieron de inversiones privadas y extranjeras, la consolidación de una industria cinematográfica nacional a principios del siglo XX se definió mayormente por la intervención estatal, que desde modelos políticos nacionalistas modernizadores concebían el cine como un componente clave para el progreso económico. Esto se evidenció especialmente en la fundación de los estudios Chilefilms en 1942, una productora estatal que funcionó como epicentro audiovisual bajo distintos gobiernos del país, buscando impulsar el crecimiento de esta industria desde esa posición central.

A partir del golpe militar de 1973, se observó un cambio significativo en el panorama de la producción audiovisual, debido a la censura del régimen dictatorial al sector cultural y la adopción del modelo económico neoliberal a partir de los años 1980, el cual se caracterizó por la privatización de la mayoría de las empresas anteriormente administradas por el Estado. La industria cinematográfica se vio considerablemente afectada en los años 70 con el exilio de sus principales cineastas y el cierre de centros universitarios de formación. Además, la intervención militar en Chilefilms y los canales de televisión pública, forzó a muchos profesionales del ámbito audiovisual a ampliar su campo laboral hacia la producción publicitaria, dado el contexto de incertidumbre y restricciones. Esta inesperada transición provocó un notable aumento en la producción publicitaria en Chile en los 80, alcanzando cifras récord incluso a nivel mundial, lo que permitió a estos cineastas adaptados al ámbito empresarial acumular recursos financieros y adquirir equipamiento tecnológico para reanudar la producción cinematográfica. Paralelamente, se establecieron nuevas asociaciones gremiales tras un decreto ley, lo que marcó el inicio de una rearticulación de la sociedad civil en el campo audiovisual, justo antes de la caída del régimen de Pinochet tras el plebiscito de 1988. Además, en el contexto de la privatización educativa, surgieron institutos de formación técnica que comenzaron a ofrecer programas destinados a formar a una nueva generación de profesionales, quienes posteriormente ejercerían en un entorno democrático.

En 1990, Chile inició su transición política hacia un sistema democrático, al mismo tiempo que el modelo neoliberal se consolidaba como paradigma económico y social. A pesar de esto, desde los grupos gremiales y sindicales del ámbito audiovisual se exigía al Estado una asignación específica de fondos para la producción cinematográfica. En el ámbito televisivo, se introdujeron cambios significativos mediante una modificación legislativa que permitió la participación de nuevos actores, como los canales privados y la televisión de pago. En este contexto, comenzaron a implementarse sistemas de financiación subsidiaria para la industria audiovisual, tanto en el ámbito cinematográfico como en el televisivo, modelo que se vio reforzado por la promulgación de la Ley de Fomento Audiovisual en 2004.

A partir de los años 2000, la industria audiovisual comenzó a experimentar cambios principalmente a causa de la digitalización, observados primero en los procesos tecnológicos de producción y progresivamente en la etapa de distribución y explotación de las obras. La televisión en señal abierta vivió un auge al proporcionar recursos económicos a productoras independientes que comenzaron a proveer contenido de ficción a sus parrillas programáticas. Sin embargo, a finales de la década del 2010, la televisión enfrentó una crisis sostenida a lo largo de la siguiente década, resultado de la disminución en la inversión publicitaria que la financiaba y la pérdida de audiencia, exacerbada por la diversificación de los proveedores de servicios, incluyendo las plataformas de *streaming*.

En contraste, el estímulo al sector cinematográfico coordinado con diversas instituciones públicas, demostró la profesionalización de sus participantes. Esto se reflejó en el incremento de estrenos y la internacionalización de su trabajo a través de coproducciones, participación en instancias de mercado y festivales, proceso que tuvo su apogeo con los triunfos en los premios Oscar en 2016 y 2018, destacando el reconocimiento global alcanzado por el cine chileno.

En línea con esta perspectiva, Getino argumenta la necesidad de considerar la producción audiovisual como una actividad económica. Dentro del contexto latinoamericano, las cinematografías de estos países oscilan entre un optimismo relativo y una constante incertidumbre. Se destaca que, en general, ninguno de los países de América Latina y el Caribe posee la capacidad de mantener una producción estable y sostenida basada únicamente en sus propios mercados, salvo contadas excepciones que aún requieren del respaldo estatal. El autor atribuye las limitaciones del cine latinoamericano al fracaso de modelos de desarrollo predominantes en la región, agravados por la inestabilidad económica y política recurrente en el continente. Esto repercute de manera desfavorable en un sector ya



obligado a competir en desventaja con las grandes corporaciones internacionales. En este escenario, Getino subraya que el avance de la producción audiovisual en América Latina depende de su capacidad para recuperar integralmente las oportunidades del medio y adaptarse a las transformaciones en las dinámicas de la televisión y las nuevas tecnologías audiovisuales (Getino, 1988a).

En sintonía con los planteamientos del autor mencionado, esta tesis se enfoca en el período comprendido entre 2019 y 2023 en la industria audiovisual chilena, un periodo que se destacó por su carácter transformador. En el año 2019, el país experimentó un estallido social que generó un profundo debate sobre la configuración de la sociedad chilena tras tres décadas desde el fin de la dictadura. A esto se sumó, en marzo de 2020, la irrupción de la pandemia de Covid-19, interrumpiendo el proceso de plebiscito constitucional y profundizando la crisis ya existente, que se había agravado con el toque de queda instaurado desde octubre anterior. Las restricciones sanitarias impuestas a nivel mundial durante el confinamiento incrementaron notablemente el consumo de películas y series en VOD, generando un fenómeno de aumento exponencial en las plataformas de *streaming*. Esta situación contrastó con las limitaciones de la industria para producir nuevos contenidos de ficción debido precisamente a las restricciones de movilidad impuestas por la pandemia. En este sentido, OBITEL sugiere que, tras la paralización sufrida en 2020, el sector comenzó a transitar hacia una normalidad incipiente en 2021, aunque posiblemente no sea una vuelta a la normalidad conocida previamente. Esta evolución refleja una adaptación profunda de la industria, mostrando su capacidad de ajustarse a las cambiantes circunstancias y marcando un nuevo camino en su desarrollo.

En ese contexto, la producción chilena dirigida o compartida en servicios de *streaming* representa un espacio propicio para la renovación de modelos, narrativas y temáticas. Aunque su volumen aún es reducido en comparación con otros países, ha experimentado un crecimiento sostenido mediante producciones de alta calidad, sugiriendo que este será el foco central de la transformación en el sector. A pesar de que las plataformas habían ingresado previamente a Chile, principalmente enfocadas en la adquisición de licencias, desde 2019 se observa un impulso hacia la inversión económica para producciones “originales”, especialmente series de ficción. Este cambio estuvo influenciado por la pandemia, momento en el que los *streamers* aprovecharon el aumento global en el consumo para atraer y retener suscriptores mediante la creación de este contenido propio, guiados por las tendencias identificadas por sus algoritmos. Esto marcó la llegada de un nuevo actor al mercado chileno, con sus propios métodos de financiamiento y, en consecuencia, una nueva perspectiva en la

concepción de la producción audiovisual, tradicionalmente ligada a la televisión, junto con la exploración de temáticas dirigidas a audiencias no sólo globales, sino al menos transnacionales (Julio et al., 2022). En consonancia con estas características, el director chileno Nicolás Acuña destaca el término "glocal", señalando que "puedes contar la historia de tu pueblo y, si lo haces bien, eso puede ser interesante para personas de cualquier parte del mundo" (Acuña en Gerlach & Sánchez, 2021).

A pesar de estas consideraciones, OBITEL señala que la presencia de series de ficción chilena hechas específicamente para plataformas de *streaming* es limitada y muestra pocas perspectivas de crecimiento. Si bien existen profesionales chilenos en esta área, la mayor parte de sus producciones no se lleva a cabo en Chile, sino en países como México, debido a la mayor viabilidad que ofrecen las plataformas en términos de presupuesto. Por lo tanto, la particular inversión a la producción chilena está relacionado, por un lado, con la intención de atraer suscriptores locales y, por otro, con el hecho de que Chile, pese a ser un mercado pequeño, presenta una alta penetración en el consumo de VOD. Sin embargo, existen otros obstáculos locales, entre ellos la regulación del CNTV, que estipula que toda obra financiada por este ente debe ser transmitida en un canal de televisión abierta antes de ser difundida en otras ventanas, como ocurre con las licencias para *streaming*, que cuentan con varias fuentes financieras, entre ellas los subsidios estatales. Además, estos fondos del Estado representan sólo una fracción minoritaria en los costos totales de producción de una serie de alto nivel, lo que reduce su atractivo para las plataformas. Esta situación cobra relevancia en un contexto marcado por la digitalización, donde tanto el sistema de producción como los encargados de estructurar y desarrollar proyectos de ficción televisiva han tenido que adaptarse a una era donde el *streaming* y las plataformas marcan el rumbo futuro. Por consiguiente, la producción de ficción televisiva en Chile ha evolucionado desde depender principalmente de los canales y el modelo tradicional a ser dominada por productoras independientes que han enriquecido la oferta y promovido la competencia. Aunque existen matices, todas las productoras en Chile se consideran independientes en cierta medida (Julio et al., 2023).

Por otra parte, a pesar de su impacto dinamizador en el mercado, las plataformas de *streaming* que han ingresado con fuerza en el país en los últimos años, enfrentan un panorama complejo en 2023 a nivel mundial. Este escenario se ve influido por la crisis económica global, que ha resultado en una disminución significativa de suscriptores e ingresos una vez superada la pandemia. Este declive coincide con la reanudación de actividades previamente suspendidas durante los períodos de cuarentena, presentándose

ahora como competidoras directas de los contenidos audiovisuales, los cuales eran la principal opción de entretenimiento durante los confinamientos.

Además, el contexto chileno presenta sus propias complejidades. Por un lado, la industria nacional ha debido adaptarse a los diversos escenarios que han marcado tanto su historia reciente como el desarrollo del área a lo largo de los años. Estos cambios han impulsado significativamente el crecimiento y la profesionalización de la industria en el país (Julio et al., 2023), lo que representa un punto fuerte para las producciones que pueden financiarse mediante aportes privados de las plataformas de *streaming*, las cuales buscan la creación de contenido original.

Asimismo, existen limitaciones que afectan el desarrollo local debido al tamaño reducido del mercado chileno. La escasez de financiamiento público para potenciar estas producciones es considerada un factor limitante. Los aportes públicos de financiamiento provienen principalmente del Ministerio de las Culturas, Artes y Patrimonio (MINCAP), la Corporación de Fomento a la Producción (CORFO) y el Consejo Nacional de Televisión (CNTV), mientras la opción de obtener recursos privados solo cuenta con el incentivo de la ley de Donaciones Culturales, que pesar de sus recientes reformas, aún presenta restricciones para el audiovisual. En comparación con países vecinos que están atrayendo inversiones extranjeras a través de incentivos fiscales, en Chile no se han implementado estrategias similares, salvo algunas iniciativas de corta duración. Adicionalmente, han surgido emprendimientos para fondos de inversión o programas de financiamiento mixto como alternativas a los concursos públicos.

Considerando todo lo expuesto, se evidencia que las fuentes de financiamiento público continúan siendo limitadas frente a la creciente demanda de producción existente. Además, el estímulo desde el Estado para fomentar una mayor inversión privada aún requiere de instrumentos más robustos, aspecto se vuelve crucial en el contexto actual, donde ha ingresado al mercado un nuevo actor que ofrece una forma distinta de inversión para la realización de proyectos en el país. Por lo tanto, tras la observación de este panorama es que surge la pregunta para esta tesis acerca de cómo ha sido el desarrollo de la producción audiovisual en Chile, durante los últimos cinco años, frente a la entrada de la inversión de las plataformas de *streaming* internacionales y que desafíos surgen para la gestión cultural en relación con la sostenibilidad económica de la industria local.

## 2.2 FUNDAMENTACIÓN

Desde el 2019 a la actualidad, se han suscitado una serie de eventos que han transformado significativamente el panorama de la industria audiovisual en Chile. Tanto el estallido social como la pandemia han generado un clima de inestabilidad e incertidumbre para la producción audiovisual, en contraste con el fenómeno de los *streamers* como nuevos protagonistas en el mercado local. Aunque algunas plataformas ya habían incursionado mediante la oferta de servicios VOD, es precisamente en este período cuando comienzan a desarrollar series y películas originales en colaboración con empresas chilenas. Esto implica una inversión de capital privado en la producción local, marcando un hito donde las corporaciones multinacionales destinan recursos financieros que se suman al financiamiento disponible en la industria chilena. Este aporte económico es crucial, dado que la oferta proveniente de fondos estatales venía siendo insuficiente para el total de competidores y los costos de las producciones, y porque además, no existe una legislación que incentive de manera efectiva la atracción de inversiones extranjeras para impulsar la dinámica productiva audiovisual en Chile.

Este período emerge como un escenario novedoso, desafiante para realizar un diagnóstico particular sobre la reciente reconfiguración de la producción audiovisual nacional, en virtud de lo cual la presente tesis se propone contribuir a la comprensión de las características fundamentales que definen la producción audiovisual de "*Originals made in Chile*", así como sus desafíos históricos y, principalmente, las oportunidades que se presentan para la sostenibilidad económica de la industria audiovisual. Esta investigación busca examinar el desarrollo del campo audiovisual tras el impacto que ha significado la entrada de la inversión privada de las plataformas, mediante la recopilación de las diversas perspectivas proveídas por los diferentes actores involucrados en el escenario nacional. Por una parte, debido a la determinante influencia observada en la participación activa de los empresarios de la producción que lo componen, pues basados en sus experiencias profesionales, han sido un agente que demanda cambios y promueve iniciativas para su desarrollo. Además, es crucial considerar la participación del Estado en esta dinámica, pues dentro de un contexto chileno inmerso en las lógicas económicas y sociales del neoliberalismo, actúa como articulador con el sector privado a través de políticas públicas que enmarcan el ejercicio de estas actividades artísticas y productivas. Asimismo adquiere una relevancia indiscutible desde la perspectiva de la gestión cultural para la bajada práctica de los hallazgos del estudio en contribuciones al trabajo de mejoramiento de políticas y programas del Estado así como el diseño de iniciativas privadas que dinamicen la industria audiovisual.

## **2.3 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN**

¿Cómo se ha desarrollado la producción audiovisual en Chile, durante los últimos cinco años, a partir de la inversión financiera de las plataformas de *streaming* internacionales?

## **2.4 HIPÓTESIS**

La entrada de inversión privada de las plataformas internacionales de *streaming* ha transformado la producción audiovisual en Chile en los últimos cinco años, pese a la desestabilización del modelo tras la pandemia del Covid19 y la actual crisis económica global. De esta manera, esta reconfiguración representa para la gestión cultural en el país el desafío de fortalecer la colaboración público-privada con el propósito de impulsar mejoras en la sostenibilidad económica de la industria audiovisual chilena.

## **2.5 OBJETIVOS**

### **2.5.1 Objetivo general**

Analizar la producción audiovisual en Chile, en los últimos cinco años, frente a la inversión de las plataformas de *streaming* y los desafíos desde la gestión cultural para su sostenibilidad.

### **2.5.2 Objetivos específicos**

1. Describir la toma de decisiones de las empresas productoras locales que trabajan con plataformas de *streaming* internacionales.
2. Caracterizar el impacto de la llegada de las plataformas de *streaming* internacionales para el medio audiovisual chileno.
3. Proyectar la articulación intersectorial público-privada para la sostenibilidad de la inversión privada de las plataformas de *streaming* en Chile.

### 3. ANTECEDENTES

#### 3.1 PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL CHILENA

Explorar los orígenes y la evolución de la producción audiovisual en Chile es adentrarse en un panorama donde convergen la creatividad, las políticas gubernamentales y el tejido empresarial. Vemos cómo la llegada del cine a territorio nacional a inicios del siglo XX comenzó influenciada por producciones extranjeras y limitada infraestructura local, y tras años de diversos avances tecnológicos que han generado nuevos medios de producción y reproducción, nos encontramos en un presente marcado fuertemente por la globalización cultural y la expansión de las plataformas digitales.

Esta revisión histórica revela la compleja interacción entre el Estado, los productores privados y el devenir de la industria. En particular, se observa cómo la llegada del financiamiento de las plataformas de *streaming* a un contexto históricamente limitado en cuanto a aportes privados emergió hace cinco años en Chile como una promesa que podría reconfigurar esta dinámica.

Este capítulo ilustra la evolución en la producción audiovisual chilena, anclada en una nueva era de apoyos financieros mixtos y en un contexto de oportunidades de rediseño de políticas públicas respecto a la entrada de inversionistas extranjeros.

##### 3.1.1 Inicios de la producción audiovisual chilena (1900 a 1973)

A comienzos del siglo XX, el cine chileno dio sus primeros pasos aspirando a que la ciudad de Antofagasta fuera el Hollywood de Sudamérica. La productividad alcanzó un alto nivel en la década de 1920, principalmente gracias a emprendimientos privados y extranjeros, pero el tratar de establecer la actividad industrial del cine sin apoyo estatal, y con ellos la ausencia de una política específica, terminó en una pérdida total de las películas de esa época. Fue con la entrada del cine sonoro, que en 1942 el Estado estableció su primera medida concreta de apoyo a la producción audiovisual, fundando los Estudios Chilefilms (Bettati, 2012), durante el gobierno radical de Pedro Aguirre Cerda. Este primer apoyo estatal para el cine nacional, que también aspiró a construir nuestro propio *star system*, fue parte de un proyecto político y económico de tipo nacionalista modernizador. La inversión en Chilefilms estaba focalizada en fortalecer las condiciones de un modelo de producción cinematográfica y no necesariamente en la construcción de una imagen nacional en sus contenidos (Peirano et al.,

2015). Como empresa estatal nace al amparo de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO) y se dedicaba a la producción, distribución y exhibición de películas nacionales (Harvey, 2005), y como señala Peirano, surge de la CORFO en concordancia a la industrialización como corriente predominante en el país. Para ese entonces, el cine era considerado una industria asociada al progreso económico.

Sin embargo, en 1950 Chilefilms finalizó su producción, quedando sus estudios destinados solo para arriendo. Mouesca señala que las razones para ser declarada en quiebra fueron su inadecuada administración de la empresa, la sobreinversión en infraestructura, la carencia de técnicos especializados y por sobre todo, la ausencia de planes de desarrollo económicamente sustentables (Mouesca en Del Valle, 2014).

Peirano y Gobantes (2015) plantean que este fracaso de proyecto industrial dio paso a otras maneras y comprensiones del cine nacional. Parte de la reestructuración de la industria implicó la formalización de distintas organizaciones gremiales, como el Sindicato de Operadores de Cine y la Asociación de la Producción Cinematográfica de Chile. Esta última fue la primera agrupación de la industria que intentó congregar a todos los gremios de la producción y que para 1953 derivó en DIPROCINE (Asociación de Directores y Productores de Cine), con el fin de promover “todas las iniciativas y acciones posibles para el establecimiento, desarrollo y protección de una industria cinematográfica adecuada a las exigencias culturales y a la conveniencia económica del país”<sup>1</sup> (Vega, 1979, p. 39). La consolidación de DIPROCINE en este momento evidenció una renovada intención por parte de los agremiados por conseguir apoyo estatal, siendo una de sus principales metas lograr que se despachara la ley de protección al cine chileno (Cortínez & Engelbert, 2014).

Por lo tanto, mientras los privados comenzaban a agruparse para trabajar colectivamente en el mejoramiento del sector, la ausencia de financiamiento estatal directo a la cinematografía en este periodo pareció provocar que el volumen en la producción de largometrajes de ficción disminuyera<sup>2</sup>. Sin embargo, esto no fue sinónimo de que se dejara de hacer cine; el documental fue en aumento, especialmente en formato cortometraje a partir de 1955, cuando se fundara el Instituto Fílmico de la Universidad Católica y en 1957 el Centro de Cine Experimental de la Universidad de Chile, junto con la realización independiente de este tipo de obras por parte de privados. Además, entre 1968 y 1971 se formaron la Escuela de Cine

---

<sup>1</sup> Publicación oficial de DIPROCINE 1955, en “Revisión del cine chileno” de Alicia Vega (1979).

<sup>2</sup> Del Valle señala que de acuerdo a diversos estudios, no existe un acuerdo sobre el número de largometrajes producidos, porque el recuento, tanto de ficción como documental se dificulta frente al extravío de gran parte de ellos.

de Valparaíso, el Departamento de Cine de la Universidad de Técnica del Estado, el Departamento de Cine de la Central Única de Trabajadores (CUT) y se creó la Escuela de Artes de la Comunicación (EAC), de la que pasó a depender el Instituto Fílmico de la Universidad Católica (Del Valle, 2014). La creación de estos espacios académicos denota una preocupación por atender uno de los diagnósticos tras la crisis de Chilefilms porque, si bien la productora estatal había formado a destacados cineastas, estas nuevas escuelas formalizaron los estudios bajo el alero de instituciones educacionales junto con fomentar la producción misma desde dichos centros. Además, las universidades tuvieron un rol central para el comienzo del desarrollo audiovisual desde una nueva vereda. En 1959 se realizó la primera transmisión televisiva a través del Canal 13, de la Universidad Católica de Chile, para luego sumarse la Universidad Católica de Valparaíso y la Universidad de Chile. Una década después comenzaría a funcionar el Canal 7, correspondiente a Televisión Nacional de Chile (TVN).

Otra señal de las medidas tomadas por privados en este periodo para volver a impulsar la producción con ayuda del Estado, es cuando en 1967, los productores Hernán Correa y Patricio Kaulen gestionaron el establecimiento de la primera ley de cine 16.617, que permitía la devolución de impuestos por cortes de boletos de películas coproducidas en Chile y tres franquicias tributarias para adquisición de insumos, maquinaria y ejercicio de la producción . Se logró además establecer el Consejo de Fomento de la Industria Cinematográfica, que funcionaba como asesor del gobierno nacional en materias relacionadas con la producción, distribución y exhibición cinematográfica. Su funcionamiento se cimentaba en la idea de que la industria cinematográfica requería del apoyo e impulso de las autoridades para competir en mejores condiciones en el mercado internacional (Harvey, 2005).

En este contexto, para la llegada del gobierno de la Unidad Popular (UP), el Estado proporcionaba un beneficio al desarrollo del cine principalmente en términos tributarios, pero seguía sin contar con una estructura institucional propia para gestionar políticas públicas que velaran por su desarrollo industrial a mediano y largo plazo. La medida que se llevó a cabo ante la demanda de los privados fue convertir a Chilefilms en una suerte de Instituto Cinematográfico, pese al fracaso del gobierno demócratacristiano anterior, de crear precisamente esta figura para la Industria Cinematográfica y un Fondo de Fomento para la Cinematografía, algo que durante Frei Montalva no se concretó por falta de apoyo de todo el espectro político frente a la suspicacia de que un Instituto de estas características terminara al servicio del partido en el poder. Esta decisión en el gobierno de Allende se mostró como una entidad ausente de una política cinematográfica, y frente a la falta de unificación de planes



específicos existieron múltiples objetivos, que si bien permitió la pluralidad en cuanto a discursos y sensibilidades estéticas, su estructura se caracterizó por su precariedad económica e institucional que imposibilitaba el desarrollo de la industria cinematográfica. Para ese entonces, la producción de ficción se trató mayormente de producciones independientes, en ocasiones con apoyo extranjero de televisoras europeas, y en otras, del Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC), que colaboró intensivamente con la producción chilena tras la firma de un convenio de colaboración con Chilefilms en 1971. Respecto a parte de las decisiones concretas de Chilefilms, destacó que su mayor inversión financiera fuera en dos grandes producciones de corte histórico sobre Balmaceda y Manuel Rodríguez (Del Valle, 2014).

Mientras el área del cine buscaba maneras de articularse y no retroceder, en paralelo para la naciente televisión pública, Rolle (2007) destaca cómo los parlamentarios en 1970 promulgaron en menos de un mes la Ley 17.377 para ratificar a TVN como canal nacional, autorizar a los canales dependientes de las universidades a continuar sus transmisiones, bajo la condición de convertirse en corporaciones de derecho público, y crear el Consejo Nacional de Televisión (CNTV). Con estas medidas, el autor describe lo dinámico que fue el avance en este sector del audiovisual. En pocos meses cada canal adoptó sus propias estrategias, identificando al Canal 13 con mayores audiencias y de postura en oposición al gobierno de la Unidad Popular, a diferencia de TVN, que se alineó al proyecto político de Allende. Por su parte, la Universidad de Chile se focalizó en transmitir programas culturales latinoamericanos, además de independizarse de la universidad misma.

Sin embargo, todo este dinamismo se vio interrumpido por el golpe militar de 1973. Chilefilms fue allanado el mismo 11 de septiembre, los canales de televisión fueron intervenidos y las escuelas de cine cerradas en meses o años posteriores, ya instalada la dictadura.

### **3.1.2 Producción audiovisual en dictadura (1973 a 1989)**

La dictadura en Chile transcurrió entre 1973 y 1989, y el desarrollo audiovisual se vio interrumpido drásticamente respecto a cómo venía evolucionando orgánicamente desde sus orígenes en democracia. Del Valle (2014) relata que los principales cineastas chilenos<sup>3</sup> tuvieron que exiliarse por su vinculación al gobierno de la UP y en consecuencia esto significó la detención de casi toda la producción cinematográfica en el país hasta fines de los años

---

<sup>3</sup> Patricio Guzmán, Raúl Ruiz, Miguel Littin, Sergio Castilla, Héctor Soto, Pedro Chaskel, entre otros.

1970. Frente a esto, Hurtado (1985) destaca que en el exilio fue cuando los realizadores chilenos produjeron el mayor número de películas hasta ese periodo<sup>4</sup>. Además, este asentamiento en otros países permitió que dichos actores se vincularan a otras fuentes de financiamiento y diversos recursos del oficio, que se tradujeron en aumento de nuevas capacidades para continuar en ejercicio.

Sin embargo, en Chile la producción cinematográfica independiente en esos primeros años se redujo también porque el Régimen Militar derogó la ley de 1967 que permitía la devolución del impuesto por corte de entrada. Entonces, en palabras de Hurtado (1985), el cine pasó a existir mediante la televisión, porque el Estado, a través de ese medio de comunicación de masas, administró los medios de producción y limitó el acceso de los mismos a los cineastas que no trabajaban para el sistema imperante.

Según Lillo y Zúñiga (2023) la producción en este periodo se reformuló con un propósito explícito de ser propaganda nacionalista, alineada a la narrativa de justificación del golpe de Estado y enaltecimiento al Régimen. Los autores destacan, a partir de 1975 a Álvaro Puga Cappa, uno de sus ideadores dentro de la oficina de Asuntos Públicos, al director de fotografía Andrés Martorell y a Jorge Morgado Jorquera, “el primer cineasta de la dictadura”. Este último fue un prolífico camarógrafo y director, que participó de la creación del Departamento de Cine y Televisión asociado a la Dirección de Informaciones del Gobierno que luego fue la División de Comunicación Social (DINACOS) del Ministerio Secretaría General de Gobierno (SEGEOB). Respecto a Chilefilms, la Junta Militar se encargó de desmantelarla y parte del personal que se mantuvo y técnicos novatos quedaron subordinados a Morgado, para “rodar la filmografía del régimen” (Gamo en Lillo & Zúñiga, 2023). Este modelo para Lillo y Zúñiga tuvo su apogeo hasta 1983 con la realización del cortometraje documental “Chile: obra de todos”, exhibido por TVN para la conmemoración de la primera década tras el Golpe. La principal razón detectada es que la televisión, y ya no el cine, era el medio de masas donde el régimen volcó su apuesta propagandística.

Por lo mismo, la televisión pública estuvo manejada por el gobierno militar durante todos esos años. Respecto a las características del periodo, Rolle (2007) señala que los noticiarios progresivamente fueron perdiendo influencia mientras la programación buscaba apuntar a la entretención masiva, asociada a la música, deportes y contenido envasado proveniente de Estados Unidos, salvo excepciones como el programa de educación a distancia Teleduc desde 1977. Precisamente en los noticiarios de los canales de televisión fue donde más

---

<sup>4</sup> Hurtado menciona 176 películas en 10 años.

estuvo presente la censura y tras una serie de jornadas de protestas contra el gobierno en 1984 hace su debut *Teleanálisis*, originado de la revista *Análisis*, cercana al cardenal Raúl Silva Henríquez y a la labor de la Vicaría de la Solidaridad, como medio de difusión audiovisual clandestino que fue distribuido en formato U-Matic hasta 1988 (Ahumada & Guerra, 2017) y que se destaca, para estos efectos de este estudio, por su condición de producción independiente.

En esta coyuntura, la inversión de capital para la producción de una película fue un factor privativo para los independientes y además de afectar el volumen de la producción de este tipo, restringió las posibilidades de fuentes laborales para quienes permanecieron en el país. Hurtado (1985) señala que producto de ello, muchos derivaron a la producción de publicidad, actividad que se fortaleció dentro del nuevo modelo económico de libre mercado. Para 1980, la inversión publicitaria en Chile creció por sobre los niveles mundiales<sup>5</sup>, debido a la centralidad que cobró la televisión. Sin embargo, Hurtado resalta el fenómeno de que nuestra relativa precariedad técnica, sumada a la competencia de los costos internacionales y el prejuicio de ese tiempo de que lo extranjero era mejor que lo nacional, provocó que gran parte de la producción se realizara en países vecinos con industrias más consolidadas, como Brasil y Argentina.

Para los años 1980, esta evolución de la alianza cine-publicidad desde el sector privado dio frutos, que Hurtado identifica como señales de rearticulación cultural y empresarial. Por una parte, los realizadores independientes lograron capitalizar lo generado desde la publicidad, lo que les permitió la adquisición de equipos propios de cine y video, y sumado al crecimiento de su capacidad financiera les abrió la posibilidad, a estos cineastas devenidos en empresarios, de invertir en proyectos creativos cinematográficos de distinta duración. A esto la autora suma que la nueva oferta del campo laboral requería también de nuevos conocimientos especializados ante la renovación tecnológica. Entonces, siendo este también un contexto de privatización de la educación en Chile, surgieron nuevos institutos con estudios técnicos en comunicación audiovisual, como el IACC (Instituto de Arte y Comunicación)<sup>6</sup> en 1981.

---

<sup>5</sup> Informe *World Advertising Expenditures*. *Starch-inra Hooper-IAA*, en “La industria cinematográfica en Chile: Límites y posibilidades de su democratización” 1986.

<sup>6</sup> El Centro de Formación Técnica IACC pasó a ser el Instituto Profesional IACC en 1987 y la Universidad de Artes, Ciencias y Comunicación, UNIACC en 1989.  
<https://www.uniacc.cl/universidad/historia/>

En esta misma línea, a pesar de seguir en dictadura, el fortalecimiento de las redes de trabajo entre profesionales del audiovisual dio paso a la reactivación de los movimientos sociales, como estaba ocurriendo en distintos ámbitos del país. Esta revitalización, descrita por Hurtado, se advierte en el surgimiento de nuevas organizaciones gremiales a comienzos de la década de los 80, tras la publicación del Decreto Ley 2.757 de 1979, que volvió a permitir la constitución y funcionamiento de estas asociaciones. En este contexto, surge la Asociación de Productores de Cine y Televisión (APCT) y posteriormente la Asociación de Productores de Cine Publicitario (APCP) y la Asociación de Profesionales y Técnicos Audiovisuales (APTA), que confluían en demandas relacionadas al cumplimiento de la Ley de Televisión de 1970, asegurar la exhibición de producciones chilenas en dicha pantalla, rechazar la censura por razones ideológicas y encaminar el diálogo para gestar una nueva ley de fomento para el cine.

Hacia finales de los años 80 se privatiza Chilefilms, cuyos bienes consistían en infraestructura, servicios técnicos para producción y post producción cinematográfica hasta salas de cine y teatro (Harvey, 2005). Esto se configura como un hito ilustrativo porque ocurre en 1988, mismo año del plebiscito donde democráticamente los ciudadanos chilenos votan por el fin de la dictadura de Pinochet. Chilefilms, el proyecto ideado como productora estatal en 1942 dentro de un plan de intervención del Estado en la economía fue sepultado con la implementación del modelo neoliberal de los Chicago Boys y la instauración de una constitución política afín al Régimen que trascendió a los siguientes periodos de transición a la democracia.

En 1989, a pocos meses de finalizar su mandato, el Régimen Militar actualizó la ley de televisión a través de la nueva 18.838. Un aspecto relevante de la reforma, respecto a su ámbito de competencia fiscalizador fue la inclusión de la televisión de pago, “que ofrecía servicios limitados de televisión, por cable o satelital, había comenzado a operar en el país a mediados de los años 80, por lo que se incluyó en el ámbito de competencia” (CNTV, 2019, p. 21). Además se agregaron normas relacionadas al comienzo de las concesiones para la televisión privada. Esta ley no mencionaba diferencias entre “los canales universitarios y el canal estatal; y las nuevas empresas privadas de televisión que comenzarían a operar en un breve periodo de tiempo luego de la entrada en vigor de la ley citada” (CNTV, 2019, p. 24). Para finalizar la revisión de este periodo, respecto a Chile en un contexto regional, ese mismo año se firma en Caracas el Acuerdo Latinoamericano de Coproducción, al amparo de la Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica (CAACI), que tenía como objetivo promover el desarrollo del sector audiovisual de Iberoamérica e impulsar

el intercambio cinematográfico a través del fortalecimiento de la identidad cultural (CAACI, 2008). La participación de Chile dentro de este nuevo marco legal será una de las principales iniciativas para la reactivación de su producción cinematográfica, de la mano de países vecinos que también vivieron el fin de las dictaduras en América Latina.

### **3.1.3 Transición a la democracia y la reactivación del debate (1990 a 1999)**

Tras 17 años de dictadura, la sociedad chilena comenzó a recuperar su libertad política y la democracia; para la ciudadanía en general el comienzo de la década de 1990 implicó la restitución de su libertad de expresión, asociación y participación en elecciones libres, y para sector cultural en particular, la rearticulación del diálogo entre civiles y el Estado para la toma de decisiones que permitiera su ejercicio libre de intervención militar y censura. Las expectativas sobre la reactivación del apoyo a la producción cinematográfica provenían por parte de los realizadores que volvían del exilio y que hasta entonces habían contado con fuentes externas de financiamiento, y también por las demandas de la nueva generación de directores (Cavallo et al., 1999) formados la década pasada, principalmente a través del ejercicio de la publicidad en Chile.

En consecuencia, durante los primeros meses del gobierno del presidente Patricio Aylwin se creó un programa de “créditos blandos” a través de la CORFO. Administrado por el Banco Estado, permitió financiar proyectos amparados bajo el nombre de Cine Chile, organización formada por los mismos cineastas beneficiados y también favorecer la finalización y estreno de películas previamente en los últimos años de la dictadura. No obstante, la debilitada infraestructura sectorial generó las circunstancias para que este impulso fracasara prontamente<sup>7</sup> (Cavallo et al., 1999).

Más significativamente desde la institucionalidad audiovisual destacó la reestructuración del Ministerio de Educación Pública en 1990, que permitió que progresivamente surgieran una serie de iniciativas de apoyo para el desarrollo cinematográfico, como la División de Extensión Cultural o División de Cultura, que contaba con un área de cine y artes visuales, y el Fondo de Desarrollo de las Artes (FONDART) desde 1992, cuya unidad en artes audiovisuales financiaba creación, producción, difusión o formación. Asimismo, a partir de 1999 la CORFO puso a disposición otro fondo concursable para la etapa de desarrollo de proyectos audiovisuales (Harvey, 2005), propiciado por la petición de la APCT al presidente Eduardo

---

<sup>7</sup> En 1993 solo se estrenó Johnny Cien Pesos, que además fue la película con mayor taquilla de la década.

Frei Ruiz-Tagle de elaborar un proyecto para el Fomento de la Industria Audiovisual en 1994 (Estévez, 2005). Adicionalmente, desde el sector privado en esos años existió el fondo de la Fundación Andes, que financiaba el desarrollo de guiones (Cavallo et al., 1999) y la promulgación de la ley 18.985 de Donaciones Culturales en 1990 conocida como Ley Valdés, mecanismo para la recaudación de aportes de empresas y personas naturales para proyectos de esta categoría.

La televisión, por su parte, experimentó una novedad al licitar señales a entidades privadas, como consecuencia de la reciente modificación en su legislación. El debut lo encabezó el canal 9 llamado Megavisión S.A, que comenzó sus transmisiones en octubre de 1990 a cargo del Grupo Claro. En ese entonces, su propietario, Ricardo Claro declaraba su aspiración a ser un canal de masas, basando su programación principalmente en series y telenovelas mexicanas y reservar la producción local a los noticiarios y programas de entretenimiento (Délano, 1990). Luego, en marzo de 1991 a través del canal 4, la privatizada Chilefilms lanzaba la Red Chilena de Televisión, conocida como La Red, que se destacó “por incorporar espacios de servicio público de manera estable en su programación” (Asociados Anatel, s. f.). Por último, la Compañía Chilena de Comunicaciones<sup>8</sup> se aventuró en agosto de 1995 con el inicio de transmisiones del canal 2 Rock & Pop. Diseñado como un proyecto multiplataforma junto a la radioemisora y revista homónimas, se distinguió por ser la primera propuesta nacional con audiencia segmentada en la televisión de libre recepción y con rostros donde la mayoría eran sub 30. Sin embargo, debido a su administración, el proyecto televisivo cerró abruptamente en diciembre de 1999 (Correa & Pentz, 2018).

Para las señales universitarias y del Estado, el nuevo panorama planteó el desafío de adaptarse para poder competir con la nueva oferta programática del sector privado, dentro de un reciente marco económico neoliberal y frente a la llegada del *people meter*<sup>9</sup>. Respecto a las dependientes de los centros de educación superior, la situación más ejemplificadora de esta crisis fue la del canal 11 de la Universidad de Chile, que sin poder recuperarse de su situación económica, mediante la sociedad anónima Red de Televisión Universidad de Chile (RTU) vendió el 49% de sus acciones al grupo empresarial venezolano Gustavo Cisneros en 1993, dando inicio a Chilevisión (Liencura & Thiers, 2012). En cambio el Canal 13,

---

<sup>8</sup> La Compañía Chilena de Comunicaciones es un conglomerado radial fundado en 1939, siendo la radio Cooperativa la con mayor trayectoria. Según la ARCHI, hasta 2010 este conglomerado concentraba el 55% de las estaciones a nivel nacional.

<sup>9</sup> *People meter* (del inglés “medidor de audiencia”) fue traído a Chile por la empresa Time Ibope. Se trata de un dispositivo que se conecta a algunos televisores para medir el comportamiento de la audiencia y así generar datos estadísticos.

dependiente de la Universidad Católica de Chile, que había conseguido una alta tasa de popularidad en la década de los 80, pudo continuar vigente tras adecuar su programación en base a lo que indicaba este nuevo sistema de medición de audiencia. Por otro lado, TVN adoptó medidas de ahorro, recortando costos y personal, mientras enfocaba sus esfuerzos en mejorar la calidad de sus programas noticiosos y ofrecer oportunidades de colaboración a productoras externas e independientes (Godoy, 2007) . Además, las nuevas modificaciones a la ley lo convirtieron en un canal del Estado chileno ahora normado por un directorio plural, que representaría a distintos sectores políticos, junto con tener que comenzar a financiarse íntegramente mediante publicidad.

Complementariamente, en 1992 fue creado el Fondo CNTV para “promover, financiar o subsidiar la producción, transmisión o difusión de programas de alto nivel cultural o de interés nacional o regional, local o comunitario” (Ministerio del Interior, 1989). Dicho instrumento favoreció la realización de películas a través de su línea de telefilmes, factor emparentado con la inversión que desde 1997 también realizó TVN para este tipo de obras y que dio como resultado que el número total de producciones se sumó al promedio de los 3,8 estrenos fílmicos tradicionales considerados para la década, esto sin considerar otros formatos como medimetrajes, cortometrajes y animaciones. Otra particularidad es que si bien las películas chilenas contaban con una baja asistencia de público en salas, los canales de televisión para la segunda mitad de la década dieron espacio en su parrilla para estos estrenos, generando incluso disputas por ciertas adquisiciones de títulos entre el canal público y Canal 13<sup>10</sup> (Cavallo et al., 1999).

Tanto en un contexto global como por la contingencia chilena, este periodo fue un momento de apertura y diversificación respecto a las ventanas de exhibición audiovisual. Además de la pluralización de los actores en espacios preexistentes ya mencionados, para el cine se presentó mediante la entrada de multisalas de cadenas internacionales, (Larraín Pulido, 2010) y para la televisión la aparición del cable, que cuadruplicó su penetración en 1994 (Godoy, 2007), y luego de la televisión satelital en 1997, que una década después representaba casi el 35% de los hogares (Acuña, 2007). Estos recientes fenómenos permitieron ir ampliando la oferta de contenidos a través de pantallas modernas albergadas en centros comerciales con mayor calidad técnica y en las pantallas domésticas abastecidos ahora con catálogos de programación segmentada, a través de distintos canales

---

<sup>10</sup> Según Cavallo et al, dos de los casos más emblemáticos de estos “arrebatos” de estrenos por parte de Canal 13 a TVN fueron “Gringuito” y “El entusiasmo” en 1998.

especializados, lo que en consecuencia fue facilitando el consumo individual mediante la elección de las visualizaciones por parte de cada usuario.

Durante todos estos movimientos de reactivación, los realizadores locales continuaron generando instancias para su fortalecimiento. En 1993 surge la Asociación Gremial de Cortometrajistas de Chile (ACORCH) y en 1994 el Sindicato Nacional Interempresa de Profesionales y Técnicos del Cine y Audiovisual (SINTECI), quienes sumadas a las agrupaciones ya existentes conformaron en 1997 la Plataforma Audiovisual, para trabajar junto al Estado en el diseño de leyes específicas. Como señala Larraín Pulido (2010), si bien existía el FONDART y otros apoyos de fomento, se presentó la necesidad de entender mejor las características de arte y de industria del audiovisual, reconocer actores diferenciados a lo largo de su cadena de valor y la implicancia de costos elevados y procesos más complejos respecto a otras disciplinas. Además, en relación a los espacios de formación superior, en 1993 se oficializó la escuela de cine de la Universidad Arcis y en 1995<sup>11</sup> surgió la Escuela de Cine de Chile, sumando en total para finales de la década siete instituciones en total.

Esos últimos años predecesores al comienzo de un nuevo milenio demostraron que pese a la recuperación de las ayudas estatales, la ampliación de las condiciones de producción y circulación, e incursiones en reconocidos certámenes internacionales<sup>12</sup>, la industria cinematográfica mostraba un crecimiento de la inversión atado a una institucionalidad que aún carecía de nombre propio para el sector audiovisual, mientras la televisión en específico evolucionó vertiginosamente frente a las nuevas reglas del mercado. En este contexto, la organización de la sociedad civil fue clave para propulsar la toma de decisiones a favor de su dinamización.

### **3.1.4 Profesionalización a comienzos de un nuevo siglo (2000 a 2009)**

El cambio de siglo y de milenio fue recibido entre debates globales que abarcaban desde la amenaza de fallos informáticos debido a la confusión en los dígitos a medianoche hasta la reconsideración de las profecías de Nostradamus sobre el apocalipsis. Pero en la práctica este cambio de paradigma se vio mayormente reflejado en el impacto de la globalización,

---

<sup>11</sup> Creada por los cineastas Carlos Flores Delpino y Carlos Álvarez, fue el primer centro de estudios especializado del rubro.

<sup>12</sup> Algunos ejemplos de éxito internacional de este periodo: Ricardo Larraín con "La frontera" (1991) que obtuvo Oso de Plata en Berlín, Tatiana Gaviola con "Mi último hombre" (1996) seleccionada en la Semana de la Crítica del Festival de Cannes y Andrés Wood con "Historias de fútbol" (1997) en el Festival de San Sebastián.



especialmente respecto al desarrollo económico mundial atribuido al impulso innovador de la humanidad y al avance continuo de la tecnología (FMI, 2000). Había transcurrido tan solo una década desde el fin de la Guerra Fría, mientras la sociedad chilena se encontraba en un momento en el que no podía determinar con certeza el final de su proceso de transición política. Por lo tanto, al examinar la evolución de la producción audiovisual en el contexto nacional de este ciclo, resulta fundamental tener en cuenta que ya era un país consolidado dentro del sistema neoliberal, con un Estado que, si bien tomaba acciones, mostraba un gradual debilitamiento en torno a su función rectora para la industria respecto a su pasado bajo otros modelos económicos y en consecuencia, liberaba espacio para el protagonismo se trasladara hacia los privados como agentes de cambio para el sector. En este escenario, los tres tipos de acciones movilizadas por los mismos realizadores presentadas previamente - la asociatividad gremial, el diálogo con el Estado y la formación académica especializada - continuaron evolucionando y con ello dando señales de mayor profesionalización.

Respecto a las organizaciones de la sociedad civil audiovisual, a la fecha habían emergido principalmente desde las categorías de directores, productores y técnicos, pero tras la formación de la ACORCH se fue revelando la necesidad de crear nuevos espacios de participación más especializados, por formatos u otros oficios, para canalizar demandas más acotadas. Así fue como en 2000 se constituyó legalmente la Asociación Gremial de Documentalistas de Chile (ADOC), en 2004 la Asociación Gremial de Directores y Guionistas de Chile (ADOC) y en 2005 la reinscripción en la Dirección del Trabajo del Sindicato de Actores y Actrices de Chile (SIDARTE), que había sido fundado originalmente en 1967.

La confluencia de este tipo de agrupaciones mediante la Plataforma Audiovisual tuvo como fruto de su trabajo mancomunado la promulgación de la esperada ley 19.981 sobre Fomento Audiovisual en 2004. Este hito sin duda fue piedra angular para el sector, ya que no sólo comprometía apoyar, promover y fomentar la creación y producción audiovisual, sino que incorporaba con igual énfasis la difusión y la conservación de las obras asociadas al concepto de patrimonio, identidad nacional y el desarrollo de la cultura y la educación. Para su ejecución específica se creó el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual (CAIA) como parte del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), para ser integrado por representantes de los organismos públicos<sup>13</sup> vinculados al área, así como los designados por las asociaciones privadas de profesionales existentes<sup>14</sup>, cuya conformación fue ajustándose posteriormente a

---

<sup>13</sup> El Ministerio de Relaciones Exteriores, el Ministerio de Educación, la CORFO y el CNTV.

<sup>14</sup> Representantes de los directores de largometrajes de ficción; directores de otros formatos audiovisuales; de los directores/productores de documental; productores audiovisuales; de los actores y actrices; de los técnicos; de la actividad audiovisual regional; y de los guionistas.

través de la misma ley. Además oficializaba la existencia específica del Fondo de Fomento Audiovisual, alimentado principalmente desde los recursos del presupuesto anual de la Nación (Ministerio de Educación, 2004) y dejando de ser parte del FONDART.

A partir de entonces el soporte público a toda la cadena de producción del audiovisual se caracterizó por validar su calidad interinstitucional mediante ministerios y un organismo estatal autónomo. Primero, por parte del Ministerio de Educación, que acogía al CNCA y albergaba el nuevo concursable. Segundo, por el Ministerio de Economía, a través de la agencia CORFO y la implementación del Programa de Fomento al Cine, que aportaba financiamiento para la etapa de desarrollo de proyectos. Tercero, por el Ministerio de Relaciones Exteriores, que por medio de ProChile<sup>15</sup> y la inclusión del audiovisual como un bien de exportación, apoyaba desde la promoción y distribución de obras hasta su participación en ferias y festivales en el extranjero, así como con la Dirección de Asuntos Culturales (DIRAC), cuyo foco estaba en financiar la participación de los realizadores y sus obras en los principales certámenes internacionales (Estévez, 2005). Cuarto, de menor tamaño y no específico para el audiovisual, el Ministerio del Interior, a través de la Subsecretaría de Desarrollo Regional (SUBDERE) al incorporar a la ley de presupuestos en 2004 la facultad de subvencionar eventos culturales hasta por un 2% del presupuesto de cada región, conocido como Fondo Nacional de Desarrollo Regional de Cultura (FNDR)<sup>16</sup> (Bettati, 2012). Y por último, el CNTV, que continuó destinando subvenciones anualmente para contenido destinado a la televisión abierta.

Dentro de la exploración para la diversificación de las fuentes de financiamiento destacó también la incursión de BancoEstado en 2004, que a través de una empresa externa analizaba los proyectos desde distintas variables para estimar la audiencia que podía tener cada uno y a partir de ello determinar un aporte económico. Hasta 2009 la institución apoyó a más de 50 películas, a las que ofrecía cifras entre los 3 a los 50 millones de pesos a cambio de su mención en los créditos iniciales y materiales promocionales (Tirado, 2009).

En paralelo, también hubo avances respecto a mecanismos de coproducción. Durante la década pasada ya se habían realizado algunas películas en asociación internacional y para 2005 Chile tenía acuerdos de coproducción bilaterales vigentes con Argentina, Brasil, Canadá, Francia, Italia y Venezuela (Estévez, 2005). Complementariamente, con el ingreso

---

<sup>15</sup> Institución del Ministerio de Relaciones Exteriores que promueve la oferta de bienes y servicios chilenos en el mundo. Gracias a su amplia red internacional, apoyan también la difusión de las oportunidades para invertir en Chile y fomentar el turismo.

<sup>16</sup> La gestión del requerimiento para lograr esta asignación fue responsabilidad de privados de asociaciones regionales.

al Programa Ibermedia pudo acceder a su fondo de colaboración operativo desde 1998, cuyo principal objetivo era incentivar efectivamente el desarrollo de la actividad cinematográfica de los países miembros (CAACI, 1997).

Mientras el cine firmaba acuerdos para su fortalecimiento de manera colectiva, el ecosistema televisivo continuó fragmentando su oferta a partir de la evolución de sus soportes tecnológicos y la competencia por el financiamiento de la torta publicitaria. Para el año 2007 estaba constituido por siete canales de señal abierta<sup>17</sup> y 27 prestadores para el sistema de pago, predominando entre ellos VTR (tras fusionarse con Metrópolis Intercom), Telefónica y Direct TV (fusionado con Sky). Respecto a la producción de contenidos, se afianzó la asociación de los canales abiertos con empresas independientes para obras de ficción distintas a las tradicionales telenovelas. Esta diversificación de los formatos de ficción comenzó a hacer frecuente las series, telefilmes y docudramas, y generó un aumento en la pantalla de contenido hecho nacional, cuando históricamente la programación de ficción provenía mayormente de otros países de Latinoamérica o Estados Unidos. Parte de este fenómeno también se pudo observar en que las empresas internacionales Endemol y Promofilm se instalaron con sucursales, y que en resumen, un importante porcentaje de la inversión de los canales fue destinado a los profesionales responsables de estas nuevas producciones hechas en Chile (Fuenzalida et al., 2007). Sin embargo, este auge para las productoras independientes de ficción en colaboración con los canales tuvo una gran crisis económica llamada “subprime” durante 2008 y 2009 que provocó el cierre de las principales productoras<sup>18</sup>, debido a que estas organizaciones contaban con poco capital de trabajo y dependían de la continuidad de los proyectos que ingresaban a su planificación (Julio et al., 2022).

En paralelo a este contraste entre la estructura colaborativa del cine y la fragmentación competitiva de la televisión, y en sintonía con lo declarado en la nueva ley audiovisual respecto a la educación, es que las tres universidades de mayor tradición, que previo al golpe de estado contaban con escuelas de formación cinematográfica, se sumaron al espíritu “refundacional” que los institutos privados habían iniciado en los 1990 (Larraín Pulido, 2010). Así es como bajo distintas propuestas académicas en 2003 surgen las carreras de Dirección Audiovisual en la Pontificia Universidad Católica de Chile y de Cine en la Universidad de

---

<sup>17</sup> TVN, Canal 13, UCV, Mega, Chilevisión, Red TV y Telecanal.

<sup>18</sup> Los autores mencionan como ejemplo a las productoras independientes Cine Cien, Roos Film, Nueva Imagen, Cubo Negro, Buen Puerto, Cinembargo y Calypso.

Valparaíso, y en 2006 la de Cine y Televisión en la Universidad de Chile<sup>19</sup>. Estas iniciativas fueron lideradas por realizadores activos con ansias de revivir la tradición de aquellos centros de experimentación del pasado, pero a la vez fueron influenciadas por el perfil de sus re-fundadores. En cierta medida, que la Católica y la Universidad de Chile fueran emparentadas a escuelas de Periodismo, mientras que la de Valparaíso surgiera al amparo de la Facultad de Arquitectura, ejemplifica también la dicotomía existente en la concepción de lo que es y precisa para su desenvolvimiento el desarrollo audiovisual, desde las veredas del arte y la industria, ambos conceptos incorporados en el nombre del debutante consejo sectorial.

El debate sobre este balance entre las características artísticas de la disciplina versus su necesidad de ser financiada también se hizo más frecuente tras las primeras convocatorias del Fondo de Fomento Audiovisual. Según Estévez (2005), estos concursos que solo aportaban un pequeño porcentaje de lo requerido para una película, generaban que cada proyecto tuviera que conseguir el resto del financiamiento por otras vías, haciendo una diferencia para las consideradas “demasiado artísticas” versus las de corte comercial, que tenían mayores expectativas frente a privados y futura distribución. Atendiendo parte de esta necesidad de las producciones en relación a sus recursos económicos y visibilidad, es que la APCT en 2009, gracias al programa de Marcas Sectoriales de ProChile creó CinemaChile, la primera agencia de promoción internacional para el audiovisual nacional, evento que se configuró como augurio y facilitador para la industria en su siguiente ciclo.

### **3.1.5 Internacionalización del audiovisual chileno (2010 a 2019)**

La llegada del empresario Sebastián Piñera a la presidencia en 2010 supuso un importante cambio en el escenario político porque representó un retorno al poder de la coalición de derecha tras 20 años de gobiernos de la Concertación de Partidos por la Democracia. Su mandato implicó adaptaciones económicas y sociales alineadas pero sin representar un cambio radical en el proceso de transición democrática. Del mismo modo, la institucionalidad audiovisual dio continuidad a lo trazado previamente mediante la Ley 19.981 Sobre Fomento Audiovisual, en un contexto caracterizado por la digitalización de los medios y los efectos de la profesionalización vivida por la industria en los últimos años.

---

<sup>19</sup> Por esos años también nacieron nuevas escuelas de cine privadas, como la Universidad Mayor y la Universidad del Desarrollo en 2006.

El mundo de la televisión fue el más afectado con la crisis financiera internacional que ya había provocado el cierre de las principales productoras de ficción independientes, colaboradoras de las señales abiertas en la década de los 2000. En 2010 el recién asumido nuevo gobernante del país había vendido Chilevisión a Turner<sup>20</sup>, quien a su vez lo había adquirido mediante Bancard<sup>21</sup> en 2005. Ese mismo año el empresario Andrónico Luksic adquirió parte de la propiedad del Canal 13<sup>22</sup> y en 2012 Mega fue comprado al Grupo Claro por Bethia<sup>23</sup>. En este contexto, la inversión publicitaria se estancó de manera prolongada por el receso económico y en consecuencia la definición de su parrilla programática fue mutando por decisiones de sus directivos para contrarrestar la desestabilización. En 2014 asumió por segunda vez la presidencia Michelle Bachelet, se promulgó la ley 20.750 que “permite la introducción de la televisión digital terrestre” (SUBTEL, 2014), obligando a todas las concesiones a migrar desde el analógico con plazo al año 2020, mientras seguían perdiendo espectadores debido a la diversificación de oferta precisamente por el llamado “tsunami digital” (Núñez, 2009). Todos los canales registraron cuantiosas pérdidas pero la mayor preocupación era TVN, que desde los 90, tras la modificación de la ley tuvo que comenzar a competir bajo las mismas reglas de mercado que los privados para poder autofinanciarse pero mantuvo la designación presidencial del directorio junto con proponer otros seis miembros al senado, provenientes de las dos coaliciones que configuraron el sistema binominal en el retorno de la democracia en Chile (Araya & Arancibia, 2020). Para salvar a la empresa estatal en 2018 se proclamó la “ley corta” 21.085 que asignó la capitalización por 47 millones de dólares además de establecer la creación de una señal cultural (SESEGOB, 2018). El proyecto del “canal cultural y educativo” fue gestionado principalmente por el ex presidente de la APCT Bruno Bettati durante el gobierno de Bachelet y tras su anuncio en 2015, mediante el “Seminario TV Pública / Cultural / Educativa: primeras orientaciones editoriales y programáticas” recogió las opiniones de las asociaciones del sector audiovisual enfocados sobre todo la línea editorial y la asignación de recursos directos para el fomento de la producción independiente que pudiera abastecer su programación. Debido fue aprobado en el segundo periodo del presidente Sebastián Piñera, Bettati se mantuvo como uno de los defensores de su diseño original, en cuanto a su condición de gratuidad, sin avisaje publicitario y con financiamiento directo del Estado: “Su *target* son los niños, niñas y jóvenes del país, todos ellos vulnerables en el nuevo ambiente digital” (Bettati, 2017).

---

<sup>20</sup> Turner Broadcasting System fue una empresa estadounidense de medios de comunicación estadounidense que manejaba el área televisiva del conglomerado WarnerMedia, para desaparecer en 2019.

<sup>21</sup> Grupo Bancard es un holding chileno de inversiones.

<sup>22</sup> El año Luksic 2017 absorbió el 100% de la propiedad del canal.

<sup>23</sup> Bethia es uno de los mayores conglomerados empresariales de Chile, manejando divisiones retail, salud, viñas y medios de comunicación, entre otros.

Para fines de la década la situación para la televisión continuó siendo desafiante en el contexto de la digitalización, precisamente porque incluso los servicios de pago comenzaron a perder audiencia producto de la fuerte penetración de las plataformas de *streaming* internacionales, siendo Netflix la primera que arribó al mercado chileno en 2011. No obstante, el fondo del CNTV continuó financiando la producción de contenidos mediante el apoyo a empresas independientes, y pese a que el progresivo retiro de la inversión de los canales fue dañando su relación de colaboración, en 2014 se presentó un aumento en el volumen en títulos de ficción seriadas (Julio et al., 2023).

El cine por su parte vio surgir en 2010 el Área de Programas Internacionales del Consejo de las Artes y la Industria Audiovisual (CAIA) para atender la internacionalización como un elemento estratégico para el desarrollo audiovisual, dando origen a los programas de apoyo específicos para la participación de profesionales del sector audiovisual en Mercados Internacionales, Festivales, Encuentros y Premios Internacionales. El antecedente de este diagnóstico proviene del reconocimiento alcanzado por la cinematografía chilena en certámenes extranjeros y las emergentes oportunidades para la comercialización internacional y que desde 2006, mediante la gestión del Nodo Audiovisual UC, el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y del programa InnovaChile de CORFO realizaron las primeras misiones al Marché du Film del Festival de Cannes e IDFA del Festival Internacional de Documentales de Amsterdam (CNCA, 2016). A partir de entonces - productores y directores principalmente- comenzar a viajar con apoyo del Estado a los eventos más importantes del mundo, con el objetivo de “mejorar las condiciones de negocios, distribución, comercialización, difusión y distribución de las obras audiovisuales en el extranjero así como también en miras al crecimiento de nuestros profesionales, sector e industria” (CNCA, 2012) . Se establece además que en el caso de algunos mercados habrá coordinación con CORFO, ProChile y DIRAC, en línea a la articulación trazada desde la ley de 2004. Este financiamiento destinado específicamente para la prospección y visibilización de los realizadores en el extranjero se complementó con el trabajo de la agencia de promoción audiovisual CinemaChile y la posterior integración de otras marcas sectoriales especializadas: Shoot in Chile en 2013, ChileanAnimation en 2017 y Chiledoc en 2019, todos convenios público-privados con el apoyo de ProChile y las asociaciones gremiales de su respectivo sector<sup>24</sup>. Además surgió el programa Film Commission Chile (FCCh), que en colaboración con Shoot in Chile, trabajó en el posicionamiento internacional de Chile como destino audiovisual,

---

<sup>24</sup> CinemaChile fue creada por la APCT, Shoot in Chile por la APSP, ChileanAnimation por ANIMACHI y Chiledoc por la ADOC.

ordenando protocolos y generando alianzas con ciudades y municipios para facilitar los requerimientos de un rodaje.

Así como la participación en mercados internacionales trajo consigo la normalización de conceptos tales como *networking*, *marketing*, *work in progress*, *one-to-one*, *screenings*, *players* dentro de la jerga profesional, producto del avance de las nuevas tecnologías que posibilitó la realización de largometrajes a precios más accesibles resonaba el de “cine digital”. En 2008 surge el Centro Cultural Lastarria 90 (L90)<sup>25</sup> que mediante una estructura de coproducción acompañaban a proyectos de largometraje en formato digital desde su etapa de desarrollo a la finalización para beneficiarios que en su mayoría provenía de las primeras generaciones de egresados de las carreras de cine universitarias refundadas la década pasada. L90 también realizó el Laboratorio de Desarrollo Audiovisual Emergente (LADAE), dentro de una corriente prevalente a nivel mundial en la cual distintos espacios de mercado y festivales de cine organizaban instancias de formación y desarrollo de proyectos, dictados por otros profesionales de la industria para entregar conocimientos sobre aplicación a fondos concursables, coproducciones y distribución. La digitalización del cine disminuyó costos respecto al trabajo en celuloide y su futura distribución, además de abrir espacio a la experimentación e improvisación (Larraín Pulido, 2010), lo que conjugado con la formación entregada en escuelas y los distintos programas y fondos concursables al alero de la ley audiovisual, provocaron la irrupción de nuevos realizadores, que con menos de 30 años debutaban con sus óperas primas. Sin embargo, la suma de participantes en la industria y el consecuente aumento de obras producidas demostró que no existía una protección para que todas pudieran estrenarse, en un mercado que además presentaba una baja asistencia para obras nacionales. Una de las medidas para enfrentar la situación fue la firma del Convenio de Colaboración en 2013, entre las cadenas de la CAEM<sup>26</sup>, organizaciones gremiales<sup>27</sup>, CinemaChile y la distribuidora de cine chileno Market Chile. Dicho acuerdo inicialmente establecía reglas para asegurar el estreno comercial de películas nacionales en el circuito multisalas y fomentar la promoción, y en 2015 se modificó para favorecer la permanencia en cartelera pese a la cantidad de público obtenido el primer fin de semana de funciones. Ese año también BancoEstado lanzó el Programa de Apoyo al Cine Chileno que premiaba a seis producciones cinematográficas en dos categorías: industria y de autor.

---

<sup>25</sup> Fue fundado por los actores Felipe Braun y Luciano Cruz Coke, quien también fue ministro de cultura en el primer gobierno de Piñera.

<sup>26</sup> Asociación Gremial Cámara de Exhibidores Multisala de Chile, que para 2013 integraban las cadenas Cine Hoyts, Cinemark y Cineplanet.

<sup>27</sup> APCT, ADOC, ANIMACHI Y ADG.

En la medida que este escenario comenzaba a mostrar una mayor madurez mediante su institucionalidad estatal y la diversificación de actores, también fueron denotando la presencia de brechas entre los productores por la repartición del financiamiento, las ventanas de distribución y el acceso a la información. Los requisitos para asociarse a la APCT implican un número de largometrajes estrenados en salas comerciales o programas de televisión en canales abiertos, junto con el pago de una membresía de alto costo, medidas que dejaba a los nuevos profesionales excluidos del diálogo y participación en el desarrollo de la industria local. En consecuencia, durante el Festival Internacional de Cine de Valdivia 2015 se realizó el lanzamiento de la Asociación de Productores Independientes de Chile (API), quienes mediante la charla “Panorama actual del cine independiente en Chile” expusieron las razones de su conformación con foco en la validación las distintas escalas de producción, géneros y formatos, además del reconocimiento de la creación cultural por sobre la priorización de una utilidad económica. En paralelo a la API también surgía la Asociación Chilena de Cinematografía (ACC) y en 2016 los primeros encuentros de mujeres que dieron origen a Nosotras Audiovisuales (NOA) junto con la obtención del primer premio Óscar para Chile por el cortometraje animado “Historia de un Oso”, lo que entregó pruebas concretas respecto a la profesionalización del sector. De este modo la industria local vio nacer diversas organizaciones e iniciativas para el fortalecimiento y especialización de la cadena de valor audiovisual, con especial énfasis en la etapa de difusión y comercialización, como las empresas distribuidoras Storyboard Media y DCI Distribución<sup>28</sup> en 2015, la Red de Salas de Cine de Chile<sup>29</sup> y la plataforma de streaming pública Ondamedia en 2017, que existieron mediante el apoyo financiero de programas o fondos concursables del CNCA. Dentro de este panorama participativo es que distintos representantes de organizaciones de la sociedad civil fueron parte de las mesas de trabajo para el levantamiento de información y propuestas para el diseño de la Política Nacional del Campo Audiovisual, mientras las principales asociaciones gremiales en específico evaluaban la posibilidad de conformarse como Federación, lo que generó un debate por excluir a los sindicatos y no priorizar la reactivación de la Plataforma Audiovisual.

En este periodo CORFO seguía proporcionando apoyos importantes de fomento mediante el Concurso Audiovisual para el Desarrollo de Unitarios, Series y Desarrollo Empresarial, cuando en 2017 impulsó el Programa de Apoyo a Inversiones Audiovisuales de Alto Impacto (IFI) “para promover la filmación de grandes producciones audiovisuales en el territorio

---

<sup>28</sup>Storyboard Media pertenece a la misma empresa fundadora del Festival Internacional de Cine de Santiago (SANFIC), mientras que DCI fue formada por algunos miembros de API.

<sup>29</sup> Integrada en 2017 por 10 espacios de exhibición alternativos a las cadenas comerciales.



nacional” (CreativeLaw, 2023, p. 30). Este mecanismo conocido internacionalmente como *cash rebate*, consistía en el reembolso en un 30% en efectivo de los gastos realizados en Chile a través de un subsidio estatal, y que junto a otros instrumentos como el *tax rebate*, *tax credit* y *tax shelter*<sup>30</sup>, son conocidos como incentivos fiscales para la atracción de inversión privada al país. Durante los tres años que estuvo activo, el IFI benefició a tres series y un largometraje de ficción que estaban en asociación con plataformas internacionales de *streaming*<sup>31</sup>, sin embargo, tras el estallido social en 2019 y la posterior pandemia no se volvió a renovar la convocatoria. Además en 2018 se crea el Ministerio de las Culturas, Artes y Patrimonio (MINCAP), que por una parte amplió las facultades para la institucionalidad pero coincidió con progresivos recortes a su asignación desde el Presupuesto de la Nación. El año 2020 se transfiere al MINCAP el ítem con el que CORFO financiaba las líneas para desarrollo de proyectos, que entre 2016 y 2019 ya habían sido reducidos en un 25%<sup>32</sup> (MIDESO, 2020) y como reacción se articula la Coordinadora Intersectorial Cultural de Emergencia (CICE) bajo el eslogan “No Recorten Cultura”. Además, según el Observatorio de Políticas Culturales (OPC), el Presupuesto Cultura 2020 presentó una rebaja del 5% en el fondo de programas culturales del CNTV<sup>33</sup>, que para 2019 ya había disminuido en un 26% (OPC, 2019).

En 2018 la industria audiovisual demostró estar cosechando los frutos de la inversión en internacionalización con el premio Óscar a la Mejor Película Extranjera por “Una mujer fantástica” sumado a diversos galardones en festivales clase A y el nacimiento de la Academia de Cine de Chile. Pero desde otra arista, la disminución estatal de recursos y eliminación de programas comenzó a opacar el camino para el siguiente periodo. Ese año se suspendieron los Premios Pedro Sienna por problemas de organización y luego con la pandemia no se realizaron, la Film Comission dejó de tener equipo de trabajo quedando abandonada y la convocatoria de BancoEstado se canceló para 2019, restando con ello 200 millones de pesos anuales a la industria. El único instrumento oficial para la inversión privada era la Ley de Donaciones Culturales, gestionado a través del MINCAP, que mediante un tipo de *tax credit* tanto empresas como personas naturales pueden aportar dinero a proyectos, pero que en la

---

<sup>30</sup> *Tax rebate*: beneficio tributario mediante deducción de un porcentaje del presupuesto de la producción. *Tax credit*: incentivo fiscal que reduce la carga tributaria debida, y que luego de la deducción de impuestos, si hubiere exceso, es devuelto. *Tax shelter*: incentivo fiscal que busca atraer inversiones de alto valor o firmas de alto pago de impuestos, los que deducen la inversión en producción, de sus propios tributos.

<sup>31</sup> “Los Espookys” (1ra temporada, HBO) e “Inés del Alma mía” (1ra temporada, Radio Televisión Española, MEGA y Amazon Prime) en 2017, “Distancia de Rescate” (Largometraje, Netflix) en 2018 y “Los Espookys” (2da temporada, HBO) en 2019.

<sup>32</sup>A través de CORFO los beneficiarios de estos proyectos para el año 2016 fueron 146, con un monto de \$2.015.869.788; y 65 para 2019, con un presupuesto total de \$1.725.000.000.

<sup>33</sup> Este fondo había financiado las exitosas series de ficción como “Los 80”, “31 minutos” y “El reemplazante”.

práctica para las obras audiovisuales no ha sido exitoso. Por otro lado, con el apalancamiento de CORFO daba sus primeros pasos Screen Capital, fondo de capital de riesgo ideado por Tatiana Emden y Joyce Zylberberg, quienes hasta entonces se habían desempeñado como Directora de Programas Estratégicos y Asuntos Internacionales y Directora de la Comisión Fílmica de Chile respectivamente. Además aparece la Banca Ética, que mediante la plataforma de *crowdlending*<sup>34</sup> Doble Impacto busca financiar proyectos de manera ética y sostenible (Del Campo & Muñoz, 2023).

Durante esta década, que comenzó y terminó con el mismo presidente empresario, vimos cómo los canales de televisión abierta pasaron a ser administrados por conglomerados económicos y la internacionalización de la industria cinematográfica se sustentaba en viajes de negocios a mercados internacionales. Tras 30 años del término de la dictadura la sociedad chilena “estalló” en octubre de 2019 producto de la crisis social provocada por la penetración del modelo neoliberal, que se consolidó “tanto un sistema económico como una construcción ideológica anclada en los principios de la economía de libre mercado” y que precisamente fue el factor clave para la consolidación de la industria desde los valores de la competitividad y el emprendimiento (Peirano, 2020). Pero esta madurez asumida por la industria audiovisual nacional trajo como consecuencia asumir una mayor responsabilidad en la toma de decisiones del sector, poco a poco ir prescindiendo del total subsidio del Estado para la producción y ser capaz de diversificar las fuentes de financiamiento para la subsistencia de la producción en tiempos de crisis. En este contexto es que los llamados “artistas trabajadores emprendedores” o “trabajadores modelo de la industria creativa” por Peirano, comienzan a prospectar sus futuras producciones de la mano de las plataformas de *streaming* que apuestan por realizar contenidos en Chile.

---

<sup>34</sup> Sistema de micro financiamiento colectivo en el cual las personas prestan pequeñas cantidades de dinero a un proyecto a modo de inversión.

## 4. MARCO TEÓRICO

### 4.1. Producción audiovisual y plataformas de *streaming*

Para comprender la relación entre las producciones audiovisuales de ficción y su circulación en el ámbito digital, es esencial comenzar por definir y diferenciar dos conceptos técnicos fundamentales: OTT y *streaming*. OTT (*Over-The-Top*) se refiere a la transmisión sin restricciones de servicios y contenidos de audio y vídeo a través de infraestructuras de banda ancha, sin limitaciones impuestas por operadoras y sus redes. Mientras tanto, el *streaming* es la tecnología que permite la transmisión en tiempo real de contenidos a través de internet, eliminando la necesidad de descargar datos previamente en el dispositivo desde el cual se visualiza un archivo. Por ende, cuando nos referimos a las plataformas de *streaming*, hablamos de empresas que ofrecen este servicio para exhibir sus catálogos de contenido audiovisual vía internet. Estas plataformas están asociadas al concepto de VOD (*Video-On-Demand*), utilizado para describir la disponibilidad de contenidos audiovisuales “a la carta”. El VOD permite a los usuarios elegir qué ver, en qué momento y desde dónde, utilizando dispositivos conectados a internet y accediendo a un catálogo ofrecido por las plataformas OTT. Dentro de esta nomenclatura, se distinguen diferentes subcategorías: SVOD (*Subscription Video-On-Demand*), correspondiente a los modelos más tradicionales que conocemos por suscripción, como Netflix; TVOD (*Transactional Video-On-Demand*), conocido previamente también como PPV (*Pay-Per-View*) mediante la oferta que ha existido en Chile a través de catálogos de cableoperadores locales o lo que ofrece internacionalmente iTunes; AVOD (*Advertising Video-On-Demand*), servicio de contenido gratuito a cambio la exposición a anuncios publicitarios durante la reproducción, como es Youtube o la chilena Riivi; y finalmente el FVOD (*Free Video-On-Demand*), donde el contenido es gratuito y sin publicidad.

El mismo término plataforma posee una doble dimensionalidad, porque son concebidas como un nuevo modelo de negocios que forma parte de la economía digital dependiente de la tecnología de la información y también como infraestructuras digitales intermediarias donde distintos grupos pueden interactuar<sup>35</sup>. En ambas acepciones las plataformas se caracterizan por incrementar su valor conforme crece su base de usuarios, lo que resulta en la recolección y control de datos (Srnicek, 2018). Respecto al estudio de nuevos medios e internet estos sistemas online de gran escala comúnmente se asocian más a lo entendido por redes sociales como Facebook, Twitter y Youtube, donde la producción de contenido proviene de sus

---

<sup>35</sup> Srnicek identifica dentro de estos grupos de usuarios a clientes, anunciantes, proveedores de servicios, productores, distribuidores y objetos físicos.

participantes (Lobato, 2019). Ross (2012) destaca que Youtube fue el primer espacio más democrático de circulación de imágenes, de acceso a información de producción audiovisual aunque fueran tan solo segmentos; que se encontraba fuera de la sala de cine y de la televisión tradicional, mientras que Lobato diferencia a las plataformas de *streaming* porque carecen de estos rasgos de apertura, colaboración y sociabilidad. En particular, aquellas dedicadas al contenido de ficción, presentan características que las distancian de otras plataformas en línea, así como también ha debido desarrollar modelos de negocio y atributos diferenciadores de la televisión, pese a que “compite en su terreno” (Sanabria, 2021, p. 46).

Con respecto a *streamings* como Netflix<sup>36</sup> que se abordan en esta tesis, Burgess y Stevens (2021) plantean que si bien ofrecen un gran contenido de cine, ontológicamente se alinean más con la televisión. En cambio, para Lobato (2018) toda la iconografía asociada a la TV en las plataformas está ausente, pese a que en ellas existen series de televisión. De esta forma, mientras que la idea de la televisión es central en las aspiraciones comerciales de Netflix, la experiencia televisiva no parece ser central en la forma en que esta empresa desea que sus usuarios imaginen el *streaming*. Quizás esto se deba a la visión degradada de esta y al deseo de la plataforma de venderse como un servicio *premium*. En cualquier caso, es una de las ironías de la televisión por internet que su medio de referencia, la televisión, esté siendo simultáneamente reimaginada, integrada, borrada y remediada a través de la aparición de los servicios de *streaming*. Sin embargo, en sus relaciones públicas, Netflix hace constantes referencias a la televisión debido a su familiaridad para los consumidores. Esta conjunción de variables se puede reconocer por una parte, a través del diseño de su interfaz, que prefiere evocar la experiencia del cine; en su modelo de negocio basado en suscripciones que tiene ecos de la televisión de pago; y su sistema de recomendación algorítmica que lo conecta con las redes sociales, y que permite además determinar qué contenidos podrían ser más rentables cuando se trata de producciones propias de series y películas, en concordancia con la idea de Srnicek (2018) que considera los datos como materia prima del capitalismo de plataformas.

Tal y como señalan Smith y Telang (2016), la era de nuevas tecnologías ha brindado a las industrias creativas formas de realizar su trabajo y llegar a audiencias que antes no tenían, especialmente para los creadores independientes, y han ofrecido a los consumidores nuevas opciones. Pero esto también ha modificado el panorama competitivo, debilitando el control de

---

<sup>36</sup> Durante el estudio también nos referiremos a estas plataformas con sinónimos como *streamers* o servicios de *streaming*, como también a multinacionales o corporaciones en relación a su estructura empresarial.

los actores establecidos sobre el contenido y los consumidores, y han obligado a los líderes de estos medios a tomar decisiones difíciles entre los antiguos modelos de negocio y las nuevas oportunidades empresariales. En ese contexto, dichas empresas han perdido terreno en los mercados que solían dominar. Al respecto, Miller (2009, en Miller et al., 2014) menciona cómo la entrada de internet para la distribución derribó barreras para las personas que no pertenecen a la industria, ya sea para acceder gratuitamente a Youtube o Youporn, pero que hacer ese tipo de predicciones no necesariamente se traducen en pérdidas de audiencia y poder para los medios tradicionales y las corporaciones, porque la estructura dominante, que ya está organizada en base a idioma, riqueza y poder, puede invertir dichos recursos en su actualización y reinversión, porque como sostiene Srnicek (2018), el sistema económico obliga a las empresas a la búsqueda constante de ganancias, innovación en mercados, materias primas y formas de explotación para reducir a sus competidores. De esta manera, Efraín Ascencio destaca las distintas metamorfosis que ha debido sufrir Netflix y otras plataformas que se relacionan con la creación del “gusto” en los consumidores y que han debido incorporar o abordar. Esto se relaciona, lógicamente, con la emisión de contenidos, pero también con los derechos de autor, la producción de contenidos propios, la eliminación del catálogo de títulos de baja circulación, los análisis estadísticos y predictivos y los algoritmos que recomiendan contenido a los consumidores (Ascencio et al., 2021).

Estos nuevos distribuidores poderosos como Amazon, Apple, Netflix, Youtube y otros, que pueden usar su espacio ilimitado de almacenamiento para distribuir este nuevo contenido disponible y que están utilizando nuevas economías de escala, han alcanzado dominancia en los mercados de distribución de contenido. También es relevante el que estas plataformas están integradas verticalmente en el negocio de elaboración de contenido original, lo que los hace depender menos de los grandes estudios para acceder a su contenido (Smith & Telang, 2016). Aquí surge la discusión respecto a los distintos actores de la cadena de valor de las producciones audiovisuales en las plataformas de *streaming*. Con el paso del tiempo, el contenido original se convirtió en la principal estrategia de diferenciación y fidelización de la televisión distribuida por internet. Ante la aparición de más plataformas, aquella que ofrezca el mejor contenido atraerá y retendrá al público. Así ocurrió con Netflix, creada hace más de veinte años como distribuidor de cine y la televisión, a ser productora de sus propios contenidos originales. Para ello, utiliza la estrategia Netflix Originals, generando sus propias y exclusivas producciones mediante diferentes fórmulas (Heredia, 2022). Este fue uno de los ejemplos más profundos en este cambio en el poder del mercado, que muestra cómo la tecnología está cambiando el mercado del entretenimiento (Smith & Telang, 2016).

En el contexto latinoamericano esto toma fuerza, puesto que plataformas de *streaming* han apostado con fuerza en las producciones originales, como parte de una estrategia de posicionamiento de mercado. Más allá de oferta de catálogo que podría ser cubierta con compra de licencias de producciones externas, de tal manera de sumar suscriptores al ofrecer una parrilla más atractiva para consumidores locales; esto como consecuencia que “más que uniformar el consumo, las nuevas tecnologías inducen a la fragmentación del mismo, promoviendo la aparición de ‘tribus’ de consumidores” (Getino, 1988b, p. 225). Existen autores que plantean que las plataformas de *streaming* han tenido más éxito en sus series que en películas “debido a su formato parecido al de las telenovelas, que no sólo son el medio más legitimado, sino una forma de reproducción local con gran impacto ideológico” (Martín-Barbero, 1987 en Ascencio et al., 2021). Pero el éxito del contenido seriado no es exclusivo de Latinoamérica; es el favorito de las plataformas porque esta fórmula captura más horas del espectador frente a la pantalla y ayuda a fidelizar, lo que no ocurre al terminar de ver una película: “al terminar se va a otra película o a otra plataforma a ver otra cosa” (Mauricio Hartard, en Gerlach & Sánchez, 2021).

Previo al panorama actual, Hesmondhalgh (2002) describe cómo América Latina ha experimentado sus transiciones. Para mediados de los años 70, primaban los regímenes militares y autoritarios en el continente, mientras que, siguiendo el modelo estadounidense, la mayoría de los sistemas de televisión eran completamente comerciales aunque estaban sujetos a un control autoritario. Si bien, tanto gobiernos democráticos como autoritarios, a partir de los 60, buscaron proteger sus incipientes industrias televisivas de las importaciones estadounidenses y la inversión directa de Estados Unidos, durante los años 80 y 90 los intentos con financiamiento estatal estaban en parte desacreditados por asociarse con los regímenes autoritarios. La reacción a ello fue la rápida mercantilización cultural, lo que ha favorecido las alianzas entre las empresas dominantes de América Latina y las corporaciones transnacionales de la industria cultural, hasta llegar al periodo de penetración de la televisión por satélite. Finalmente esto lo podemos ver consolidado en el presente, porque al hablar de plataformas de *streaming*, hablamos de Netflix, Amazon, Disney, todas inversiones estadounidenses.

Para Alvaray (2023), la lógica de estos intercambios económicos y culturales es compleja, pues combina las estrategias expansionistas de las grandes corporaciones con el deseo de grupos locales de llegar a audiencias más amplias. También incluye la re-imaginación de contenido local para poblaciones interconectadas en todo el mundo. Y desestabiliza el contrapunto entre lo nacional y lo global, generalmente representado en oposición. En otras

palabras, la nueva lógica de intercambios globales incluye la construcción de lo regional y lo nacional en términos relativos, como procesos móviles en lugar de entidades discretas.

En esta línea, es que la estrategia más reciente de Netflix se sostiene en la alianza con productoras locales y talentos reconocidos tanto de cine como televisión. Esto le ha permitido diversificar su catálogo, generando mayor proximidad cultural a las audiencias latinoamericanas, y llevar al escenario global historias locales. Así han logrado posicionarse en México y Brasil como líderes en la región para la producción original, debido a que tienen “grandes fortalezas en cuanto a producción, distribución y consumo de contenidos, tanto de cine como de televisión” (Heredia, 2022). Respecto a la primera plataforma que generó contenido original en nuestro país, según Gerlach y Sánchez (2021) el interés de Amazon en Chile se debió al alto consumo de SVOD, de acuerdo a un informe realizado por la agencia Sherlock Communications, a lo que se sumó la presencia de Javiera Balmaceda y Matías Amoçain, ejecutivos chilenos dentro de la selección de proyectos para Latinoamérica. Este último factor es clave porque entrega luces sobre la configuración de las alianzas que se establecieron con empresas productoras específicas para realizar series y películas en nuestro país.

#### **4.2. Cultura económica: Industrias creativas y gestión de financiamiento**

Cuando Nick Srnicek (2018) habla del "capitalismo de plataformas", se refiere a una evolución económica y tecnológica dentro del sistema económico actual, donde las plataformas digitales desempeñan un papel central en la generación de valor económico, al actuar como intermediarias digitales que facilitan la conexión entre productores y consumidores, controlando el acceso a servicios, bienes o información. Bajo esta lógica, el modelo de negocio de las plataformas de *streaming* se ha vuelto hegemónico en la medida que forman parte del dinámico sector de la economía digital, que para efectos de esta investigación engloba lo que entendemos por cultura económica, marco utilizado para revisar las concepciones sobre industrias creativas y gestión de financiamiento.

Como señala Cruz-Coke (2012), desde hace algunos años el término industrias creativas ha ido distinguiéndose y ampliándose respecto del concepto de industria cultural acuñado por Theodor W. Adorno<sup>37</sup>. Esto ha significado una mutación desde la comprensión de la cultura

---

<sup>37</sup> Theodor W. Adorno describe cómo la producción cultural en la sociedad capitalista tiende a estandarizarse y homogeneizarse, convirtiendo el arte y la cultura en bienes de consumo masivo que refuerzan el control y la uniformidad en la sociedad moderna.

restringida principalmente al arte y al patrimonio, derivando hacia una de espectro más amplio, que está basada en el talento de grupos e individuos y en ideas asociadas al campo de la innovación y la creatividad, contenedoras de algún mensaje simbólico y protegidas por la legislación sobre propiedad intelectual.

Con respecto a la cultura económica de las industrias creativas, en primer lugar es relevante señalar que estas están envueltas en la creación y circulación de productos que tienen influencia en nuestro entendimiento del mundo, de manera tal que se convierten en agentes de representación y cambios culturales (Hesmondhalgh, 2002). Esto se inserta en lo que se conoce como economía naranja, es decir del sector que recoge actividades que tienen su origen en la creatividad y que genera riqueza a través de la explotación de la propiedad intelectual (Márquez & Arciniegas, 2020), como en el caso de la producción audiovisual.

De acuerdo a Getino (1988b), la producción audiovisual de ficción es una de las más riesgosas comparada con otras actividades productivas de las industrias culturales, y la protección estatal para amortiguar estos riesgos han servido en la mayor parte del mundo. De esta forma, la sobrevivencia de la producción depende, por una parte, del respaldo político de los gobiernos en cuanto a negociaciones internacionales y principalmente a su articulación o integración con otros sectores de la actividad audiovisual y de la economía en general. Los grandes estudios, además, pueden arriesgar inversiones que son amortizadas con asociaciones empresariales con los sistemas de comercialización, como es el caso de la estrategia de “originales” mencionada por Heredia (2022), mediante la cual Netflix y otras corporaciones multinacionales dedicadas a los servicios de *streaming* invierten en producciones propias mediante diferentes fórmulas, y cuya materia prima son los datos del algoritmo (Srnicek, 2018). De esta manera, la entrada de las plataformas a la producción de contenidos se configura como uno de los ejemplos más profundos del recambio en el poder del medio, demostrando que la tecnología digital está cambiando el mercado del entretenimiento (Smith & Telang, 2016).

Las industrias creativas y en particular la producción de contenidos audiovisuales se caracteriza por su dinámica competitiva cambiante, debido precisamente a cómo la digitalización modifica la oferta y la demanda, dentro del capitalismo tardío descrito por Habermas (1975). Sobre la oferta, ha reducido las barreras en la creación y distribución de contenido, mientras que, en el ámbito de la demanda, la proliferación de opciones de ventanas de visualización para los consumidores ha sido impulsada por el acceso ampliado a internet de banda ancha y mejoras en la infraestructura tecnológica. Además, se trata de una industria



multinivel en la que diversos participantes forman parte de varios eslabones de la cadena de valor. Tal y como señala Cabrera (2017), en la actualidad la entrada del *e-commerce* y digitalización en la industria, complejiza y diversifica, pudiendo clasificarse de varias formas. Una de la más generalizada establece tres vertientes; la primera llamada *Business-to-Business* (B2B), donde se trata de operaciones digitales entre empresas. La segunda llamada *Business-to-Customer* (B2C), que consiste en operaciones electrónicas entre una empresa y un cliente. Finalmente, una tercera denominada *Customer-to-Customer* (C2C), que hace referencia a plataformas de mercado en la que los clientes interactúan directamente entre ellos. Adicionalmente, encontramos otras dos clasificaciones que logran ilustrar de manera precisa los tipos de *e-commerce*, por una parte si es que son transacciones de activos tangibles o intangibles; y por otra parte se pueden clasificar de acuerdo a cómo se generan los ingresos; ya sea por publicidad, suscripción, cuota de transacción, modelo de ventas o de afiliación, como ocurre en el caso de las categorías definidas previamente para el *streaming* como SVOD, TVOD, AVOD y FVOD. Mediante estos ejemplos, podemos ver cómo esta proliferación de nuevos competidores de plataformas en línea han impactado sobre los hábitos de los consumidores.

Como sostenía Getino (1988a), las problemáticas de la producción, intercambios y mercado del campo televisivo también se relacionan con la capacidad de usar en beneficio propio las nuevas tecnologías. Ya no se trata solamente de las que vinculan a la televisión por cable con las telecomunicaciones, sino con todas aquellas posibilidades tecnológicas que se ofrecen en las postrimerías de este siglo y que cambiarán sustancialmente el panorama del audiovisual en el siglo XXI.

Por otra parte, para enfrentar los riesgos que implica la producción audiovisual, la coproducción ha sido una de las alternativas empleadas habitualmente por productores y realizadores latinoamericanos para enfrentar la estrechez de sus mercados locales, especialmente en países de menor desarrollo que conforman la mayoría de la región, surgiendo incluso el Acuerdo Latinoamericano de Coproducción Cinematográfica en 1989. Incluso para países con mayor capacidad productiva, como Argentina, México y Brasil, han visto como las coproducciones implican una importancia mayor en el intento de ampliar los mercados y el correspondiente financiamiento (Getino, 1988a). Al respecto, Getino señala que existe una carencia de estudios y en muy pocas oportunidades se ha tratado la problemática del mercado audiovisual latinoamericano, y en cómo incide en materia de tecnología, legislación, mercados, racionalización de costos, etcétera. Esto se explicita en la desactualización, ausencia o directa obsolescencia, de políticas, estrategias, legislaciones y

pautas básicas por parte del sector público, en relación a las transformaciones tecnológicas experimentadas en el espacio audiovisual. Si se observa particularmente cómo se financian las producciones audiovisuales, Octavio Getino señala que, en contraste con lo anterior, hasta hace unos años Estados Unidos continuaba siendo el principal fabricante directo de los productos que eran consumidos en todo el mundo, contando con una participación financiera en países extranjeros. Y tal como señala Ross, en América del Sur la experiencia de la dominación extranjera es una condición que se da no solo en la producción audiovisual, sino que en la mayoría de los sectores económicos, ya que los productos intentan competir en un mercado global que favorece a naciones tradicionalmente exitosas del primer mundo (2012). Estas dinámicas no han desaparecido, pero sí mutado en los últimos años con la entrada de los *streamers* al financiamiento de esta industria latinoamericana. Si bien lo que Netflix comenzó en Latinoamérica con “Narcos” (Netflix, 2015) fue con un equipo de producción norteamericano y un elenco panregional para rodar en Colombia, eso ha devenido en forma progresiva en producciones originales, con equipos de producción enteramente locales financiados por estas plataformas estadounidenses. Esto ha permitido que incluso este modelo de negocio para la producción se implemente en Chile, cuyo porcentaje de inversión privada en la producción audiovisual para 2023 sigue siendo reducido frente al escenario de países vecinos.

Si bien Chile ofrece condiciones atractivas para las inversiones extranjeras, esto no ha aplicado necesariamente en lo que respecta a la producción audiovisual (Cruz-Coke et al., 2012). El país no participa de la competencia internacional por ofrecer pequeños subsidios como franquicias tributarias, que es la dirección hacia la que el mundo ha evolucionado en este ámbito de la economía. En cambio, la principal fuente de financiamiento público para la televisión abierta viene del fondo del Consejo Nacional de Televisión (CNTV), lo que conlleva una serie de problemáticas, como retrasos en la entrega de recursos. Pero además, en el panorama actual, dada la relevancia de las plataformas de *streaming* en su rol de coproductoras, el CNTV establece como norma que las obras en cuyo financiamiento ha participado deben ser estrenadas en televisión abierta antes que en otras ventanas de exhibición. Esa condición resulta conflictiva con las expectativas de socios que hacen aportes mayores que el del CNTV. Este es uno de los motivos que ha llevado a Fábula, la mayor productora independiente chilena, a declarar que prefiere no postular a los fondos del CNTV para no estar sometida a esa condición. Esto es particularmente complejo siendo que las cifras disponibles indican que un 42% de los hogares chilenos cuentan con acceso a una o más plataformas de *streaming* (Julio et al., 2023).

Para Larraín (2012), el desarrollo de la economía chilena requiere de inversión en cultura tanto pública como privada, que cree una sinergia donde el sector público aporte recursos y actúe además como catalizador de los recursos que aportan los privados. Y estos últimos deben responder no solo a la responsabilidad social empresarial o a la filantropía sino que reconocer el valor intrínseco que tiene la cultura y el aporte que hace al país y a su economía. Frente a las posibilidades de articulación público-privada para la gestión del financiamiento del audiovisual en nuestro país, es clave revisar entonces la configuración del marco legal que permite su desenvolvimiento.

#### **4.3. Políticas culturales: Legislación cultural y políticas públicas**

El sistema neoliberal instaurado en Chile trascendió al término de la dictadura y se consolidó en las décadas siguientes, posicionando al Estado mayormente como facilitador para la interacción de los participantes privados de la economía. Al respecto, Lloyd Segan (2012) señala que existen múltiples roles que los gobiernos pueden jugar, tales como las inversiones de capital, capacitación de la población local para el futuro, incentivos tributarios en infraestructura, programas de préstamos que proporcionan capital a los cineastas, etc. Para el autor, el rol del gobierno es crear incentivos para el desarrollo de esta industria y a través de ello estimular el empleo local. Esto puede lograrse mediante una amplia gama de medidas, garantías presupuestarias, bonos para efectos visuales digitales, facilidades económicas en el uso de propiedades públicas (como locaciones), fomentar la formación avanzada de equipos de filmación, implementar programas de préstamos, eliminar impuestos a las ventas, o bien mediante rebajas fiscales para gastos generales o para la posproducción.

Al respecto, Getino agrega el contrapunto de que, mirando ejemplos latinoamericanos, una gestión estatal o social (sindical) no es, necesariamente una mejor alternativa que la gestión privada, pues si bien implica “un importante refuerzo a la actividad industrial local, pero en tanto concebimos al cine como circunstancia integral —económica y cultural— la suerte de tal circunstancia deviene del carácter que asuma el Estado y de la política que sostengan las organizaciones sociales” (Getino, 1988a, p. 56). En ese sentido, Felipe Herrera (2014) sostiene que en específico en América Latina se necesita de una mejor institucionalización administrativa y legal, para lo cual la comparación de experiencias a nivel regional es de gran importancia. Si bien no hay fórmulas rígidas para lograrlo, dentro de los aspectos más postpuestos es la existencia y efectividad de instrumentos financieros, públicos o privados, que tengan una capacidad promotora para la producción cultural.

En el continente se impulsó la creación de la Conferencia de Autoridades Audiovisuales y Cinematográficas de Iberoamérica (CAACI) en 1989 con el objetivo de promover el desarrollo del sector audiovisual de la Región e impulsar el intercambio cinematográfico a través del fortalecimiento de la identidad cultural iberoamericana (CAACI, 2008). Ross sostiene que ha logrado aumentar el número de coproducciones entre países miembros, y su éxito es una muestra de cómo se puede fortalecer la cooperación audiovisual en la región, proponiendo la apertura de la cultura cinematográfica nacional hacia una mirada más regional (2012). Al respecto, Getino acota que si bien las tentativas de integración regional en el continente estaban presentes hace muchos años, recién en la década de los 1990 comienza a tener fuerza de ley con la firma de los primeros documentos formales sobre integración, coproducción y mercado común (1988b). Ross además sostiene que las coproducciones en el continente han tomado un lugar importante. Esta práctica trae consigo la desaparición de lo nacional ya que las producciones cruzan fronteras y en vez de apelar a una identidad nacional singular, se conjugan varias (2012). La autora cita a Canclini (1995 en Ross, 2012) al vincular este fenómeno con la reestructuración identitaria que surge de recursos culturales que en este caso son usualmente internacionales.

En Chile, en 2004 se promulgó la Ley 19.981 sobre Fomento Audiovisual, la cual implicó un compromiso concreto por parte del Estado para la producción nacional. Esto se traducía con el deseo de aferrarse y a la vez promover un cine nacional que tenía fronteras muy definidas, pero que pudiera proyectarse y así permitir la interacción con elementos internacionales externos. Ross señala que en el contexto del desarrollo de la ley se identificó como problemática que la mayoría de las producciones se realizaban en la capital, por lo que se consideraron cláusulas para incentivar la participación de actores fuera de la capital y la incorporación de acuerdos con otros organismos públicos nacionales, como la CORFO y CNTV (Ross, 2012).

(Getino, 1988a) sostiene que es necesario entender la producción audiovisual como una actividad económica, mientras que las cinematografías de los países latinoamericanos oscilan entre el optimismo y la incertidumbre. Al revisar esta actividad en el contexto del continente, se puede sostener que ningún país de América Latina y el Caribe está en condiciones de mantener una línea de producción estable y sostenida, sobre la base de sus propios mercados, salvo algunas excepciones, pero que requieren de la indispensable presencia del Estado para manejar el conjunto de las actividades o para fomentar la producción, otorgando créditos blandos o subsidios, regular las cuotas de pantalla, etc. Para el autor, las limitaciones en el desarrollo del cine latinoamericano se explican principalmente en el fracaso de modelos,

estilos o tipos de desarrollo predominantes en la región. La inestabilidad económica y política que es recurrente en el continente perjudica especialmente a un sector, que ya está obligado, como hemos visto, a competir desventajosamente con las transnacionales. En ese contexto, el desarrollo de la producción audiovisual latinoamericana depende de su capacidad de recuperar la integralidad de las posibilidades del medio y actualizarse en sus relaciones con la televisión y las nuevas tecnologías audiovisuales.

Por su parte Segan, (2012) plantea que Chile es un país que posee un ambiente económico favorable, con un gobierno que cree en el sistema de libre mercado, una mano de obra muy especializada, una comunidad artística muy talentosa, instalaciones de producción excelentes y una topografía increíble y muy variada. El impulsar esta industria otorgaría retornos vinculados con la capacitación de la fuerza laboral especializada y bien remunerada, el aumento del turismo, la expansión de una industria limpia, el desarrollo de un empleo sustentable y la generación de oportunidades para una mayor expresión artística. Cuando existe libertad económica y los creadores pueden ver que su trabajo se ejecuta de la manera que ellos han imaginado y su producto puede llegar a todas partes, entonces no hay duda de que el sistema funciona y las personas pueden llegar a hacer crecer la productividad local, al tiempo que se refuerza la imagen de Chile a nivel global.

Como hemos podido revisar brevemente, existen propuestas para los diferentes roles que los Estados pueden desempeñar para el desarrollo de la producción audiovisual en el país, como la promoción de políticas que estimulen la actividad cinematográfica local y la cooperación a nivel regional e internacional, hasta la creación de incentivos financieros. La intervención estatal se considera necesaria para contrarrestar las dificultades económicas y políticas que transita la producción audiovisual latinoamericana y velar por el sostenimiento de su desarrollo, lo cual emerge como un elemento fundamental para comprender el entorno en el que se desarrolla la gestión cultural en el ámbito de la producción audiovisual para plataformas de *streaming* de esta investigación.

## 5. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La definición de las estrategias metodológicas de la presente tesis tienen como punto de partida el proceso de observación y escucha de la industria nacional audiovisual, en la cual la propia autora se ha desempeñado profesionalmente como productora, distribuidora y dirigente gremial. A partir de este conocimiento registrado de manera auto etnográfica, el levantamiento de información se realizó con un enfoque metodológico mixto. La primera etapa fue revisión de bibliografía que ha abordado los temas de la producción audiovisual, las plataformas de *streaming*, las industrias creativas, la gestión de financiamiento, la legislación cultural y las políticas públicas para el campo audiovisual. Complementariamente, se realizaron entrevistas semiestructuradas en profundidad a nueve interlocutores provenientes de empresas productoras chilenas, una plataforma de *streaming*, un fondo de inversión, de la investigación académica sobre la televisión y representantes de instituciones estatales relacionadas al audiovisual. Todo con el propósito de poder identificar, en base a sus experiencias, las características de la producción audiovisual, en los últimos cinco años, tras la llegada de la inversión de las plataformas de *streaming* en Chile.

### 5.1 Autoetnografía

Se escoge la autoetnografía como enfoque inicial en este ámbito de la gestión cultural, por la posibilidad de proporcionar una perspectiva específica y cercana sobre las complejidades de la industria sujeta de estudio. En este contexto, se trata de “un enfoque de investigación y escritura que busca describir y analizar sistemáticamente (grafía) la experiencia personal (auto) con el fin de comprender la experiencia cultural (etno) (Ellis, 2004; Holman Jones, 2005 en Ellis et al., 2015, p. 250). De esta manera, la investigadora está inmersa activamente en el tema de la tesis, utilizando en parte sus propias experiencias y reflexiones personales para el levantamiento de datos, con el fin de producir una “descripción densa, estética y evocadora de la experiencia personal e interpersonal” (Ellis et al., 2015, p. 255).

La elección de esta autoetnografía se sustentó en la intersección entre la trayectoria de la investigadora y las prácticas del campo audiovisual nacional. La autoetnografía como método aportó profundidad en el análisis al ofrecer una ventana particular a las experiencias, desafíos y dinámicas que enfrentan los profesionales del campo audiovisual en esta materia de estudio, posibilitando la construcción del problema junto con guiar la revisión bibliográfica y el diseño de las entrevistas.

## 5.2 Revisión bibliográfica

Se llevó a cabo una compilación de información relacionada con la investigación de temas fundamentales como la producción audiovisual en Chile y su contexto latinoamericano, sobre la llegada y penetración de las plataformas de *streaming*, así como aspectos relacionados con la cultura económica, incluyendo las industrias creativas y la gestión del financiamiento. Además, se examinaron las políticas culturales, centrándose en la legislación cultural y las políticas públicas nacionales pertinentes. En paralelo, se dedicó atención a la gestión cultural, específicamente en el ámbito de la producción.

Complementariamente a esta revisión bibliográfica, se hizo un levantamiento de informes, mapeos y estudios específicos provenientes de instituciones tanto públicas como privadas vinculadas al ámbito audiovisual en Chile, con el propósito de respaldar los antecedentes y cifras presentados en relación con el caso de estudio.

## 5.3 Entrevistas semiestructuradas

Esta elección metodológica permitió el acceso directo a información primaria proveniente de profesionales clave dentro de la industria audiovisual, quienes han estado involucrados en el periodo abordado en este estudio. Al entrevistar a estos participantes, se logró complementar y enriquecer la información recopilada en la bibliografía con datos concretos y actualizados, extraídos de su experiencia práctica en el campo. Esta herramienta se reveló fundamental para explorar la entrada de las plataformas de *streaming* y el vínculo público-privado en el contexto del audiovisual en Chile. Además, esta elección permitió definir las tres categorías de entrevistados, basadas en un criterio específico.

### a. Empresas productoras chilenas que han trabajado con plataformas de *streaming* para contenido licenciado y original

- Fábula: Juan de Dios Larraín (socio fundador y productor) y Ángela Poblete (directora regional del área de televisión).
- Parox: Sergio Gándara (CEO y productor ejecutivo).
- María Wood Producciones / ex Invercine & Wood: María Elena Wood (productora).

### b. Representantes de la institucionalidad estatal ligada al audiovisual

- Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio: Daniela Espinoza (Secretaría Ejecutiva del Consejo del Arte y la Industria Audiovisual).

- Corporación de Fomento a la Producción: Nicolás Mladinic (Ejecutivo Sectorial de Economía Creativa).
- Consejo Nacional de Televisión: Daniela Gutiérrez (Directora del Departamento de Fomento).

### **c. Plataformas de *streaming***

- Netflix: Nicolle Lafaurie (Gerente de Contenido de Ficción para Chile y Colombia). Respecto a otras plataformas, se consideró a Amazon Studios por ser el otro *streamer* que más ha invertido en producción original en nuestro país. Hubo conversaciones preliminares vía correo electrónico, tanto con Juan Ignacio Correa (Productor Ejecutivo de Originales CL/ARG), como con Joana Almeida e Sousa (Studios Economic Development Policy, Senior Manager, Mexico & Latam), sin embargo, Amazon solicita una certificación interna, que se obtiene luego de realizar cursos y talleres, para poder hablar como interlocutor de la empresa, lo cual no se pudo concretar a través de ellos en este periodo.

Adicionalmente, durante el proceso de este levantamiento, se sumaron dos entrevistados más que aportaron información complementaria a este diagnóstico de la industria.

### **d. Inversión privada**

- Screen Capital: Tatiana Emden (Cofundadora y Socia Directora).

### **e. Academia**

- Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva: Francisco Fernández (coordinador del capítulo chileno OBITEL).

Las entrevistas se realizaron entre agosto y octubre de 2023, mediante videollamada grabada por la plataforma Zoom, con una duración promedio de 60 minutos cada una. Para todas ellas existió una pauta base, presentes en los Anexos de este documento, con preguntas sobre el estado general de la producción audiovisual entre 2019 a 2023, para luego ahondar en temas más pertinentes respecto a la experiencia de cada interlocutor y las dudas específicas que iban surgiendo de la conversación.

Se optó por comenzar los encuentros primeramente con los productores, para tener sus testimonios sobre la entrada de este nuevo agente en el campo audiovisual. Y en el ejercicio de entrevistar, las preguntas en ocasiones dieron paso a objetivos más específicos, respecto a producciones propias de cada empresa. En el caso de los representantes estatales, las



preguntas se ciñeron, en general, más a la pauta original. Y en el caso de Netflix, debido a la estrechez de agenda de la representante, la entrevista fue realizada en dos días distintos, pero que de todas maneras no afectó el objetivo de realizar todas las preguntas planificadas.

Al final de cada pauta, se dio espacio a cada entrevistado para hacer comentarios de manera amplia a los temas consultados, y satisfactoriamente, en su mayoría estos coincidieron en su diagnóstico sobre el estado de la industria nacional.

Todas estas conversaciones fueron transcritas y posteriormente revisadas por temática en concordancia al conjunto de entrevistados para el análisis y la formulación de los resultados del estudio.

## 6. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

### 6.1 La entrada del *streaming* como inversionista para la producción local

Como se mencionó previamente respecto a la internacionalización del audiovisual, la llegada de los servicios de *streaming* en Chile significó un nuevo actor en el escenario de la distribución nacional, siendo Netflix la primera plataforma en penetrar en el mercado latinoamericano. Fundada en 1997 en Estados Unidos, comenzó como una empresa dedicada al arriendo de videos a través de correo postal. Diez años después derivó al servicio de Video Bajo Demanda por Suscripción (SVOD) para uso exclusivo mediante computadores conectados a internet, pero progresivamente se pudo acceder a través de consolas de videojuegos, televisores inteligentes, reproductores de Blu-ray y dispositivos móviles. Para septiembre de 2011 Chile era uno de los 43 países de Latinoamérica y el Caribe en los que Netflix comenzó a operar y en este contexto su CEO destacaba lo desarrollado de Chile como país, “con mucho ancho de banda, muchos usuarios de Twitter. Incluso hay más teléfonos celulares que personas. Nos interesa mucho eso como mercado” (Emol, 2011).

La llegada a nuestro país del mayor del servicio de suscripción mensual a películas y series por internet del mundo en ese momento trajo la novedad de ofrecer acceso ilimitado a lo que hasta entonces se entendía por televisión de pago, al ofrecer contenido que ya había tenido su primera etapa de explotación comercial en otras ventanas, como el cine, canales de televisión, etc (Neira, 2021). Para Latinoamérica dicho catálogo se abasteció a través de la adquisición de licencias regionales con grandes estudios, tales como Paramount, Sony Pictures, MGM, Lionsgate, Summit, Miramax, Televisa, Telemundo, TV Azteca, TV Globo, Caracol, Telefe y Disney, entre otros (Netflix Inc., 2011). Pero por esas mismas fechas la marca desde su central comenzó a buscar maneras de protegerse contra el aumento de los costos de adquisición de estas licencias, que según Ball (2013), habían aumentado un 700% en los últimos dos años.

De esta manera, la plataforma fue pionera involucrándose desde el financiamiento hasta su difusión en proyectos de series o películas propias, conocidos en la industria como contenidos “originales”. Este nuevo enfoque de su modelo de negocios comenzó precisamente en 2011 con la producción de la serie “House of cards” en EE.UU, estrenada en 2013. Pero para Latinoamérica el año decisivo fue 2015, cuando se estrenó “Club de Cuervos”, producida íntegramente en México, y “Narcos”, hecha en Colombia a partir de la vida de Pablo Escobar, pero con un valor de producción mucho más panregional que el caso mexicano, al contar con

reconocido elenco de distintos países que podría asegurar una mayor vinculación de marketing con su público objetivo.

Ante esta nueva estrategia, Ball propone que las licencias por programa no implicaron un mayor costo versus producir originalmente una serie, pero la ventaja es que con el tiempo los aumentos harían que las inversiones continuas en sus propios programas fueran menos costosas en términos diferenciales. A este punto sumaba dos razones más: ese contenido exclusivo de Netflix haría que las personas se suscribieran durante más tiempo y permitiría a la empresa aumentar sus precios en el futuro (Ball, 2013).

Tomada esta decisión de invertir en un formato de integración vertical para su negocio, la plataforma pionera de los *streamers* fue evolucionando hasta consolidar el perfil de su oferta actual en torno a tres categorías, según Neira (2021). En primer lugar, manteniendo la adquisición de licencias por territorio, porque se logra fidelizar a los usuarios especialmente con clásicos de la televisión. Segundo, con un formato de contenido original “glocal”<sup>38</sup>, como se conoce lo producido localmente con un *storytelling* de implantación internacional. Y tercero, las series y películas denominadas “*for your consideration*”, para referirse a obras de ciertas características artísticas que se perfilan como elegibles para premios de la industria. Esto último fue algo que comenzó con la nominación al Oscar del documental “The Square” en 2014, abriendo paso para que otras de sus producciones originales continuaran siendo nominadas tanto a ese galardón como a los Emmy, The Golden Globes, entre otros (Jerez, 2022).

En esta primera década, Netflix consolidaba su propuesta, mientras Amazon Prime Video y HBO desarrollaban su participación en este mercado con sus propios públicos objetivos y estrategias (Gerlach & Sánchez, 2021). Por su parte, Disney, que en un comienzo fue parte de los estudios que celebraron el emprendimiento de Netflix porque los favorecía difundiendo sus catálogos (Aresté, 2021), a fines de 2019 lanzó Disney+, lo que se convirtió en un hito al lograr más de 10 millones de suscriptores en sus primeras 24 horas<sup>39</sup>. Para esa fecha, solo Netflix y Amazon Prime tenían más suscriptores; Netflix más de 190 millones y Amazon Prime 12 millones, pero con la ventaja de que ambas empresas habían debutado como *streamers* en 2007 y 2006 respectivamente (Nunan, 2020).

---

<sup>38</sup> Según Oxford Reference, este término derivado del concepto de “glocalización” describe la integración fluida entre lo local y lo global. La disposición y capacidad para pensar de forma global y actuar localmente.

<sup>39</sup> Según Tom Nunan, las cinco razones del éxito inicial de Disney+ son: su catálogo de clásicos, una serie original de la franquicia Star Wars en su lanzamiento, estrenos de películas audaces y de alta calidad, contenido diverso y relevante y el Coronavirus.

Mientras tanto en Chile, para 2018 la penetración de la oferta de las plataformas iba en ascenso, algo respaldado por la “Primera Radiografía” realizada por la Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL) respecto al tráfico de datos en Chile. En el caso de las redes móviles se observó un aumento de un 105% y en la red fija un 40%, ambos totales anuales respecto al consumo en 2017. Como la razón principal de este crecimiento se debió a los servicios de *streaming*, el estudio se refiere al horario *prime* de consumo como “horario Netflix” (SUBTEL, 2018). Otro dato sobre las características del uso de estas plataformas es que para 2021, Chile junto con Perú, fueron los dos países de la región con mayor porcentaje de suscriptores de *streaming* (Arreaza, 2021).

En este contexto, nuestro país para 2019 ya era parte importante de la audiencia regional del fenómeno denominado la *Streaming Wars*<sup>40</sup> (Neira, 2020). En abril de ese año, la productora y directora Joanna Lombardi, anunció el comienzo de Movistar Play en Latinoamérica con sede regional en Lima, Perú, declarando su ambición de convertirse en el principal productor mundial de contenidos de ficción en español. Esta plataforma de la compañía Telefónica había comenzado sus servicios en 2017 en España y comprometía para su lanzamiento la realización de al menos tres series originales en Colombia y Perú (Telefónica, 2023).

Por su parte, Amazon Prime Video, si bien había comenzado a operar en Chile como parte de su lanzamiento global en 2016 (Concha, 2016), fue a fines de 2019 cuando localizó su estrategia en nuestro territorio al comenzar a adquirir contenido local en exclusiva (Gerlach & Sánchez, 2021) y de paso, anunció también su decisión de instalar un *data center* (El Mostrador Mercados, 2019). En octubre de ese mismo año comenzaron las manifestaciones del denominado “estallido social” o “revuelta social”<sup>41</sup> en Chile, abriendo el debate sobre la necesidad de un cambio constitucional después de tres décadas desde el retorno a la democracia. Dentro del audiovisual, este diálogo se plasmó principalmente a través de encuentros sociales llamados “cabildos autoconvocados”, organizados por áreas profesionales o campo cultural para debatir temas políticos (Peirano, 2020), como ocurrió en el Cabildo Cultural Ciudadano, el Cabildo Audiovisual en Santiago<sup>42</sup> y varias instancias más

---

<sup>40</sup> Elena Neira llama de esta manera a “la ofensiva de varias compañías del entretenimiento (...). Es la antesala de la televisión del futuro, de una audiencia cada vez más fragmentada como consecuencia de la multiplicación de contenidos y controlada por grandes conglomerados mediáticos”.

<sup>41</sup> Estallido, revuelta, insurrección...: Y usted, ¿cómo le dice al 18 de octubre?

<https://www.latercera.com/la-tercera-domingo/noticia/estallido-revuelta-insurreccion-y-usted-como-le-dice-al-18-de-octubre/H5LSKS37AJG6ZOUFRFG3V5EOJ4/>

<sup>42</sup> El Cabildo Cultural Ciudadano se realizó el 31 de octubre de 2019 en el Centro Cultural Matucana 100, instancia convocada por más de 30 instituciones ligadas a la cultura y que sumó más de dos mil personas para reflexionar sobre el lugar de la cultura y la ciudadanía. El Cabildo Audiovisual en tanto, tuvo su primera convocatoria el 6 de noviembre de 2019, se realizó en el Centro Cultural Balmaceda

a nivel regional, mientras en paralelo el mercado de los servicios de *streaming* avanzaba vertiginosamente. Como veremos a continuación, el anuncio de las nuevas estrategias de las plataformas presentes en Latinoamérica implicó un nuevo paso para la industria audiovisual chilena. Tras casi una década desde el inicio de sus acciones específicas para consolidar su internacionalización, coronada con los premios Oscar obtenidos en 2016 y 2018, Chile pasó de ser un mero espectador a un jugador activo. Aunque inicialmente solo Movistar Play había comunicado oficialmente su intención de destinar presupuesto para producir contenido original en Sudamérica, algunas empresas productoras chilenas ya estaban confirmando acuerdos con Amazon Prime Video. Este hito formalizó la entrada de una nueva fuente de financiamiento para la producción nacional proveniente de empresas del hemisferio norte, en un contexto económico que históricamente había mostrado un bajo porcentaje respecto a la contribución privada en comparación con la estatal en la industria audiovisual. Por lo tanto, esta evolución no solo amplió la visibilidad internacional de la creatividad local, sino que también sumó antecedentes a la participación activa y estratégica de Chile en la producción a nivel global.

## **6.2 Originales *Made in Chile*: La apuesta del *streaming* por el mercado local**

La irrupción de las plataformas de *streaming* en el mercado chileno no solo representó una nueva opción de catálogos para el consumo audiovisual, sino también una oportunidad transnacional para la exhibición de contenido local. Sin embargo, el mayor impacto percibido por las empresas nacionales se manifestó en la posibilidad de acceder a fuentes privadas de financiamiento directo para la creación de series y largometrajes mediante el establecimiento de colaboraciones con estudios internacionales. Esta revisión se adentra en la materialización de esta expectativa, centrándose en cómo las decisiones tomadas por las empresas productoras locales facilitaron la colaboración con dichos *streamers*.

Fábula tras lograr el premio Óscar por “Una mujer fantástica” en 2018 sumó garantías a la ficción realizada en Chile. Esta productora de los hermanos Pablo y Juan de Dios Larraín fue fundada en 2004, mismo año de la promulgación de la ley de fomento del sector, y desde entonces venía consolidándose como una de las empresas líderes -sino la más reconocida- en cuanto a calidad y volumen en el rubro del cine nacional<sup>43</sup>.

---

Arte Joven y posteriormente en la Universidad Academia de Humanismo Cristiano. Una de sus organizadoras fue Tehani Staiger, quien desde 2009 fuera vocera de la Plataforma Audiovisual.

<sup>43</sup> Fábula también produce publicidad, como lo hacen varias productoras nacionales y así tener un flujo económico permanente en complemento al financiamiento de las películas.

Pero las consecuencias de este hito no solo comenzaron a mostrar un impacto para sus proyectos de películas. En 2015 se había integrado a su equipo Ángela Poblete, quien fuera productora ejecutiva en Chilevisión y jefa de desarrollo de contenido en TVN, con la misión de crear una división de televisión para producir contenido con los canales nacionales y en alianza con la empresa española Secuoya, cuya especialidad eran los formatos<sup>44</sup>. Los cuatro años previos a esta decisión venían marcados por la obtención del Oso de Plata en el Festival de Berlín con “El Club” y la producción de la serie “Prófugos” para el canal de cable HBO. Para ese entonces, el productor Juan de Dios Larraín, declaró que se estaba entrando al “peor momento de la televisión. Hay un tema de transformación social, que los contenidos se ven de otra manera. Pero la televisión siempre va a existir (...) y también los contenidos de ficción entretenidos. Y nosotros tenemos vocación por ocupar ese último espacio” (Plant, 2015). Ese proyecto, individualizado como otra empresa bajo el nombre Fábula Televisión, realizó programas para varios canales locales<sup>45</sup> de corte reality, investigación periodística y documental (Produ, 2021), hasta finales de 2018, cuando anunciaron su asociación con la distribuidora Fremantle y la productora argentina Kapow, para producir “La jauría”. Este proyecto venía apoyado por un fondo CNTV en conjunto con TVN (Hopewell, 2018) y en enero de 2020 Amazon Prime Video lo comunicó como una de sus primeras series originales en Chile (Cooperativa.cl, 2020a). Tres meses después anunció también la serie “El presidente”, coproducción de Fábula, con Kapow y Gaumont (Hopewell & Lang, 2020).

Esta arremetida de Amazon para competir localmente se vio complementada ese año con la incorporación del chileno Matías Amoçain como ejecutivo de desarrollo para Chile, Colombia y Argentina en su planta. Hasta entonces él se había desempeñado como director de asuntos creativos en Fábula Televisión, y por lo tanto, había participado en las dos primeras series originales para esta plataforma mencionadas anteriormente, que se estrenaron ese mismo 2020 (García-Huidobro, 2020). Su integración se sumó a la llegada de otros profesionales de la industria de origen nacional; en 2017 había arribado a este *streamer* la economista Javiera Balmaceda, quien previamente fue directora de programación de HBO y que en 2021 asumió como encargada del contenido original de Amazon para Latinoamérica, Canadá, Australia y Nueva Zelanda (Produ, 2022). En 2021 también hizo su ingreso el ex Fábula Juan Ignacio

---

<sup>44</sup> Según la RAE, un formato corresponde al conjunto de características técnicas y de presentación de una publicación periódica o de un programa de televisión o radio. Entre los formatos principales con los que ha trabajado se encuentran programas de entretenimiento, series de ficción, largometrajes, realities y transmedia.

<sup>45</sup> *La Vega* (reality que tuvo tres temporadas) y *Viral: luces y sombras en la web* para TVN; *Grandes pillos* (documental), *Se busca: asuntos de familia* (investigación periodística) y *El jefe en tus zapatos* (adaptación de *Undercover boss*) para Chilevisión, entre otros programas.

Correa, como productor ejecutivo para los originales de Chile y Argentina<sup>46</sup>. Por lo tanto, como existían personas que conocían la industria nacional dentro del equipo Amazon, esto se podría entender como una señal positiva para que el cupo -o al menos la comunicación directa- de las productoras locales con Amazon no se perdiera en este primer periodo de inversión financiera para originales en Chile.

Ángela Poblete<sup>47</sup> describe que para concretar los primeros contratos con Amazon, el prestigio del reciente Oscar colaboró, pero en complemento a otra estrategia.

“Fábula estaba en la cresta de la ola y también creo que supimos atachar al talento adecuado. Trajimos a Lucía Puenzo a ‘La jauría’, trajimos a Armando Bó (a ‘El presidente’) y fue bien clave para el impulso de los proyectos. Nosotros podríamos haber hecho el camino de ir al mercado y presentarnos con todos y partir desde cero, y lo que hicimos fue estratégicamente asociarnos a una productora argentina. Junto con ellos salimos a vender y eso nos facilitó un montón, hizo como un *fast track*, para que fuera mucho más rápido el proceso de venta”.

A esto ella agrega el reconocimiento al alto estándar de las producciones chilenas en el extranjero, a partir de su calidad artística y técnica, y no caer en una falsa humildad.

Pero antes que Fábula diera el paso a inaugurar su área de televisión, en Chile existían otras productoras que venían realizando frecuentemente series de ficción, destacando entre ellas Parox<sup>48</sup> de Sergio Gándara y Leonora González, Invercine<sup>49</sup> de Macarena y Matías Cardone, y Wood<sup>50</sup> de Andrés Wood. Entonces, cuando comenzó esta carrera por acceder al nuevo financiamiento otorgado por los *streamers*, estos actores también tomaron lugar dentro de un panorama que se estaba gestando previo al 2020, principalmente a través de la experiencia obtenida, o *networking*, en los mercados internacionales de televisión y porque la relación con los canales locales se había deteriorado. De hecho en 2016, mientras Fábula Televisión llevaba pocos meses de existencia, las duplas de hermanos Cardone y Wood decidieron fusionarse dando paso a Invercine & Wood.

---

<sup>46</sup> Fechas definidas por perfil de LinkedIn: <https://www.linkedin.com/in/juanignaciocorrea/>

<sup>47</sup> Entrevista a Ángela Poblete, 27 de septiembre de 2023.

<sup>48</sup> Hasta 2016 Parox había producido las series “Gen Mishima” (2008), “Los archivos del cardenal” (2011-2014), “El reemplazante” (2012-2014) y “Bichos raros” (2016).

<sup>49</sup> Hasta 2016 Invercine había producido las series “12 días que estremecieron a Chile” (2011), Bim Bam Bum (2012) y “La canción de tu vida” (2014).

<sup>50</sup> Hasta 2016 Wood Producciones había producido las series “Los 80” (2008-2014) y “Ecos del desierto” (2013).

Previo a esta sinergia empresarial, María Elena Wood<sup>51</sup> tenía su propia productora originalmente llamada Ingenio Visual<sup>52</sup>, desde la cual realizaba documentales. Además había trabajado en TVN produciendo programas culturales y periodísticos, y desde el rol de directora de programación había desarrollado series de ficción financiadas por el CNTV, tales como “Los archivos del cardenal” (2011-2014) y “El reemplazante” (2012-2014).

“A fines del 2015 nos percatamos que lo que nos gustaba hacer en televisión eran series *premium* para *prime time* y que iban a sufrir un deterioro presupuestario importante desde los canales de televisión, por la situación económica de los medios y en particular de la televisión abierta en Chile. Entonces con Andrés Wood y Patricio Pereira, que es productor de los dos, evaluamos si yo volvía a hacer mis documentales y Andrés sus películas de ficción, o hacíamos un intento de internacionalizarnos”. Su primera acción al respecto fue hacer participar a la serie “Ramona”, dirigida por Andrés Wood, en destacados festivales de televisión en Europa. “Y nos fue increíble. Ganamos premios en distintos lugares importantes. Nos seleccionaron en *screenings* muy relevantes en Cannes, en FIPA<sup>53</sup> nos ganamos el premio a la mejor serie dramática y mejor actriz. Entonces sumamos a la marca de mi hermano como cineasta la producción de calidad en televisión. Y eso nos abrió las puertas al mercado internacional”.

En medio de ese proceso fue cuando tomaron la decisión de fortalecer áreas que sentían que tenían más débiles y que identificaron esencialmente respecto al marketing, lo que dio origen a su invitación a los Cardone para formar su nueva marca. A través de esta alianza vieron la luz dos proyectos financiados por CNTV: “Mary & Mike” (2018) junto a Chilevisión y “Dignidad” (2020)<sup>54</sup>, que tuvo estreno simultáneo en Mega y Amazon (Cooperativa.cl, 2020b). Además, desde 2016 ya trabajaban en el desarrollo de “Noticia de un secuestro” (2022), proyecto al cual Andrés Wood fue invitado por Rodrigo García, hijo de Gabriel García Márquez. Esta serie se concretó como el primer original de Amazon en Colombia pero con la característica particular de que cada departamento era liderado por un profesional chileno.

---

<sup>51</sup> Entrevista a María Elena Wood, 30 de septiembre de 2023.

<sup>52</sup> En 2020 relanzó su productora bajo el nombre de María Wood Producciones.

<sup>53</sup> Festival Internacional de Programas Audiovisuales, Biarritz.

<sup>54</sup> “Dignidad” fue una coproducción entre Invercine & Wood, Story House Pictures (Alemania), Megamedia y la distribución de Red Arrow Studios.



La visión de Poblete<sup>55</sup> respecto a su interés particular de trabajar con los *streamers* concuerda con la de María Elena Wood, identificando como factor inicial la manera en que los canales de televisión estaban tratando a las productoras.

“Era un trato muy unilateral. Cuando te empiezan a ver no como un socio, ni siquiera un empleado, sino que alguien que tiene que cumplir a rajatabla con ciertos preceptos y no había espacio de discusión nutritiva respecto a lo que los contenidos tenían que ser, presupuestos muy acotados, y finalmente terminaban teniendo un poco impacto por el horario en que estaban siendo programados. Había una sensación de quiebre o de final”.

Poblete describe este contexto como una atmósfera próspera para que Fábula empezara a visualizar oportunidades en otros lugares. Un segundo factor en su caso particular fue evolucionar en lo que la empresa venía haciendo durante 15 años, es decir, que la ficción fuera parte de su nueva área de televisión. Y menciona, como tercer factor, pero no menos importante, el impacto que significó la penetración de las plataformas en Latinoamérica.

“La convicción nuestra era que si había alguien que tenía que poner una primera bandera ahí, teníamos que ser nosotros. Entonces empezamos muy tempranamente, lo vimos venir desde el norte hacia el sur. Tuvimos la visión de entender que esto iba a chorrear hacia abajo y que nos pillara preparados con proyectos interesantes que desde lo local pudieran ser atractivos para las plataformas. Y entonces diseñamos un proyecto muy local, que es ‘La jauría’ y uno más panregional, que es ‘El presidente’. Y esas dos fueron nuestras cartas de presentación”.

Por su parte, Sergio Gándara<sup>56</sup> tomó la decisión de salir en busca de un cupo frente a la asignación de presupuesto para producciones en territorios prioritarios de Movistar Play, correspondiente a los países de la costa Pacífico de Latinoamérica.

“Es bien anecdótico y divertido, porque Joanna (Lombardi) asumió su cargo el 1 de agosto del 2018 y yo estaba en su escritorio el 2 de agosto del 2018. Me tomé un avión a Lima y le dije ‘yo quiero trabajar acá contigo’”. El productor de Parox comenta que incluso en el contexto del estallido social todavía no había firmado el contrato para la producción, para lo cual presionaron, decisión en su opinión un poco ‘contracíclica’

---

<sup>55</sup> Entrevista a Angela Poblete, 27 de septiembre de 2023.

<sup>56</sup> Entrevista a Sergio Gándara, 22 de septiembre de 2023.

a lo que estaba pasando en Chile. Respecto a la idea del proyecto chileno a desarrollar, reconoce que para ese momento no tenía ninguna prioridad especial. “Pero sí desarrollé una relación con Joanna en la que fui entendiendo los códigos o los ingredientes que a ella le interesaban incluir en los proyectos que estaba produciendo. Entonces yo veía que había un tema con la historia, como la historia político social y la música que tenían los otros proyectos y así llegamos a la idea de que ‘Los prisioneros’ podía incluir todos esos ingredientes”.

La mención a la relación directa existente con la contraparte de cada plataforma es una constante para todos estos productores. Según Juan de Dios Larraín<sup>57</sup>, esto se explica porque, si bien cambió radicalmente el modelo de negocios, las personas que están en esas plataformas siguen siendo las mismas o son reemplazadas por gente de la misma industria. “Entonces todos cambiamos, nosotros seguimos haciendo lo mismo pero entregándolo a un cliente que empezó a producir mucho más localmente, y a través de internet”. Nicolle Lafaurie<sup>58</sup>, actual gerente de contenido para Chile y Colombia, concuerda con esta idea, al explicar cómo comenzaron a desarrollar originales en nuestro país. “Fábula es una productora líder en Chile, lo más importante para Netflix es la relación con los talentos, y Pablo Larraín y Juan de Dios Larraín pues han sido muy cercanos. Por esta misma relación que tiene Netflix con el mejor talento del mercado, es que empezó a construirse esa relación con Fábula. Y del talento devienen las mejores historias”, comenta respecto a la filosofía de este *streamer*.

A partir de los tres casos mencionados - Fábula, Invercine & Wood y Parox - se puede identificar un rasgo común: la toma de decisiones de todas estas empresas productoras para trabajar con plataformas de *streaming* internacionales proviene del interés de acceder a un nuevo financiamiento directo para producciones de ficción, principalmente seriadas. Dicho interés se justifica por la oportunidad que representaba este fenómeno global para llevar sus contenidos a los servicios online de distribución con otras reglas de geolocalización y exacerbado además por la fragilidad en la relación con los canales locales respecto al financiamiento y diálogo para el desarrollo y programación de ideas creativas. La manera en que este propósito se logra, por una parte, se debe al prestigioso posicionamiento de las producciones chilenas en mercados internacionales hasta 2018. Y por otra, consecuente a lo descrito previamente respecto al factor *networking*, porque quienes en ese momento son asignados como ejecutivos para nuestro territorio, y por lo tanto, seleccionan los proyectos

---

<sup>57</sup> Entrevista a Juan de Dios Larraín, 10 de agosto de 2023.

<sup>58</sup> Entrevista a Nicolle Lafaurie, 3 de octubre de 2023.

que se financian, ya tenían estrechas relaciones de confianza con los productores locales a partir de experiencias laborales previas dentro de la industria audiovisual latinoamericana.

### **6.3 Espejismo desvanecido: Debut y despedida de la burbuja por pandemia**

La transformación experimentada por la industria audiovisual chilena a raíz de la entrada de las plataformas de *streaming* internacionales marcó un punto de inflexión significativo en su evolución en este periodo. Tal como se observó anteriormente, la llegada de estas empresas no sólo aportó al aumento de la visibilidad de Chile en el escenario global de la exhibición, sino que supuso una oportunidad para la producción local respecto a la entrada de nuevo financiamiento de origen privado, dentro de una estructura económica históricamente dependiente del apoyo estatal. A continuación, se explorará el impacto concreto que estas plataformas internacionales ejercieron en el medio audiovisual chileno a partir del año 2020; cómo en tan solo cinco años moldearon la industria, contribuyendo a la reconfiguración del panorama audiovisual nacional y la proyección internacional de la creatividad chilena en medio de la crisis sanitaria mundial a causa del Covid19.

Para fines de 2019 la industria chilena experimentó grandes eventos desde dos frentes distintos. Por una parte, el diálogo político en el Cabildo Audiovisual, donde más de 50 profesionales de diversos oficios, mediante dinámicas participativas, compartían opiniones y propuestas principalmente respecto a la crisis de televisión pública y el rol del gremio ante la renovación de la constitución (González Fajardo, 2019). Paradojalmente, el mismo contexto del estallido social -que conjugó la prolongación de las manifestaciones callejeras con consignas sobre reformas para mejorar las condiciones de vida en el país y la instauración del toque de queda- también provocó la disminución de ofertas laborales y el cierre de las salas de cine en gran parte de Santiago. Por otro lado, la penetración de los *streamers* que también participaban como financistas de contenidos “originales” en Chile, seguía dando señales de progresivo crecimiento mediante el anuncio de nuevos acuerdos con empresas productoras locales para la realización de series de ficción. El único caso contracorriente fue el de Movistar, que en ese mismo periodo dio a conocer su retiro de Latinoamérica aunque en la práctica sólo se concretó a fines de 2021 con la modificación de su estrategia de marca, pasando de ser Movistar Play a Movistar TV y así unificar bajo ese nombre su servicio de TV Paga tradicional y el de *streaming* (Amaya, 2021). “Los Prisioneros” (2022) fue la última serie que se decidió hacer bajo dicha asignación presupuestaria de Telefónica para la región, lo que para su productora Parox se tradujo en el desafío de grabar en horarios cruzados por el

mencionado toque de queda, extendido al año siguiente por la prolongación de la crisis política nacional y potenciado por la llegada del Coronavirus al país.

Durante los primeros días de marzo de 2020 algunos profesionales del área audiovisual<sup>59</sup> trabajaban en el diseño de la campaña televisiva para el futuro plebiscito que en abril definiría si se aprobaba o rechazaba iniciar un proceso para la redacción de una nueva constitución para Chile. Pero así como la pandemia postergó para octubre el referéndum, el Covid19 convirtió al sector audiovisual en uno de los más afectados, especialmente para la producción de ficción durante los primeros tres meses, ya que la principal medida sanitaria de prevención eran las cuarentenas y el distanciamiento físico, lo que imposibilitaba al elenco interpretar escenas con cercanía, intimidad y contacto (Julio & Fernández, 2021). Fábula en aquel entonces era la productora con más acuerdos anunciados y con dos series a punto de estrenarse por Amazon Prime Video<sup>60</sup>. Sin embargo, su productor Juan de Dios Larraín<sup>61</sup> califica de “horrible” ese periodo porque implicó un freno al crecimiento sostenido en el que venían trabajando, especialmente en su área de televisión.

“Paró la facturación, nos obligó a endeudarnos. Salieron los primeros FOGAPE<sup>62</sup> que fueron muy salvadores. Desarrollamos hartos, hicimos una producción que se llamó ‘Homemade’<sup>63</sup> que fue bien interesante porque nos permitió conectarnos con un montón de directores súper interesantes que hicieron cosas desde sus casas. Y luego fue un periodo súper oscuro, muy negro, muy triste, muy doloroso. Aprendimos a producir un año con mascarilla y en overoles<sup>64</sup>, que era bien difícil también. Al principio hubo seis meses donde estuvimos parados y empezamos a producir poco a poco”.

---

<sup>59</sup> La campaña Apruebo Dignidad era liderada por el cineasta Hernán Caffiero y la investigadora de esta tesis fue parte del equipo de producción que trabajó en su realización en la pandemia. En 2021 esta franja fue premiada en los Napolitans Victory Awards, conocidos como los “Oscar” de la comunicación política.

<sup>60</sup> “El presidente” y “La jauría”.

<sup>61</sup> Entrevista a Juan de Dios Larraín, 10 de agosto de 2023.

<sup>62</sup> El Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios (FOGAPE), en la línea Fogape-Covid 19, es un programa de garantía estatal que facilita el acceso a financiamiento de capital de trabajo, en mejores condiciones (ej. tasa y meses de gracia), a las personas naturales o jurídicas, que sean empresarios o empresas, que se hayan visto afectadas producto de la pandemia, cumpliendo los requisitos que establece la reglamentación dictada para esos efectos.

<sup>63</sup> “Homemade (2020) fue un compendio de 17 cortometrajes filmados durante el confinamiento global para Netflix, junto a The Apartment y la distribuidora Fremantle.

<sup>64</sup> En septiembre de 2020 el MINSAL, a través de la validación del MINCAP, aprobó el “Protocolo de manejo y prevención ante el Covid19 para las grabaciones y lugares análogos”. El documento fue elaborado por el SINTECI, el SIDARTE, la APCT, la APCP, la ADOC y la API.

No obstante, la crisis sanitaria tuvo un efecto colateral para los *streamers*; el consumo de contenidos a través de estas plataformas detonó un explosivo aumento, debido a que las personas pasaron más tiempo en casa e incrementaron notablemente su demanda por el entretenimiento en línea, lo que se tradujo en más horas frente a la pantalla en búsqueda de contenido diverso y especialmente en maratones de series. Esto a su vez, desencadenó la necesidad en estas empresas de aumentar la oferta de sus catálogos y acelerar procesos como la definición de sus estrategias regionales en relación a la producción de originales. Particularmente en Chile en ese periodo un 80% de la población se divertía principalmente en su casa, lo que se tradujo en un aumento de uso de redes sociales y de servicios de *streaming* (CADEM, 2022). En reacción a esta tendencia surgió el canal de Youtube “Telenovelas y series” creado por TVN, que operó como repositorio sin estrategias de interacción y transmedia (Julio & Fernández, 2021), mientras que específicamente para el cine surgieron varias iniciativas como alternativa al cierre de las salas físicas. Por una parte, las cadenas y los espacios independientes implementaron sus propios VOD para ofrecer su cartelera, como ocurrió por ejemplo con Cinépolis Klic, la Cineteca Nacional y la Red de Salas de Cine, ofreciendo esta última un catálogo de cortometrajes, largometrajes y series en modalidades FVOD, SVOD y TVOD (El Mostrador Cultura, 2020). También hizo su aparición en el mercado el emprendimiento nacional de AVOD, Riivi. En otros casos, hubo películas como “Tengo miedo torero”<sup>65</sup>, que decidieron apostar individualmente por un estreno en *streaming* a través del sistema experimental de PuntoTicket. Pero la experiencia más destacada de ese periodo fue la revalorización de Ondamedia, plataforma dependiente del MINCAP existente desde 2017, y que para esa fecha ofrecía acceso gratuito<sup>66</sup> a más de 300 producciones de ficción, documental y animación chilenas. Dadas las condiciones específicas proporcionadas por el confinamiento, para fines de 2020 había aumentado seis veces su cantidad de reproducciones, pasando de 360.450 en 2019 a 2.254.376 en 2020 (MINCAP, 2021). En este reposicionamiento, Ondamedia fue dado a conocer como el “Netflix chileno”, sin embargo el servicio no ofrecía series, situación que fue cubierta para fines de ese mismo año con el lanzamiento de CNTV Play. Administrada por el organismo del mismo nombre, ofrecía producciones premiadas por el fondo desde sus 28 años de creación<sup>67</sup>. Por otro lado, para

---

<sup>65</sup> Dirigida por Rodrigo Sepúlveda, en septiembre se realizó esta única función online que vendió cerca de 55.000 entradas virtuales. Sin embargo, varios usuarios presentaron quejas contra la empresa Puntoticket por interrupciones en la transmisión.

<sup>66</sup> Ondamedia ofrecía ocho tickets mensuales por usuario, pero a fines de marzo de 2020 dio acceso ilimitado a todos sus títulos.

<sup>67</sup> Dentro del catálogo destacaban las anteriormente mencionadas “El Reemplazante”, “Los 80”, “12 días que estremecieron Chile”, “La Jauría” y “Dignidad”.

2020 las plataformas internacionales activas con más suscriptores en Chile eran Netflix, Amazon Prime Video, HBO y Disney+<sup>68</sup> (Julio & Fernández, 2021).

En el ámbito de la producción, y más específicamente para las compañías productoras que venían estableciendo relaciones cercanas con las plataformas de *streaming*, el aumento de la demanda implicó una reactivación económica. No obstante, ocurrió en un contexto sumamente desafiante debido al fuerte impacto del virus y sus repercusiones en el desarrollo de las grabaciones.

Para Ángela Poblete<sup>69</sup>, ese giro provocado por la pandemia significó un nuevo impulso para Fábula.

“La primera etapa fue de mucho encierro pero pronto se generó una bisagra donde todos salimos a hacer los proyectos que habíamos venido desarrollando y ahí se generó este *boom*, donde hicimos muchas producciones”.

En 2021 la productora de los hermanos Larraín entró a rodaje de distintos nuevos proyectos de series con Amazon, como la segunda temporada de “La jauría” y “El presidente”, junto con “Sayén”, su primera trilogía de películas de acción; con Netflix hicieron “Ardiente paciencia” y “42 días en la oscuridad”, sus primeros originales para cine y series respectivamente, mientras que para HBO realizaron el servicio de producción de la segunda temporada de “Los spookys”<sup>70</sup>. Sumado a todo esto, tras concretarse el acuerdo con Starz/Pantaya<sup>71</sup> para realizar la serie “Señorita 89” en México, decidieron abrir una sede en su capital<sup>72</sup>, por ser el país donde más recursos eran destinados por los *streamers* para contenido en español en el

---

<sup>68</sup> CDF Estadio es mencionada como la quinta plataforma por los autores, sin embargo no se contabiliza para este estudio por no corresponder con el tipo de contenidos analizados. En cuanto a la suscripción, Netflix estaba presente en un 88,7% de los hogares con al menos un servicio de streaming, luego Amazon Prime Video con un 40%, Disney+ con 23,3%, HBO GO con 17,6%, CDF Estadio con 8,1% y otros con 11,3%.

<sup>69</sup> Entrevista a Angela Poblete, 27 de septiembre de 2023.

<sup>70</sup> La serie “Los spookys” (2019-2022) fue un servicio de producción para HBO. Los rodajes de la primera temporada y segunda fueron apoyados por el IFI Audiovisual Nacional de CORFO 2017 y 2019 respectivamente.

<sup>71</sup> Starzplay era una plataforma internacional que desde fines de 2022 cambió su nombre a Lionsgate+, salvo para países como EE.UU o Canadá. Por su parte, Pantaya fue un servicio para espectadores de habla hispana en Estados Unidos con un catálogo abastecido también desde Lionsgate y que en 2022, tras su adquisición por parte de TelevisaUnivisión fue fusionado con Vix. Con ambas empresas, Fabula realizó la serie de ciencia ficción “El refugio” (2022), ambientada en México pero rodada en Santiago de Chile durante la pandemia.

<sup>72</sup> La decisión fue tomada en 2020 y ya contaba con un espacio físico, sin embargo esta oficina fue inaugurada oficialmente para la industria en 2022.

continente<sup>73</sup>. Juan de Dios Larraín<sup>74</sup>, quien en 2017 ya había instalado oficina en Los Ángeles para producir cine dirigido por realizadores de Latinoamérica y Europa, comenta los pros y contras sobre la toma de decisiones en ese tiempo.

“Lo recuerdo como un momento que nos hizo pensar mucho qué hacíamos, cómo sobrevivir, fue un espíritu de sobrevivencia, pero también un momento complicado porque como la gente estaba en sus casas consumía mucho contenido, entonces las plataformas comenzaron a necesitar mucho contenido. Pero era muy difícil hacerlo y tomaba mucho tiempo y era más caro”.

Efectivamente, la apuesta por aumentar la oferta frente a la demanda de entretenimiento en línea tenía nuevas implicancias como consecuencia de rodar en plena crisis sanitaria, porque por ejemplo, “antes de la pandemia no existía un seguro Covid, entonces las producciones no tenían ese rubro analizado en sus presupuestos y uno creería que es un detalle menor, pero no, porque por supuesto fue altísimo”, añade Nicolle Lafaurie<sup>75</sup> desde Netflix.

Mientras Fábula apostó por su expansión internacional, en 2021 Parox cerró el acuerdo para “Vencer o Morir”, la primera serie de Amazon en Chile de producción original, que fue rodada entre noviembre del 2022 y febrero del 2023 y cuyo estreno se proyecta para 2024. Por otra parte, la sociedad Invercine & Wood ese mismo año realizó “Noticia de un secuestro” en Colombia para Amazon, pero desde 2020 los hermanos Wood habían retomado su camino con sus propias empresas para futuros proyectos. Mientras la productora de Andrés Wood tuvo que reducir drásticamente su tamaño debido a la crisis, la de María Elena Wood se mantuvo en su tamaño pequeño, con los tres integrantes que ya la conformaban pero trabajando desde sus casas. En cuanto a las características de este cambio en la industria local, esta productora<sup>76</sup> ejemplifica cómo percibió la dinámica en su relación con Prime Video.

“Cuando nosotros partimos la negociación con Amazon, nuestra contraparte estaba en Los Ángeles, si bien Javier Serna era argentino, vivía en Los Ángeles. Y en un momento dado aparecen personas específicas para los mercados. Javiera Balmaceda que toma América Latina, contratan a Matías Amoçain para ver Chile, Argentina y

---

<sup>73</sup> En 2020, España y Brasil, sin considerar las coproducciones, fueron los principales productores de series para plataformas de streaming, con 41 y 37 títulos, y en 2019 con 29 y 23 respectivamente. En 2020 siguieron creciendo y superaron a México que se mantuvo en los 18 de 2019. Anuario OBITEL 2021.

<sup>74</sup> Entrevista a Juan de Dios Larraín, 10 de agosto de 2023.

<sup>75</sup> Entrevista a Nicolle Lafaurie, 3 de octubre de 2023.

<sup>76</sup> Entrevista a María Elena Wood, 30 de septiembre de 2023.

Uruguay, a Camila Misas para ver Colombia y México. Entonces nos empezamos a entender con locales latinoamericanos, no me entendí más con Los Ángeles. Entonces ahí hay un crecimiento claro y un interés claro. Pero posteriormente, a fines del 2021, ya la cosa se está viendo compleja para las plataformas y viene una retracción”.

La visión de Ángela Poblete sobre este rápido auge es que se debe a que “se creó una ilusión de que podíamos consumir en estas plataformas más de lo que realmente somos capaces de consumir en un escenario de vida real”. Como señalan los autores del capítulo “Chile: Archivo, *streaming* y recuperación en cámara lenta”, tras la parálisis de 2020, el 2021 significó un regreso a una “nueva normalidad”, dentro de un contexto país que además seguía fuertemente marcado por el proceso de una nueva constitución desde 2019<sup>77</sup> (Julio et al., 2021), y del mismo modo el resto del mundo comenzó a recuperar sus rutinas pre pandemia y con ello se pudo reencontrar con otros panoramas de entretenimiento fuera de su hogar. El análisis de Juan de Dios Larraín sobre este rápido cambio de paradigma en la industria audiovisual es lo que se ha conocido coloquialmente como “la burbuja”, referido a dicha ventana de tiempo en que las plataformas comenzaron a producir originales y licencias en países como Chile, que hasta hace pocos años no eran un objetivo dentro del mercado.

“Los *streamers* generaron una burbuja, crearon un montón de trabajo que mucha gente se incorporó a esta industria, y ahora se están contrayendo. Y eso trae por consecuencia que se produce mucha cesantía, y que hay menos proyectos. Es un movimiento permanente, un devenir de lo audiovisual, que se produjo bajo un modelo de negocios que era ‘produce mucho contenido, mientras más contenido produzcas, más suscriptores vas a tener’ y de la plata no te preocupes”.

De igual manera, Sergio Gándara<sup>78</sup> considera lo ocurrido como consecuencia de un “sobre *stock*” de contenido en las plataformas.

“Finalmente no cambió drásticamente la proporcionalidad del mercado para cada una de ellas. O sea, siguió siendo preponderante Netflix, Amazon logró encontrar una tajada del *pie*, digamos acotada, y HBO también. Surge esta experiencia que está como focalizada en el norte de América que es Vix, que tiene esta unión entre Televisa y Univisión, pero en realidad no se modificó de manera drástica el panorama, por lo

---

<sup>77</sup> Situación prolongada hasta 2023, ya que en diciembre de este año se realizará un nuevo plebiscito respecto a la segunda propuesta de carta magna en tan solo cinco años.

<sup>78</sup> Entrevista a Sergio Gándara, 22 de septiembre de 2023.



tanto muchos sobre produjeron para poder ganar una tajada del mercado y a la hora de tener que pagar tuvieron que esconder ese contenido. Porque ese contenido también implica un gasto en impuestos, y sobre todo afectan los balances. Si tú quieres tener un liderazgo en la bolsa, no puedes aparecer con pérdidas permanentes, entonces para no aparecer con pérdidas, mejor esconder en lo que gastaste”.

En mayo de 2022 Fábula estrenó “42 días en la oscuridad” en Netflix y se registró como el mayor éxito de una serie nacional producida para plataformas, llegando a ser la séptima más vista entre las de habla no inglesa<sup>79</sup>, mientras que en junio comenzó el rodaje de “Llévame al cielo”, primera serie original para Disney+. Pero en contraste a estas señales de avance para la producción local, internamente Netflix comenzó a mostrar fracturas en abril cuando experimentó la baja de 200 mil suscriptores, lo que resultó en una fuerte caída en el mercado bursátil. Esta tendencia se repitió en julio, cuando perdió casi 1 millón de usuarios, aunque las proyecciones iniciales eran el doble de esta cifra. Durante el segundo trimestre, la empresa se vio envuelta en controversias debido al despido de más de 300 empleados como parte de una estrategia para reducir costos. A pesar de estos desafíos, la compañía afirmó que esperaba recuperarse de estas pérdidas para el siguiente trimestre (Jerez, 2022). Además en Chile, a diferencia de la situación de 2021 cuando la entrada de HBO Max y Star+ no la había afectado significativamente, ese año se observó una notable disminución en las suscripciones de Netflix junto con un importante crecimiento de HBO Max y Star+. A pesar de esto, se mantenía como la plataforma con mayor presencia a nivel nacional, aunque Prime Video se encontraba a solo dos puntos de diferencia (Julio et al., 2023). Disney+ por su parte, para noviembre de 2022 si bien siguió superando las estimaciones en nuevos suscriptores, su propietaria The Walt Disney Company tuvo una caída en sus acciones debido precisamente a la inversión realizada para crear contenido y competir en el mercado del *streaming* (J. Hurtado, 2022).

Como resultado, se evidencia que el impacto de las plataformas de *streaming* internacionales para el medio audiovisual nacional en este periodo se caracterizó principalmente por la generación de una “burbuja” producto del aumento del consumo de contenido en VOD durante la pandemia. Como enfatiza OBITEL en su capítulo "Tema del año: la ficción en tiempos de pandemia", el Covid19 aceleró procesos que venían germinando de años anteriores (Julio et al., 2021), lo que pudimos observar a través de la inversión de dinero propio para rodajes locales por parte de los principales cuatro *streamers* presentes en Chile<sup>80</sup>, desde mediados

---

<sup>79</sup> Dato proporcionado por el Anuario OBITEL 2023, obtenido a su vez de la cuenta de Netflix Chile.

<sup>80</sup> Netflix, Amazon Prime Video, HBO y Disney+.

de 2020 hasta mediados de 2022. El receso o enlentecimiento de la producción que prosiguió en 2023, y que revisaremos a continuación, obedeció a una crisis global del sistema, es decir, a la explosión de dicha burbuja, y no producto de un mal desempeño por parte de las empresas chilenas que han trabajado con estas plataformas.

#### **6.4 Navegando el 2023: Reformulación estratégica de la industria en crisis**

Tras el volátil escenario presentado en el capítulo anterior, concluido con la explosión de la burbuja generada por la pandemia respecto a la expansión del *streaming*, la industria audiovisual nacional recibió el 2023 inmersa en la incertidumbre en torno a su toma de decisiones. Este nuevo capítulo se adentra en la posible reformulación estratégica del sector frente a la crisis experimentada por las plataformas a nivel global, que en específico exploraremos mediante el enfoque de proyectar la articulación intersectorial público-privada, destacando su relevancia para la sostenibilidad de la inversión privada en este ámbito dentro del contexto chileno. Este análisis busca exponer las dinámicas y estrategias emergentes que persiguen establecer un camino hacia la estabilidad y el crecimiento en un período afectado por la crisis social y sanitaria que ha forzado, en apenas cinco años, a la constante reconfiguración del panorama de la producción audiovisual.

Como resultado de tendencias de largo plazo y movimientos cíclicos, Srnicek (2018) señala que estamos inmersos en una sociedad capitalista donde la competencia y la búsqueda de beneficios establecen parámetros generales a nuestro entorno. La caída en el mercado bursátil que afectó progresivamente a todos los oferentes de servicios de *streaming*, se debió a que los efectos de la pandemia se desvanecieron en la sociedad y las personas regresaron a la oficina para trabajar, junto con la inflación que también afectó fuertemente a los consumidores, reduciendo el gasto discrecional (Forbes, 2022). Respecto a las tres empresas líderes a nivel global<sup>81</sup>, para Prime Video y Disney+ la situación se distingue de la de Netflix principalmente porque estas dos plataformas son divisiones de los conglomerados multinacionales Amazon y The Walt Disney Company, respectivamente, lo que implica que enfrentan la crisis desde perspectivas distintas. Según estimaciones de Jeremy Bowman (2022), Amazon destina la mitad de los ingresos de membresía Prime<sup>82</sup> en su plataforma de

---

<sup>81</sup> Según FlixPatrol, fuente que examina periódicamente las compañías con más suscripciones, Netflix es el servicio de *streaming* con más clientes en 78 países. Lo secunda Amazon Prime Video, con 200 millones de miembros, manteniendo además su liderazgo en 5 países, incluidos Estados Unidos y Canadá. Disney+ es el tercero, con casi 162 millones y líder solo en India.

<sup>82</sup> Bowman calcula \$30 mil millones en ingresos provenientes de Prime y otros negocios de suscripción como Kindle Unlimited, Audible y Amazon Music. Por lo tanto, estima que Amazon está dejando solo

*streaming*, gastando aproximadamente \$15 mil millones de dólares en contenido audiovisual en 2022, superando a sus competidores, incluido Netflix del que se esperaba \$13.6 mil millones de dólares de inversión de forma amortizada. Pese a que Prime Video no monetiza directamente, salvo en casos particulares de TVOD, el argumento de este enfoque diferenciado es la visión de utilizar este beneficio para atraer a miembros de Prime, o como dijo alguna vez su fundador, Jeff Bezos: "Cuando ganamos un Globo de Oro, nos ayuda a vender más zapatos"<sup>83</sup>. En el caso de The Walt Disney Company, tras la pandemia el crecimiento más destacado se ha visto en su división de Parques, Experiencias y Productos<sup>84</sup> (Maas, 2023), mientras Disney+, tras una alta inversión para la producción de originales, perdió \$1.500 millones de dólares durante el último trimestre del año pasado (J. Hurtado, 2022) y 4 millones de suscriptores en los primeros tres meses de 2023 (Maas, 2023). Luego del reciente periodo de prosperidad, y con la certeza que el factor común de este modelo de negocios se mide en número de suscripciones (SVOD), cada plataforma ha probado diversos métodos para afrontar la crisis, mediante los recortes de sus producciones originales, el retiro de contenido de sus catálogos, la cancelación de proyectos y más recientemente, la introducción de planes con publicidad (AVOD), además del aumento de sus tarifas de suscripción (Tones, 2023). Netflix por su parte, tras la retirada de 970.000 suscripciones a comienzos de 2022, reforzó su decisión de terminar con el modelo anterior de cuentas compartidas y aplicar un cobro adicional por persona fuera del hogar principal (BBC News Mundo, 2022), en coherencia a su calidad de empresa dedicada exclusivamente al *streaming*.

Amazon Prime Video fue el primer *streamer* en apostar por la producción de originales en Chile, algo que para comienzos de la pandemia se consolidó con la asignación del ex Fábula Matías Amoçain para el desarrollo de contenidos en nuestro territorio. La decisión de tener ejecutivos regionales es parte de una estrategia para alcanzar un mejor conocimiento de local cultural, de tendencias y comportamiento del mercado, así como facilitar la negociación, coordinación y gestión con las productoras de acá. Sin embargo, a finales de 2022 esta estrecha relación sufrió un duro golpe con la súbita muerte de Amoçain, evento que se sumó al dramático descenso en el precio de las acciones de Amazon<sup>85</sup>. En consecuencia, Camila Misas, quien hasta entonces se desempeñaba como ejecutiva para contenidos originales de

---

USD \$15 mil millones para otros beneficios de Prime, como envío en dos días y devoluciones gratuitas, el principal impulsor de la membresía.

<sup>83</sup> Según Angela Watercutter en Wired, la cita fue dicha en 2016, durante la Conferencia Vox Code. <https://www.wired.com/story/amazon-old-school-hollywood/>

<sup>84</sup> La reactivación y crecimiento para este tipo de negocios es una clara señal de la actual priorización de panoramas recreacionales tras los recientes años de encierro, lo cual desplaza a los domésticos como el consumo de VOD.

<sup>85</sup> Según Forbes, el 8 de julio de 2021, las acciones de Amazon alcanzaron un máximo histórico de USD \$186.57. Luego cayeron a USD \$95.50 al 1 de diciembre de 2022.

Colombia, asumió también para Chile y Argentina a comienzos de este año, junto con la instauración de un nuevo enfoque de austeridad de la compañía mediante el cual se suspendieron cerca de 27 proyectos en América Latina<sup>86</sup>. Asimismo, Disney a nivel global se propuso eliminar 7 mil puestos de trabajo, provocando la reducción de planta en la sede regional de Argentina y el cierre de las oficinas de Chile<sup>87</sup> y de Colombia a finales de junio de este año (Mezzer, 2023). Por su parte, en paralelo a este escenario de retracción, Netflix apostó por la continuación de los originales, asignando a Nicolle Lafaurie<sup>88</sup> como ejecutiva de series y películas específicamente para Chile y Colombia en octubre de 2022.

“La ventaja que tiene Netflix, a diferencia de otros *streamers* o plataformas, es que ha tenido un camino mucho más antiguo que las otras. Esta es una empresa *content driven* ¿Eso qué quiere decir? A diferencia de los otros *streamers* que tienen más patas de negocio, Netflix básicamente vive y respira para que cada suscriptor, lo que paga directamente, lo vea reflejado en las producciones. Es como una responsabilidad que nosotros de este lado siempre tenemos que buscar, cómo hacemos para mantener la satisfacción y que la gente que esté pagando vea que su dinero está invertido en el lugar correcto. Netflix cada vez va más a lo local y a lo chiquito para que puedan funcionar mejor sus producciones. Mediante la estrategia de “countrificar”<sup>89</sup> hizo mucho más sentido dejar México aparte y pues no hacerlo por género vertical de género, sino por país. En Chile particularmente, lo que más queremos es hacer contenidos de Chile para Chile. Entonces, en esa medida las historias que hemos venido trabajando y escogiendo en el caso, pues de Fábula, que ha sido nuestra productora y *partner* más valiosa de la región. Trabajamos en ‘42 días’<sup>90</sup>, en un caso inspirado en hechos reales, que todo Chile conoció, con el que se conmovió y por supuesto, se llevó a cabo de una manera respetuosa, sensible y buscando ese *thriller* y *true crime* llevado con tono chileno para chilenos y funcionó muy bien. De ahí ya fue anunciada el ‘Baby Bandito’<sup>91</sup>, también inspirada en hechos reales, en el robo del siglo de Chile, y tratado con sabor chileno, elenco chileno, talento completamente chileno, para resaltar y exaltar desde la cultura, para que la audiencia se vea reflejada en estas historias”.

---

<sup>86</sup> Dato obtenido en conversaciones informales de trabajo. Se utiliza de referencia pese a no poder dar con la cifra exacta mediante entrevista con Amazon.

<sup>87</sup> En Chile funcionaban áreas de Adquisiciones, Ad Sales, Afiliados, Marketing y Finanzas.

<sup>88</sup> Entrevista a Nicolle Lafaurie, 3 de octubre de 2023.

<sup>89</sup> Anglicismo corporativo proveniente de la palabra *country*, referido a la localización por países. Hasta 2022 la segmentación de ficción para Latinoamérica era por géneros: comedia, drama, Young Adult (YA) y Kids & Family, siendo esta última eliminada en el último periodo.

<sup>90</sup> La serie “42 días en la oscuridad” fue estrenada en 2022.

<sup>91</sup> Serie de género *heist* rodada a comienzos de 2023 y con estreno proyectado para 2024.

Las dos series mencionadas por Lafaurie demuestran que este *streamer* no ha dado señales de retirada sino de estabilidad en su volumen de producción, algo que también se comprueba en el número de películas que ha realizado con Fábula entre 2021 y 2023<sup>92</sup>. Un antecedente a este sostenimiento podría justificarse en que, pese a las críticas que enfrentó su sistema de suscripciones, a comienzos de 2023 repuntó en cuanto a nuevos miembros y es la única plataforma que ha declarado ganancias en el segundo trimestre (Neira, 2023). Sin embargo, el balance general del año sigue siendo de incertidumbre, especialmente para las empresas locales respecto a las posibilidades de mantener el interés en Chile en relación al financiamiento privado por parte de los *streamers* para la producción nacional. La postura de María Elena Wood<sup>93</sup> es que este año el mercado se ha estabilizado a costa de inversiones más pequeñas, entonces “ahí es donde nos vemos todos afectados”. Desde Parox, Sergio Gándara<sup>94</sup> agrega el factor de que las grandes empresas de telecomunicaciones del mundo comenzaron a absorber los estudios y los servicios de *streaming*, condicionando mucho el mercado y enlenteciendo la demanda de contenidos.

“Yo creo que en este momento cada *streaming* está decidido a detenerse en la inversión y están buscando su identidad propia. Y en esa búsqueda de la identidad, los productores tenemos muy poca información de cómo ir acercándonos a las plataformas para ofrecer nuevos contenidos”.

No obstante, su visión se contrapone en cierto sentido con la de Ángela Poblete<sup>95</sup>, que subraya otros puntos a favor y en contra sobre la misma situación.

“Las plataformas han ido sofisticando sus sistemas de estudios, ‘su algoritmo’. Y cada una ya tiene un poquito más claro cuáles son sus aspiraciones, hacia dónde va, cuáles son sus públicos, cuál es el público al que pueden llegar y por lo tanto también los *briefs* son más claros, lo que hace es que se restrinjan un poco las oportunidades creativas más experimentales, pero por otro lado, trabajamos también con más data, con más certezas en definitiva. Algo que es bien importante es que las plataformas siempre nos ven como un socio creativo, como un portador de un valor creativo”.

---

<sup>92</sup> Los tres largometrajes originales de Netflix son: “Ardiente paciencia” de Rodrigo Sepúlveda, rodada en 2021, “El conde” de Pablo Larraín en 2022 y “La homicida” de Maite Alberdi en 2023.

<sup>93</sup> Entrevista a María Elena Wood, 30 de septiembre de 2023.

<sup>94</sup> Entrevista a Sergio Gándara, 22 de septiembre de 2023.

<sup>95</sup> Entrevista a Angela Poblete, 27 de septiembre de 2023.

Desde la experiencia trabajando con los *streamers*, la directora del área de televisión de Fábula valora la consideración que existe hacia las productoras como socios clave, a diferencia de la relación competitiva que anteriormente tenían con la televisión abierta tradicional, ya que las plataformas dependen de sus servicios para producir este contenido original en los distintos territorios mientras que los canal también producían. Sin embargo, respecto a las posibles restricciones creativas en este nuevo ciclo se enlaza con lo observado por María Elena Wood, que a modo de ejemplo menciona la decisión de Amazon de no hacer más series y dedicarse solo a películas, en especial de géneros más específicos.

“Hay una decisión de ir por contenidos masivos y a mercados masivos. ¿Y eso qué implica? Implica que la selección de contenidos empieza a ser muy similar a la de la televisión abierta. Lo que era mayoritariamente presupuestos dedicados a ficción, un poco documental, hoy día están abiertos a hacer *reality*, hacer programas de juegos, de concursos. O sea, el *non script*. Entonces esa evolución la vas viendo también en los mercados. Por ejemplo, Conecta Ficción<sup>96</sup> que se dedicaba antes solo a series de ficción, ahora le pusieron ‘Conecta Ficción y Entretenimiento’. Entonces hay *pitch* de programas de entretenimiento, llámese *reality*, concurso, etcétera”.

Juan de Dios Larraín<sup>97</sup> también reconoce este cambio de dirección en la naturaleza de los contenidos previstos para un futuro cercano por parte de las plataformas, advirtiendo que los proyectos están adoptando un enfoque más “televisivo”, inclinándose hacia géneros como comedia o terror, perdiendo así la sofisticación y la curaduría que antes los caracterizaba. Esta transición sugiere una resistencia por parte de los productores que originalmente prospectaron estas alianzas para crear series de ficción más afines a la tradición cinematográfica de autor que ha destacado a Chile a nivel internacional, pero con la ventaja del ingreso de este financiamiento privado y la capacidad adquirida por estos modelos de producción afines a los códigos de Hollywood. De este modo complementa:

“Yo creo que lo que ha aportado Netflix y Amazon a Chile, y Apple en México, es que hay una cultura de producir, de reportar, el tema de la contabilidad de los cierres. La industria se ha escalado mucho por prácticas que vienen de afuera. El ejercicio de filmar siempre se ha hecho de manera similar, pero todo el manejo de los números se

---

<sup>96</sup> Conecta Fiction & Entertainment es una instancia de mercado profesional e internacional enfocado en la creación, desarrollo, producción, financiación, emisión, marketing y comercialización de contenido televisivo y se realiza anualmente en España.

<sup>97</sup>Entrevista a Juan de Dios Larraín, 10 de agosto de 2023.

ha profesionalizado mucho. Nosotros cuando hicimos 'Prófugos' era todo muy a pérdida. Hoy en día es todo online, hay mucha rigurosidad”.

A este antes y después de la llegada de los *streamers* como inversionistas a la industria nacional, Sergio Gándara agrega una mirada más crítica sobre cómo se han capitalizado las experiencias de estos últimos cinco años por parte de las productoras nacionales.

“Para serte bien sincero, yo soy bastante pesimista, porque creo que nos encontramos un poco de sopetón con esta realidad de que venía gente con mucha plata a financiar cosas con mucho despliegue de producción, y por lo tanto hubo un universo audiovisual que se hiper especializó. Efectivamente hoy hay capacidad logística y técnica de nivel global pero no se desarrolló ningún modelo de negocio que le diera cierto soporte a esta experiencia de crecimiento de técnicas especializadas, entonces no tenemos hoy los instrumentos que todos los otros tienen para poder hacer de Chile un territorio atractivo. Chile no es competitivo en el contexto latinoamericano para ser un polo de producción interesante, y no por la calidad técnico-artística, sino que porque no existe un desarrollo de política pública que le de soporte a eso. O sea, lo único atractivo realmente de Chile para poder hacer producciones audiovisuales internacionales es que la moneda es relativamente estable, pero es una condición muy específica. Para decirlo de alguna manera explícita, Chile no es territorio prioritario para nadie”.

Dentro de las ventajas de Chile como polo de producción internacional, Juan de Dios Larraín destaca el nivel de los técnicos y la diversidad de climas para la oferta de locaciones. No obstante, también menciona como problemas nuestra lejanía geográfica, la capacidad actual en infraestructura que “no resiste más de tres o cuatro producciones grandes en simultáneo”, pero por sobre todo, comparte el mismo diagnóstico expuesto por Gándara sobre la necesidad de mayor participación del Estado para la sostenibilidad de la industria frente a los *streamers*. Todos los productores entrevistados para este estudio coinciden en que el principal desafío siempre ha sido el tamaño del mercado en Chile con sus 18 millones de habitantes, en comparación con países más grandes de Latinoamérica como México y Brasil, pero que sí puede existir un crecimiento del sector mediante el impulso de incentivos fiscales para atraer inversiones extranjeras. Sobre este punto, Angela Poblete enfatiza la urgencia de que la industria audiovisual sea considerada como un sector relevante de la economía, y por lo tanto establecer políticas públicas que nos permitan atraer más inversiones al país.

“Toca poner incentivos de otra naturaleza, porque de lo contrario nuestro ancho de banda va a ser muy limitado, vamos a quedar en un margen de lo que nosotros seamos capaces de traer no un esfuerzo conjunto por hacer crecer esta industria. No vamos a ser capaces de traer producciones internacionales grandes y que miren a Chile como un competidor interesante en comparación con otros países de la región que sí tienen incentivos súper importantes, que hoy día se están convirtiendo en los polos más importantes de producción en países aún más pequeños que el nuestro, como por ejemplo Uruguay, o de un tamaño similar como Colombia”.

Una de las medidas tomadas desde la asociatividad para dialogar con el Estado al respecto fue la reunión que se celebró en julio de este año con el vicepresidente de CORFO, José Miguel Benavente, solicitada para exponer argumentos en relación a la reactivación del instrumento denominado Programa para Iniciativas de Fomento Integrado (IFI) en su línea Programa de Apoyo a Inversiones Audiovisuales de Alto Impacto, dependiente de la Gerencia de Redes y Territorios, promulgado el 20 de junio de 2017 y que se discontinuó a fines de 2019. En dicho encuentro participaron representantes de la Academia de Cine, APCT, API y CinemaChile<sup>98</sup>, donde se abordaron los éxitos de la extinta herramienta IFI en Chile y el *cash rebate* en la industria audiovisual mundial, resaltando la importancia de fomentar la diversificación de las fuentes de financiamiento, sobre todo abriendo oportunidades desde el sector privado con normativa proveniente del Estado. Por su parte Benavente, ya familiarizado con el tema, expresó su preocupación por evitar el *dumping*, como se conoce al uso de fondos públicos para subsidiar empresas extranjeras. María Elena Wood, presente en esa reunión, comprende la aprehensión por parte del representante de CORFO, pero recalca que los incentivos fiscales presentes en otros países de la región, como el *tax* y *cash rebate*, han demostrado que tienen valor porque potencian el desarrollo de varios sectores económicos, como el turismo, además de generar más fuentes de trabajo en el sector audiovisual. “Si no quieren dar ese incentivo tributario que caiga sobre corporaciones extranjeras, bueno, creemos un sistema de incentivo que genere valor a la producción audiovisual local. Pero generemos algo”. Juan de Dios Larraín, que también asistió a esa discusión, recalca que existen 111 programas en el mundo con beneficios comprobados.

“Pero en Chile, más allá del color político de quién esté gobernando, se hace muy difícil poder avanzar en estos temas, porque no es prioridad, porque cuando es prioridad es muy criticado, porque la gente piensa que el sentimiento generalizado es

---

<sup>98</sup> Los asistentes fueron Josefina Undurraga y María Elena Wood por la Academia de Cine, Juan De Dios Larraín y Andrés Wood por APCT, Ximena Baeza por Cinema Chile, y Miguel Soffia por API.



que se está beneficiando una actividad en particular en algo económico, cuando se debería apoyar al teatro y al ballet y al libro de la misma manera. Pero la mirada de país se convierte en algo mucho más estrecha”.

El resultado de la reunión fue el planteamiento de dos posibles soluciones a esta demanda: adaptar herramientas existentes en CORFO para este propósito o trabajar en la creación de una nueva ley. Sobre la primera opción, Nicolás Mladinic<sup>99</sup>, ejecutivo sectorial de economía creativa de esta institución, entrega su visión sobre los motivos de por qué no se dio continuidad al IFI. Primero, porque probablemente se vio que este instrumento destinaba inversiones muy altas a solo uno o dos beneficiarios, independientemente si los beneficiarios indirectos eran mayores; por lo tanto se decidió priorizar a otras áreas desde un aspecto presupuestario, posiblemente debido a la transición de crisis social a crisis sanitaria. Segundo, porque también se han planteado dudas técnicas sobre la idoneidad de estos instrumentos para intervenir en un sector específico desde la perspectiva de ciertas autoridades de CORFO. Recalca que históricamente en Chile no ha habido gran interés en generar este tipo de incentivos, tanto por consideraciones constitucionales como políticas, y no solo para la industria audiovisual, sino para varias otras. Dada la discusión en torno a una reforma tributaria y la dificultad de ofrecer beneficios fiscales a empresas internacionales con grandes ingresos anuales como son las plataformas de *streaming*, Mladinic ve complicado promover este tipo de incentivo en el actual escenario político.

“Mi opinión es distinta en ese sentido. Soy alguien que de manera individual ha estudiado profundamente el modelo de incentivos a nivel mundial y tengo hartos reparos de cómo se hace en otros países, pero creo fuertemente en que es la gran política que humaniza, que dinamiza el sector audiovisual. La autoridad de turno, si bien entiende el instrumento y le ve el valor al instrumento, tiene reparos porque cree que es una política que no se puede dar. Una, que no puede ser permanente, en el sentido de que si una industria es sustentable no debiese por qué tener instrumentos permanentes, que me parece un cuestionamiento súper válido. Y lo otro, es que incluso si existiera, no debiese ser una política que se debiera de mirar de manera individual, sino de manera más colectiva y más de ecosistema. Es decir, bueno. Además de tener un incentivo, ¿qué otro tipo de políticas podemos tener? ¿Podemos incentivar la creación de estudios? ¿Podemos incentivar la creación de infraestructura si quienes van a ser los privados que se van a hacer cargo? Sí. ¿Cómo estamos viendo el nivel de la profesionalización del sector? ¿Quién se está haciendo cargo de esa

---

<sup>99</sup> Entrevista a Nicolas Mladinic, 29 de septiembre de 2023.

brecha? ¿Quiénes pueden apoyar, apalancar desde el sector privado ese tipo de brechas también?”.

El ejecutivo de CORFO señala que el nivel de exigencia que el *streaming* ha impuesto a la industria local ha sido beneficioso para mejorar estándares, proporcionando una perspectiva sobre cómo escalar negocios desde modelos de referencia donde la inversión privada es fundamental, a diferencia de lo que han sido la predominancia de la subsidiariedad en Latinoamérica y la Unión Europea. Como una respuesta significativa al nuevo escenario destaca el Fondo de Inversiones de Riesgo de Screen Capital, iniciativa respaldado por el apoyo estatal de CORFO. Se trata del primer fondo de capital de riesgo en esta área y alcanza cerca de 20 millones de dólares, de los cuales 13,3 millones son de CORFO en complemento con inversiones privadas (Fajardo, 2022), iniciativa que desde el punto de vista de Mladinic ha permitido al país mostrar un compromiso estatal en el aspecto financiero de proyectos, generando confianza frente a las plataformas. Su cofundadora y socia directora Tatiana Emden<sup>100</sup>, explica que este fondo de inversión en capital de riesgo busca desarrollar la industria a través de vehículos de inversión para luego captar proyectos mediante alianzas estratégicas y productores que de alguna forma son socios.

“Con la pandemia obviamente nos retrasamos harto en la partida, teníamos el fondo levantado y se frenó todo. Pero nos sirvió a la vez para evaluar cómo iba cambiando la industria, cómo se iba adaptando y sobre todo asentar nuestro discurso, para romper lo que desde los últimos años o la relación que se ha generado en los últimos años con estas grandes plataformas, estudios o llámalos como quieras, en donde salen a buscar contenido, con una cartera infinita, y de alguna forma toman tu propiedad intelectual, te la compran 100%, te entregan un margen para producir y luego desaparece de la vista del creador, del productor y de todo lo que sabemos conlleva atrás una producción”.

Este fondo se caracteriza por estar diseñado para producciones de gran escala que cumplan una serie de requisitos para asegurar una pronta recuperación de la inversión, lo que lo hace accesible para pocos proyectos aún pero que a la vez es una condición que apunta a la diversificación de fuentes según el tamaño de cada iniciativa dentro de un mercado como el chileno, que cuenta con pocos recursos provenientes del sector privado. Emden enfatiza que en la modalidad actual de asociación con las plataformas solo algunas pocas empresas locales lograron la confianza con dichas corporaciones para tener un flujo de trabajo constante

---

<sup>100</sup> Entrevista a Tatiana Emden, 6 de octubre de 2023.

y por lo tanto, frente a la reconfiguración del panorama, el modelo requiere de otra parte de financiamiento para ampliar el volumen de la producción, en lugar de solo “originales”. Ya que en este modelo la propiedad intelectual es 100% del *streamer*, recalca que el margen que obtienen las productoras se ha visto reducido debido al estricto control presupuestario de las plataformas, por lo que el 10 o 15% de ganancia que pueden llegar a recaudar actualmente apenas cubre la mantención de costos administrativos de la empresa y no existe otra entrada a futuro para ellas puesto que el total de la explotación queda en manos del inversor pese a haber sido las creadoras de ese contenido.

Respecto a la segunda solución propuesta en la reunión con CORFO, la secretaria ejecutiva del Consejo del Arte y la Industria Audiovisual, Daniela Espinoza<sup>101</sup>, señala que este año, en el contexto de conversaciones con las autoridades del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio y el de Hacienda, se ha planteado la posibilidad de crear un mecanismo para incentivos fiscales. A pesar de la dificultad por la falta de personal para dedicarse a ello en específico, se está avanzando en la elaboración de un estudio tributario que evaluará la legislación chilena, los requisitos, contratos y se comparará con otras naciones para respaldar una eventual ley. Aunque se inició el proceso con el anterior ministro, Jaime de Aguirre, se detuvo a la espera de validaciones y hace pocos meses se retomó con la respectiva aprobación para llevar a cabo la investigación. Espinoza, junto con declararse totalmente partidaria de esta iniciativa, vislumbra que de concretarse algún tipo de apoyo, iría más por el camino de la devolución de impuestos que la de efectivo, por la tradición más estricta y suspicaz que caracteriza la toma de decisiones financieras en nuestro país. Como una alternativa a esta carencia menciona la reciente existencia del Fondo de Inversión Audiovisual (FIA)<sup>102</sup>, diseñado para fomentar la inversión extranjera en proyectos asociados a productoras chilenas, cubriendo el costo de los servicios de preproducción, producción y/o postproducción que se ejecutarán en territorio nacional, con el objetivo de impulsar la reactivación del sector.

“A raíz del financiamiento de FIA a ‘Los mil días de Allende’<sup>103</sup>, a mucha gente se le prende la ampollita de decir: oye, voy con mi serie a esto, porque como no tenemos *cash rebate* aún... En el fondo es lo que se le puede ofrecer a alguien como una especie de *cash rebate*, pero que es concursable y que siempre va a serlo”.

---

<sup>101</sup> Entrevista a Daniela Espinoza, 27 de septiembre de 2023.

<sup>102</sup> La primera convocatoria fue realizada en noviembre de 2022 y la segunda el mismo mes de 2023.

<sup>103</sup> Serie de Parox, coproducida con la empresa española Mediterráneo, además de Aleph, Mente Colectiva y HD Argentina. Además del FIA, recibió financiamiento del CNTV en la categoría de series históricas y fue estrenada en septiembre de 2023.

Además, Daniela Espinoza revela que otra de sus gestiones desde su rol en el CAIA ha sido intentar ser una interlocutora con esas empresas extranjeras para facilitar la ejecución de los rodajes de los *streamers* en Chile, debido a la actual inexistencia de una comisión fílmica.

“Cuando me toca ir al Festival de Cine de Cartagena de Indias a la reunión de Ibermedia, me pongo en contacto con Pierre (Emile Vandoorne) de Netflix y después me contacta Joana (Almeida e Sousa) de Amazon<sup>104</sup>. Y con ellos tengo una conversación y digo, mira, yo sé que no tenemos nada que ofrecer en este momento, pero tenemos toda la disposición. Entonces, antes de tomar una decisión, de evaluar sacar un proyecto de Chile, de evaluar llevárselo, conversemos para ver qué se puede ir haciendo en cada caso. Como ‘no se vayan, por favor’. No estoy ofreciendo plata, jamás, porque no tengo. Pero sí diciéndole que nos interesaba mucho tener *cash rebate*, entonces también que ellos me pudiesen ayudar con la información, los datos que tuvieran. Y ambos me pasaron los estudios que me recomendaban. En el fondo hemos tenido una relación de hartito trabajo”.

Desde una mirada más institucional con comprensión del funcionamiento interno del Estado, Espinoza rescata que tras estas conversaciones con los encargados de políticas públicas de las plataformas existe “mucho mito” en lo que se conversa localmente. “Yo creo que una cosa no quita la otra, tienen que tener con qué poder relacionarse. O sea, nosotros no tenemos incentivos fiscales y estamos filmando igual en Chile, o sea, igual Amazon está produciendo y Netflix está produciendo sus propias series y películas sin incentivo y sin fondo”. A esta reflexión se suma la postura de Netflix, tal como explica Nicolle Lafaurie<sup>105</sup> respecto a su modelo de negocio y la entrada a nuestro territorio.

“Va a ser un alivio en el momento de producir y va a ser que las cosas sean más eficientes si, pero no va a ser determinante para hacer una o dos o tres producciones al año en Chile con respecto a Argentina o Colombia. La única razón por la que nos seguiríamos, honestamente, es la audiencia. Y si a la audiencia le gusta el ‘Baby bandito’ al punto en que abre como una expectativa, nos vamos a ver obligados a satisfacer esa necesidad. Entonces no vamos a poder hacer solo *thrillers*, vamos a tener que también tener acción, *young adult*, *coming of age* y tal. Eso es lo que va a determinar producir o no”.

---

<sup>104</sup> Pierre Emile Vandoorne, director de Políticas Públicas de Netflix y Joana Almeida e Sousa, jefa de Política de Desarrollo Económico de Amazon Studios.

<sup>105</sup> Entrevista a Nicolle Lafaurie, 3 de octubre de 2023.

Sin embargo, la declaración de Netflix se vincula exclusivamente al modelo de originales, sin considerar a los *services* o servicios de producción de ficción, en donde se terceriza la logística del rodaje de producciones extranjeras que eligen filmar en un país diferente al de origen. Las empresas facilitan la realización de proyectos proporcionando asistencia en permisos, locaciones, equipos y otros aspectos necesarios para la filmación, como ocurrió en el caso de las dos temporadas de la serie mexicana de HBO “Los spookys”, realizadas por Fábula en Chile entre 2018 y 2022. Por lo tanto, si la demanda general es aumentar la atracción de capitales extranjeros para rodajes en Chile en general, la existencia de un incentivo fiscal tendría un impacto directo en este segundo tipo de producciones, en concordancia con lo que observó en la reciente versión de Iberseries<sup>106</sup> la directora de fomento del CNTV, Daniela Gutiérrez<sup>107</sup>.

“Las plataformas por sobre todo son un negocio y en Latinoamérica no somos nosotros nomás. Por ejemplo, si hay un 100% total para invertir, el 45 % se da a México, el otro 45 % se da a Brasil y el 10% restante se reparte entre Chile, Argentina, Colombia, Perú y creo que un poco Ecuador, estaba con todo Ecuador en Iberseries. Entonces estamos hablando que este 10 % se reparte en Chile junto con Argentina y Colombia que son tremendos polos de producción, que tienen los tremendos *cash rebate*. Sí, yo creo que efectivamente, en particular el *cash rebate* es el mecanismo que tienen casi todos los países y que no tener en Chile es una desventaja súper concreta. Por ejemplo, yo escuché conversaciones como, ‘ya, bueno, pero deberíamos grabarla en Uruguay. Sí, esta serie está buena, chilena, todo, pero grabémosla en Colombia.’ Esas conversaciones se dan. Y eso es súper malo para nosotros como país, porque estamos hablando de recursos que no se van a gastar en nuestros profesionales, en la banquetera, en el turismo chileno, no quedan capacidades instaladas. Son cosas que se pierden, súper importantes”.

En 2021, Chile fue excluido del ranking global de incentivos para el sector audiovisual al no contar con un *cash rebate*, ausencia que afecta la percepción internacional del país como destino atractivo para inversiones en la industria audiovisual (CreativeLaw, 2023). La representante del CNTV añade que, pese a esta desventaja, aún se mantiene como punto

---

<sup>106</sup> Iberseries & Platino Industria es un evento para el mercado iberoamericano de largometrajes y series en español y portugués. Está organizado por la Entidad de Gestión de Derechos de los Productores Audiovisuales (EGEDA) y Fundación Secuoya.

<sup>107</sup> Entrevista a Daniela Gutiérrez, 10 de octubre de 2023.

diferenciador la buena reputación de Chile en el extranjero, que se caracteriza por ser reconocida como seria, estable y por su producción de alta calidad.

Frente a una crisis el capitalismo de plataformas siempre determina su reestructuración (Srnicek, 2018) para recuperar su rentabilidad económica y el volátil escenario generado por el levantamiento de las restricciones de la pandemia dieron paso a un 2023 que se ha caracterizado por aires de lenta recuperación económica, al igual que la reconfiguración de las expectativas y toma de decisiones de la mayoría de los participantes de la cadena de valor audiovisual en Chile.

Por una parte, los servicios de *streaming* han probado distintos métodos para superar la crisis, mediante ajustes en sus tarifas o recortes en su producción de contenidos y catálogos. Pese a que una de las decisiones más radicales fue la de Netflix, que dio término a las cuentas compartidas, ha logrado consolidarse como líder mundial a nivel de suscriptores y la única empresa de esta categoría en terminar el periodo con números positivos. Esto justifica también por qué precisamente esta plataforma es la única que en Chile ha mantenido su proyección en volumen de producción respecto al pasado auge para los contenidos originales, al mismo tiempo que Amazon ha dado señales de retracción respecto a sus estrategias en nuestro país.

Para las empresas productoras locales por otro lado, la urgencia actual para la reactivación económica del sector es contar con la voluntad del Estado para la creación de una ley de *tax rebate* o *cash rebate* que dinamice la atracción de capital extranjero para rodajes en territorio nacional. Si bien los representantes del CAIA y CORFO comparten la evaluación respecto al aporte que significaría para el desarrollo de la industria contar con incentivos fiscales, también destacan la existencia de otros mecanismos vigentes para el levantamiento de recursos privados internacionales. Sin embargo, la visión de Netflix en relación a su modelo de negocio disipa un poco la teoría de los productores locales, ya que para esta plataforma contar con ayudas estatales aportaría eficiencia pero no es un factor determinante para decidir sus inversiones en nuestro país versus otros de la región.

La respuesta a si la devolución de efectivo o impuestos ayudaría a superar la recesión podría explorarse diferenciando la búsqueda de financiamiento privado según si el tipo de producción es un original y un servicio. Mientras los rodajes de originales están intrínsecamente vinculados a la creación de contenidos por parte de la productora chilena, los segundos precisamente son servicios de producción que se ofrecen a empresas extranjeras que

tercerizan la mano de obra localmente bajo su liderazgo creativo desde roles claves; por lo tanto, al momento de escoger un territorio para dichas grabaciones, entran en juego factores tales como la oferta de locaciones, la capacidad técnica y los beneficios económicos de tipo exención o retorno de la inversión en proporción a lo gastado. Por lo tanto, en esta proyección respecto a la articulación de las demandas privadas hacia la institucionalidad, se podría decir que la generación de nuevos mecanismos de financiamiento sí podrían potenciar el aumento del volumen de la producción, pero principalmente generando una diferencia respecto al panorama actual mediante la vía de prestación de servicios a terceros, ya que la realización de originales está más condicionada a las decisiones corporativas de las plataformas respecto al contenido para cada territorio. Además, en concordancia al prestigio y reconocimiento internacional sobre la calidad de las producciones chilenas, es probable que a medida que el mercado global se recupere de la crisis, los *streamers* continúen trabajando en Chile, lo cual a futuro, de existir un crecimiento en el número de rodajes se genere un nuevo “problema feliz”, como podrían ser la necesidad de mayor especialización en ciertos roles y la capacidad de la oferta en equipamiento e infraestructura local.

## **6.5 Desafíos para la gestión cultural audiovisual en Chile**

El presente análisis de la producción audiovisual en Chile frente a la llegada de la inversión de las plataformas de *streaming* se enmarca en un periodo caracterizado por potentes hitos; comienza en el año del estallido social en Chile, se desarrolla principalmente durante la pandemia que trajo consigo la burbuja especulativa para el mercado global de los *streamers*, y concluye en el devenir de una crisis económica global, todo lo cual nos posiciona en un presente de incertidumbre y reajustes para el campo audiovisual nacional. Este apartado final busca contribuir a la comprensión del fenómeno estudiado mediante la sistematización de experiencias, proporcionando una actualización sobre el estado de la producción audiovisual de ficción en Chile y la creación de conocimiento que a la vez, pueda contribuir a la generación de futuras propuestas de mejoramiento para la industria y fortalecimiento de procesos de desarrollo cultural.

### **6.5.1 Sostenibilidad económica**

Las empresas de *streaming* exhiben variaciones en sus niveles de inversión para la producción audiovisual dado que operan dentro del marco de las reglas económicas del mercado, en conexión con las dinámicas bursátiles. Al tratarse de corporaciones

multinacionales, su principal objetivo radica en obtener beneficios económicos con sus actividades, lo que incide directamente en el ajuste de la asignación de recursos financieros para iniciativas como las producciones audiovisuales en Chile, que además no es un territorio prioritario en volumen respecto al total de la inversión en Latinoamérica. Además, pese a que en la última década hemos comprobado que la industria audiovisual nacional se ha destacado principalmente por la profesionalización de los emprendedores que trabajan en ella, la configuración histórica los ha mantenido expectantes de los subsidios estatales como principal fuente de financiamiento para su ejercicio y el porcentaje de inversión privada no ha crecido pese al contexto normado por la rentabilidad económica propia del neoliberalismo. Por lo tanto, frente al aumento de participantes en contraste a la insuficiencia de fondos concursables y la variabilidad de la inversión de los originales para *streaming*, queda demostrada la importancia de continuar trabajando desde la gestión cultural para la diversificación de los mecanismos de financiamiento para ampliar la oferta según tipos de proyectos junto con el mejoramiento de los instrumentos existentes, que en algunos casos desencadenan la atracción de inversiones privadas como las de las plataformas. A partir de la sistematización realizada en este estudio, se identifican las siguientes alternativas y posibles limitaciones para el financiamiento de series y largometrajes en Chile, tanto desde el sector privado como en colaboración con el Estado.

Según definiciones de Antoine (2023), el mecenazgo cultural se relaciona al aporte de recursos económicos o en especie para el financiamiento de proyectos solo por razones altruistas no comerciales y vinculado al concepto de donación más que al de inversión, mientras que la idea de patrocinio se asocia específicamente a la contribución de una empresa, marca u organización a actividades culturales. En el contexto del mecenazgo cultural para el audiovisual, estos conceptos se amplían mediante los mecanismos actualmente disponibles en Chile, que incluyen las donaciones individuales de personas naturales o jurídicas, así como el financiamiento colectivo conocido como *crowdfunding*. En el primer caso, el instrumento oficial es a través de la Ley de Donaciones Culturales, que tiene como objetivo principal fomentar el desarrollo de la cultura y las artes, incentivando a las empresas y personas a realizar donaciones a proyectos a cambio de beneficios tributarios. Sin embargo, en el caso específico del financiamiento para el audiovisual, esta ley presenta limitaciones para su aplicación, en parte porque los beneficios ofrecidos por proyectos culturales y artísticos de otras áreas ofrecen un impacto social más cuantificable. También porque los costos de una película o serie son elevados y lo recaudado no logra ser suficiente para su concreción, o porque la rentabilidad de la inversión puede ser incierta en comparación a otras disciplinas. Adicionalmente, los porcentajes de crédito ofrecido como devolución por



parte de esta ley igual implica un gasto adicional por parte del donante ya que no cubre el 100% de lo aportado, razones principales por las cuales las producciones nacionales no frecuentan esta vía como opción de financiamiento. En el segundo caso, el *crowdfunding* es un sistema de financiamiento colectivo o micromecenazgo en el cual varias personas aportan a un proyecto para su realización y que se puede clasificar en cuatro categorías: las de donación, consistente en aportes monetarios sin esperar retribución o donde los aportantes reciben un regalo o preventa de algún producto o servicio; y las de inversión, como *el equity*, donde los inversionistas obtienen participación de las ganancias o el *crowdlending*, en el cual reciben intereses y pago de capital a plazo (Del Campo & Muñoz, 2023).

Actualmente existen varias iniciativas de *crowdfunding* por donación mediante plataformas intermediarias gestionadas por privados, pero los aportes pocas veces logran recaudar un porcentaje relevante respecto a los presupuestos para series o largometrajes de ficción, en parte justificado por la poca tradición filantrópica en Chile especialmente para el audiovisual, similar a lo ocurrido con la Ley de Donaciones. De igual manera, en septiembre de este año el Programa ChileCreativo de CORFO en colaboración con LAWGIC Abogados y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) publicó un estudio que se enfoca en el mecanismo de *matchfunding*<sup>108</sup>, el cual propone en tres escalas según perfil de proyecto, la combinación de fondos públicos, apalancados desde CORFO, MINCAP o Sercotec, en conjunto con privados a través de estructuras de *crowdfunding*. Lo planteado en el informe aún requiere de una bajada para que se materialice para un próximo período, sin embargo emerge como un modelo innovador dentro de las tradicionales estructuras de financiamiento colectivo, al sumar al Estado como propulsor de cada iniciativa. Adicionalmente, en la actualidad existen dos modelos concretos de inversión privada que a pocos años de implementación ya comienzan a mostrar resultados para un segmento de las producciones audiovisuales nacionales.

- **Screen Capital.** Esta administradora de fondos de capital de riesgo con apalancamiento de CORFO no invierte directamente en los proyectos sino que a través de vehículos de inversión, y ofrece una doble ventaja respecto al financiamiento directo de los *streamers* para contenidos originales. Por una parte, protege la propiedad intelectual de los productores reconociendo la pertenencia de sus derechos patrimoniales. Y por otra, como requiere habilidades de negociación más allá de la simple licencia a la plataforma, implica expansión internacional, convirtiendo otros territorios en oportunidades de negocio para

---

<sup>108</sup> El informe “Match-crowdfunding. Factibilidad de mecanismos innovadores para el financiamiento de las industrias creativas en Chile” analiza diversos modelos de *matchfunding* en países como España, Francia y Reino Unido, como referencia para una futura implementación local.

atraer inversión, ya sea mediante el capital privado del fondo o por otros medios. El objetivo es hacer que esos territorios resulten atractivos para aquellos que no están suscritos a la plataforma, transformándolos en una participación valiosa en el modelo general, porque según su co directora, Tatiana Emden, el grueso de los retornos resuelven su explotación principal en un 90% los dos o tres primeros años. A la fecha ha gestionado películas como “Memory” del director mexicano Michel Franco que fue estrenada en Venecia y la mexicana de Fábula “Maquíllame otra vez” (2023), escrita y dirigida por el chileno Guillermo Calderón, lo que demuestra que Screen Capital busca proyectos integrados por elementos creativos y talentos de alto reconocimiento internacional que puedan asegurar su rápida financiación y recuperación económica.

- **Banca Ética Latinoamericana.** Mediante la plataforma Doble Impacto ofrece una cartera de proyectos, que tras ser analizados respecto a factores como sostenibilidad financiera, capacidad de gestión del equipo y viabilidad económica, están disponibles para que inversionistas escojan dónde destinar su dinero, con el compromiso de un futuro retorno financiero. Según el “Reporte de Impacto 2016-2020” de esta institución, más de 80 millones de dólares han sido gestionados por su cartera de créditos en Latinoamérica y un 29% de los 26,78 millones totales del sector de Cultura y Educación<sup>109</sup> pertenecen a las Industrias Creativas (Banca Ética Latinoamericana, 2023). En Chile a la fecha se han apoyado 5.900 millones de pesos en el área de Industrias Creativas (Del Campo & Muñoz, 2023) y dentro de los proyectos audiovisuales más recientemente financiados, los dos con mayor asignación presupuestaria corresponden a largometrajes de Fábula, por aproximadamente 200 millones de pesos cada uno<sup>110</sup>. Por otra parte, la Banca Ética también ofrece créditos a empresas del sector con el fin de adelantar el flujo de caja de fondos públicos ya adjudicados o en casos de proyectos con plataformas que requieren de desembolsos previos al pago de la empresa internacional. Tanto en el caso de las inversiones de terceros como los créditos bancarios, es importante considerar que se tratan de préstamos con tasas de interés y plazos determinados para su devolución, que varían según cada evaluación comercial, por lo tanto los proyectos deben responder a

---

<sup>109</sup> Las tres áreas de financiamiento son Naturaleza y Medio Ambiente; Desarrollo Social e Inclusión; y Educación y Cultura, esta última compuesta por Industrias Creativas, Turismo Sustentable y Educación de Calidad.

<sup>110</sup> Se trata de “Maquíllame otra vez” por \$218.114.921, con una tasa de interés nominal anual de 12,40% y plazo de pago a 21 meses y “Brujería” por \$210.705.645, un 9% de interés y 36 meses de plazo. Le siguen en monto de inversión solicitado dos proyectos de serie animada de las productoras Typo y Pájaro, una película en coproducción de Yagán y dos series documentales financiadas por el CNTV, de las empresas Lafken y Punta a Cabo respectivamente, todos con distintos plazos y tasas de interés.

una conjunción de garantías de rentabilidad más criterios sociales, ambientales y éticos para ser escogidos.

Complementariamente y en relación a lo sugerido por varios de los interlocutores de esta investigación, se presenta como oportunidad el desarrollo de incentivos financieros para la atracción de inversión extranjera, siendo el *cash rebate* y *tax rebate* los más utilizados en *Latinoamérica*. Mientras el primero es un instrumento de devolución de dinero proveniente de una parte de los gastos elegibles de una producción audiovisual realizada en una localidad específica, el segundo se refiere a un descuento o crédito fiscal que se otorga sobre los impuestos a pagar basado en esos gastos. A partir de lo propuesto en el informe encargado por CORFO titulado “Consultoría para el estudio de resultados de incentivos territoriales *Cash Rebate* para la generación de producciones audiovisuales con capital extranjero”, en Chile sería aconsejable considerar la viabilidad de adoptar un modelo híbrido similar al implementado en Colombia, que inicialmente introdujo un *Cash Rebate* y posteriormente complementó el sistema de incentivos con un *Tax Rebate*, con el fin de ampliar la atracción a producciones audiovisuales de mayor escala (CreativeLaw, 2023). Conforme a lo recopilado en esta investigación, desde la institucionalidad estatal se menciona la realización de reuniones interministeriales sobre un posible diseño de ley específica para el sector, pero a la fecha no existe un respaldo oficial de avances, entregando señales de que aún no ha sido prioritario por parte de las autoridades de turno. En cuanto al Programa IFI Audiovisual de CORFO<sup>111</sup>, según lo expuesto en la carta al vicepresidente ejecutivo de esta institución para su reactivación y en la cual la investigadora participó como firmante<sup>112</sup>, los cuatro proyectos que lograron ser apoyados por este instrumento de reembolso en efectivo se tradujeron en una inversión extranjera cinco veces mayor a su aporte inicial. Los beneficios también se expresaron en un 25% del gasto directo en contratación de personal artístico y técnico por parte de las empresas productoras locales, recaudaron más de \$700 millones en IVA y más de \$200 millones en impuestos a la renta, el 30% de la inversión se realizó en regiones,

---

<sup>111</sup> Programa para Iniciativas de Fomento Integrado – IFI en su línea Programa de Apoyo a Inversiones Audiovisuales de Alto Impacto dependiente de la Gerencia de Redes y Territorios de CORFO, promulgado el 20 de junio de 2017 y descontinuado a fines de 2019.

<sup>112</sup> La carta a José Miguel Benavente fue enviada por la Academia de Cine de Chile el 18 de mayo de 2023 y los firmantes fueron: Juan de Dios Larraín (Productor *Fábula*, nominado y ganador del Óscar a Mejor Película Extranjera con “No” y “Una Mujer Fantástica”); Maite Alberdi (Directora, nominada al Óscar como Mejor Documental con “El Agente Topo”); Patricio Escala (Productor, ganador del Óscar al Mejor Cortometraje Animado por “Historia de un Oso”); Sebastián Lelio (Director, ganador del Óscar a Mejor Película Extranjera con “Una Mujer Fantástica”); Sebastián Freund, Presidente de la APCT; Bernardita Ojeda (Presidenta de la ANIMACHI); Miguel Soffia (Presidente de API); Florencia Larrea (Productora de “Tengo Miedo Torero”); y el directorio de la Academia de Cine de Chile Giancarlo Nassi (Presidente), María Elena Wood (Vicepresidenta), Michelle Cervera (Tesorera), Lorena Giachino (Directora) y Rebeca Gutiérrez (Secretaria Ejecutiva).

impulsando economías locales como Valparaíso, Calama, Valdivia, Los Lagos y Araucanía; y derivó en otros ingresos para el Estado proveniente de impuestos por cerca de 50 mil dólares en visas de trabajo temporales. Dicha misiva añade que Chile se encuentra en desventaja comparativa con otros países latinoamericanos en el ámbito audiovisual que sí cuentan con *cash rebate*, como por ejemplo Colombia, México, Uruguay, Argentina y República Dominicana, que han experimentado un crecimiento exponencial en su producción audiovisual los últimos años, en concordancia con lo expuesto por parte de los entrevistados previamente. En este panorama, el ejecutivo sectorial de Economías Creativas de CORFO Nicolás Mladinic, señala que una oportunidad más concreta de *cash rebate* durante los próximos años podría ser por la gestión de los gobiernos regionales mediante recursos del Fondo Nacional de Desarrollo Regional (FNDR), como se ha visto en el piloto de IFI anunciado recientemente para la Región de Valparaíso<sup>113</sup>. Sin embargo, la partida presupuestaria para Cultura 2024 correspondiente a Gobiernos Regionales no hace mención a este fondo existente desde 2005 (OPC, 2019).

### 6.5.2 Regulación y políticas culturales

La dinamización de la producción audiovisual en Chile, ya sea mediante apoyos financieros públicos o privados, requiere de la existencia de legislación específica. Por lo tanto, así como se promulgó en 2004 la Ley de Fomento Audiovisual para el diseño de políticas, planes y programas del sector, el principal desafío para la gestión cultural en este ámbito es contribuir permanentemente a la articulación del diálogo entre el Estado y los actores de la sociedad civil para el continuo desarrollo y mejoramiento del “arte y la industria” audiovisual. Específicamente en referencia al financiamiento para la producción, dicha tarea debe abordar la fragilidad del modelo actual, destacado por la burbuja que produjo el *streaming* para la producción local y la crisis económica global generada por la pandemia, generando iniciativas a partir de un diagnóstico que efectivamente reconozca las distintas perspectivas de sus agentes y logre formular propuestas que integren la cobertura de las necesidades primordiales actuales en base al conocimiento histórico empírico vinculado a cada tipo de

---

<sup>113</sup> Para el IFI Audiovisual de Valparaíso se anunciaron 200 millones de pesos destinados a subsidiar producciones de largometrajes, series de televisión, contenido transmitido vía OTT. Específicamente, este programa buscará atraer inversiones audiovisuales internacionales de alto impacto; promover producciones audiovisuales en distintas locaciones chilenas; promover la contratación de servicios logísticos y audiovisuales contratados a proveedores locales; fortalecer el desarrollo y dinamización de la industria audiovisual chilena a través de la generación de empleos directos e indirectos y del aumento de las exportaciones de servicios audiovisuales y, promover el programa en redes internacionales vinculadas a la industria.

[https://www.corfo.cl/sites/cpp/sala\\_de\\_prensa/regional/movil/01\\_09\\_2023\\_ifi\\_valpo](https://www.corfo.cl/sites/cpp/sala_de_prensa/regional/movil/01_09_2023_ifi_valpo)

actividad. A partir de los testimonios recopilados, se identifican los conceptos que abarcan las principales necesidades de los representantes del sector privado y público al respecto.

- **Estabilidad y crecimiento.** Por parte de los productores destaca la necesidad de mayor seguridad en el modelo de financiamiento audiovisual, enfatizando la definición y aumento de un presupuesto anual para Cultura, fechas de apertura claras para postulaciones y la estabilidad de programas como el IFI Audiovisual para el fomento de la inversión internacional como lo han sido los últimos cinco años las plataformas en Chile. Según el informe de CreativeLaw (2023), la variabilidad con la que se implementó el IFI generó dificultades en la planificación de presupuestos para las productoras, limitando su capacidad para evaluar la viabilidad de los proyectos, frente a lo que se recomienda establecer porcentajes claros para facilitar la estimación de contraprestaciones y buscar otros medios de financiamiento. Además se señala que la gestión administrativa del programa resultó complicada para los beneficiarios, sugiriendo la necesidad de un manual instructivo para reportes financieros y modelos de rendición, disponible en español e inglés, entre otros detalles técnicos de su puesta en marcha.
- **Priorización estratégica.** La jerarquización y reducción de metas y objetivos se vislumbra como un aspecto crucial para los representantes estatales, quienes desde su entendimiento sobre el ritmo de funcionamiento interno y las posibilidades que ofrece cada institución buscan poder llevar a cabo una gestión más eficaz. En particular, se examina el impacto de la reciente Política Nacional del Campo Audiovisual 2017-2022, que pese a ser parte de un diseño quinquenal de políticas sectoriales no ha sido renovada. Su enfoque además ha sido objeto de críticas debido a que su contenido abarcaba numerosos ejes sin jerarquización para una planificación concreta. Por lo tanto, para diseñar mejores estrategias y cumplimiento de metas y garantizar su consecución, los ejecutivos del sector público resaltan lo fundamental de establecer prioridades aunque eso no represente medidas concretas a corto plazo para todos los ámbitos de acción del audiovisual.
- **Preservación de la reputación.** Un tercer concepto en el que converge la visión privada y pública es la percepción de que la producción chilena ha logrado posicionar internacionalmente una identidad profesional vinculada a la estabilidad económica y social, la seriedad de sus gestores y la calidad artística y técnica de su trabajo. No obstante, este prestigio construido sobre una base de meticulosidad y formalidad, conlleva una postura conservadora que afecta la toma de decisiones y adopción de

decisiones innovadoras, especialmente en lo referente a la legislación destinada a incentivar el crecimiento económico dentro de este ámbito específico. En palabras del académico y colaborador chileno para OBITEL, Francisco Fernández<sup>114</sup>, “llegamos muy tarde, llegamos tarde a todo y esto es bien curioso, somos tan isla aquí en Chile que incluso cuando pasan cosas fuera, nosotros decimos que ‘eso no nos va a pasar a nosotros”.

### **6.5.3 Participación equitativa**

Ante la llegada de la inversión por parte del *streaming* se comprobó que solo algunas empresas productoras cuentan con el capital social, económico y cultural para establecer relaciones de confianza con estas corporaciones internacionales para asignación financiera. En parte la madurez de una industria puede reconocerse por la subespecialización en su ejercicio, que en el caso del audiovisual se expresa en diversidad de escalas de producción, géneros y formatos, además de nuevas instancias de organización de la sociedad civil en torno a oficios, territorialidad, diversidades de género, entre otros<sup>115</sup>. Sin embargo, bajo la expectativa de conseguir avances respecto a la sostenibilidad económica del sector mediante regulación y priorización en el diseño de políticas estatales, se presenta como desafío concebir el compromiso de Descentralización declarada en la política sectorial tanto desde la territorialidad como el diseño de instrumentos accesibles para el incentivo de otro tipo producciones en complemento a los proyectos para plataformas. En este contexto, los ejecutivos del CAIA y CORFO coinciden en la relevancia de los programas de fomento para el fortalecimiento de empresas que mediante concursabilidad han apoyado a diversos emprendimientos de la industria los últimos años.

### **6.5.4 Preservación de la identidad cultural**

Un último aspecto que se propone como desafío para la gestión cultural audiovisual frente a la penetración del VOD es velar por la mantención y promoción de las creaciones culturales nacionales frente a la influencia dominante de los sistemas industriales de las plataformas con los que estandariza la producción para su eficiencia para cumplir con sus estrategias comerciales corporativas. La necesidad de regulaciones específicas que fomenten la

---

<sup>114</sup> Entrevista a Francisco Fernández, 29 de septiembre de 2023.

<sup>115</sup> Por ejemplo, tras el nacimiento de la Asociación Chilena de Cinematografía surgió Lumbre Colectiva, agrupación de directoras de fotografía chilenas que apuesta por la visibilización y formación de cineastas mujeres y disidencias de género, además de la preexistencia de la red Nosotras Audiovisuales.

creación, distribución y preservación del audiovisual chileno junto a los *streamers*, sin coartar la innovación y adquisición de prácticas foráneas que dinamicen la economía local, se vuelve aún más relevante para salvaguardar la identidad cultural chilena frente a las dinámicas económicas globales. Daniela Gutiérrez<sup>116</sup> del CNTV rescata positivamente la posibilidad que otorgan los servicios de *streaming* de llegar a otros públicos “como un ejercicio de imagen país, exportación del talento”. Pero también menciona como riesgo la posible homogeneización de los contenidos en base a la demanda del mercado, en un momento en que además las producciones seriadas chilenas no cuentan con pantalla suficiente en su propio territorio producto de la crisis de los canales de televisión y la poca asistencia de público a salas en el caso del cine nacional. Adicionalmente, la mayoría de los participantes de este estudio enfatizaron el impacto que la inversión para contenidos de originales por parte de las plataformas ha tenido respecto a la Propiedad Intelectual de las obras nacionales. Para María Elena Wood<sup>117</sup>, el balance no es tan positivo, porque si bien ese dinero asegurado 100% de una sola fuente permite producir creativamente en plazos menores al que toma financiar una licencia, no se quedan con participación de la explotación y entrega muy poco margen de ganancia a largo plazo para la empresa local. Ante esta problemática, Sergio Gándara<sup>118</sup> menciona su cambio en el plan estratégico de la empresa, con la que a partir de “Los mil días de Allende” (2023) apostó por conservar la propiedad intelectual. Tras adjudicarse el fondo del CNTV diseñó la serie como un evento programático involucrando como licenciantes a TVN y la plataforma nacional Riivi como TVOD para su estreno en simultáneo, pero debido a lo reciente de experiencia aún no revela un balance oficial de la propuesta. Desde Screen Capital, Tatiana Emden<sup>119</sup> recalca la necesidad de que las estructuras financieras de los proyectos provengan de fuentes alternativas para preservar la diversidad y la autonomía en la creación cultural. Por su parte, Francisco Fernández lo grafica a través de una conversación que se sostuvo en el marco de la reunión técnica de OBITEL en Buenos Aires en 2022.

“Nos reunimos con productores argentinos, y claramente es otra industria mucho mayor que la nuestra. Sin embargo ahí estaban, mostrando unos números muy fatales, porque se había una cierta situación amenazante de parte de las propias plataformas de *streaming*, en el sentido de que se instalan como buques factoría en el puerto de Buenos Aires, mandan a buscar a todos los talentos, insumos, etcétera, para poder hacer la serie, y finalmente se la llevan y no queda riqueza en ese lugar. Luego Netflix

---

<sup>116</sup> Entrevista a Daniela Gutiérrez, 10 de octubre de 2023.

<sup>117</sup> Entrevista a María Elena Wood, 30 de septiembre de 2023.

<sup>118</sup> Entrevista a Sergio Gándara, 22 de septiembre de 2023.

<sup>119</sup> Entrevista a Tatiana Emden, 6 de octubre de 2023.

la expone pero no dentro del marco de Argentina para el mundo, sino en Netflix para el mundo, con lo cual genera otro efecto”.

El académico finaliza agregando que salvo por algunos estudios puntuales sobre la representación de la identidad chilena en el audiovisual, sería un aporte a la comprensión de este impacto la caracterización del efecto que puede tener “una buena serie” respecto a su contribución en vernos reflejados en un espejo de alcance internacional como son las plataformas de *streaming*.

En conclusión, este apartado final rescata como desafío permanente para la gestión cultural audiovisual los compromisos de Evaluación y Seguimiento señalados por la Política Sectorial (CNCA, 2017, p.16) para verificar el avance y cumplimiento de todas las medidas implementadas. De esta manera, tras la identificación de esta serie de desafíos se espera poder aportar a la comprensión del fenómeno estudiado mediante la sistematización de experiencias, proporcionando una actualización sobre el estado de la producción audiovisual de ficción en Chile y crear conocimiento que pueda contribuir a la generación de futuras propuestas de mejoramiento para la industria y fortalecimiento de procesos de desarrollo cultural.



## 7. CONCLUSIONES

Tras el análisis de la producción audiovisual en Chile durante los últimos cinco años frente a la llegada de la inversión de las plataformas de *streaming*, los resultados de la investigación entregaron un diagnóstico del panorama actual de la industria local tras el contexto de crisis económica y social, para luego proponer una serie de desafíos desde la gestión cultural respecto a su sostenibilidad económica y mejoramiento de sus políticas, velando por la participación equitativa y la preservación de la identidad cultural mediante el fortalecimiento de la articulación público-privada del sector.

El enfoque de este estudio partió de una perspectiva específica y detallada sobre las complejidades de la industria, basada en la experiencia directa de la investigadora como productora, distribuidora y líder gremial. En particular, se consideró su reciente incursión en el área de producción de series para plataformas en Fábula, experiencia que le permitió una comprensión del acelerado auge de proyectos seguido por la rápida crisis del modelo en cuestión de pocos meses. De la evaluación que surgió en este proceso de escucha, se tomó la determinación de investigar las dinámicas vinculadas a la integración de los servicios de *streaming* en la estructura financiera de la producción de obras de ficción, priorizando el estudio de las series, reconocidas como el formato más solicitado durante la pandemia. Además, se planteó el desafío de analizar detalladamente el posible impacto que la incursión de estos nuevos actores, provenientes de los sistemas de estudios asociados a la industria del entretenimiento norteamericano, podría tener específicamente en el ámbito de la producción.

En el período inicial, comprendido entre 2019 y 2020, se logró describir la toma de decisiones frente a las alianzas de empresas locales con las plataformas de *streaming* en torno al negocio de “originales”. Se destaca en este enfoque el fuerte interés de los productores por obtener financiamiento directo, motivado por la oportunidad que ofrecía el auge global del VOD para expandir la difusión digital de sus creaciones, ampliando su alcance geográfico. Este interés se ve acentuado por las tensiones existentes en las relaciones con los canales de televisión locales, tanto en la asignación de recursos económicos como en el diálogo para la concepción y programación de ideas creativas. La consecución de este propósito se fundamenta en dos pilares significativos. En primer lugar, radica en el reconocido prestigio que ostentaban las producciones chilenas en los mercados internacionales hasta el año 2018. En segundo lugar, se vincula estrechamente con el hecho de que los ejecutivos asignados en aquel momento para nuestro territorio, encargados de la selección y financiamiento de proyectos, previamente

mantienen estrechas relaciones de confianza con los productores locales por su participación en distintas actividades de la cadena de valor de la industria audiovisual latinoamericana.

Durante el segundo intervalo, comprendido aproximadamente entre 2021 y 2022, se caracterizó el impacto provocado por la llegada de plataformas de *streaming* internacionales en el panorama audiovisual chileno. Este momento se distinguió por el surgimiento de una burbuja especulativa, impulsada por el notable aumento en el consumo de contenido en línea debido al confinamiento global provocado por el Covid19. Para la industria audiovisual local, este fenómeno se reflejó en la significativa inversión en rodajes realizada por los principales *streamers* internacionales presentes en Chile: Amazon, Netflix, Disney+ y HBO, lo cual se tradujo en un importante aumento en la producción de ficción chilena. Sin embargo, conforme el mundo se adaptaba a una "nueva normalidad" tras el levantamiento de las restricciones de la pandemia, la oferta de VOD volvió a competir con otras actividades de entretenimiento, lo que provocó un derrumbe al modelo de negocio y con ello la desaceleración en la inversión local por parte de las plataformas. El hallazgo en este tramo fue identificar que la explosión de la burbuja fue parte de una reestructuración de la economía a nivel mundial y no se debió a un bajo rendimiento de las empresas chilenas que colaboraron con estas plataformas.

El tercer fragmento emergió de 2023, donde se examinó la sostenibilidad de la inversión privada de las plataformas de *streaming* en Chile mediante la proyección de la articulación intersectorial público-privada. Se identificaron las diversas estrategias que los *streamers* han aplicado para enfrentar la crisis económica desde el año pasado, escenario en el cual Netflix se mantiene como líder mundial en suscriptores y como el único en sostener la inversión directa, y en consecuencia, el volumen de la producción de contenidos originales en Chile. Respecto a las empresas locales, estas consideran como factor clave para la reactivación económica del sector la necesidad de que el Estado propicie instrumentos permanentes de incentivo financiero para la atracción de capitales extranjeros, siendo el *cash rebate* el mecanismo más mencionado porque se ha implementado con éxito en varios países de la región. No obstante los representantes estatales coinciden con Netflix en que dichos estímulos aportarían a la dinamización de la industria local, también destacan que la inversión de las plataformas ha existido sin necesidad de dichos estímulos en Chile. En consecuencia, se detecta que la creación de mecanismos como los incentivos financieros podría potenciar el aumento en el volumen global de la producción audiovisual pero con la particularidad de verse reflejado particularmente en un mayor impacto respecto al volumen de los rodajes por servicios de producción a empresas extranjeras. Además, a medida que el modelo de negocios de las plataformas se estabilice tras sus actuales reestructuraciones, se espera que

estas corporaciones continúen trabajando en Chile, lo que en conjunto con la implementación de un *cash rebate*, podría aumentar los rodajes y generar nuevos desafíos para el sector, como mayor especialización profesional y fortalecimiento de la infraestructura local.

Los hallazgos de este estudio sugieren la relevancia de diversificar las estrategias de financiamiento para la producción local y flexibilizar las expectativas respecto a las alianzas con corporaciones regidas por la rentabilidad de los mercados globales. Además, dado que la producción audiovisual de ficción es una de las más riesgosas comparada con otras actividades productivas de las industrias culturales, acorde a lo propuesto por Getino la protección estatal es clave en el modelo chileno para amortiguar sus desbalances. En respuesta al análisis de las condiciones existentes, surgen por lo tanto distintas observaciones, que pueden ser abordadas como desafíos para la mejora de la gestión cultural en el campo audiovisual.

En primera instancia respecto a la sostenibilidad económica, se presentan las alternativas disponibles alternativas a los subsidios tradicionales, que han surgido los últimos años tanto desde el sector privado como en colaboración con el Estado. Luego, se menciona la necesidad de un diálogo constante entre el Estado y la sociedad civil para el avance en cuanto a regulación y políticas culturales del sector. Para ello, se proponen los conceptos: estabilidad y crecimiento, priorización estratégica y preservación de la reputación, que engloban las principales demandas reconocidas por parte de estos agentes. Asimismo, como desafíos para el mejoramiento de la gestión ante la penetración de las plataformas internacionales, se menciona la importancia de velar por la participación equitativa y la preservación de la identidad cultural mediante el fortalecimiento de la articulación público-privada del sector.

Asimismo, se desprende de la investigación la problemática de Chile como un país con un mercado limitado en tamaño, pero que puede transformar dicha restricción en una ventaja por la posibilidad de gestionarlo a escala humana, aprovechando el talento de sus propios actores para identificar y adaptarse a las necesidades específicas. Ejemplos como la persistencia del cine en la dictadura, la promulgación de la ley de fomento impulsada por la asociatividad gremial - sindical y la atracción de nuevos negocios como las plataformas de *streaming*, demuestran el rasgo distintivo de la identidad chilena en términos de profesionalismo sostenido por el talento local. La afirmación de Amoçain en el Bogotá Audiovisual Market (BAM) en 2018, “Fox, Netflix, Paramount, no son corporaciones solamente, son personas. Se trata de química y confianza. Hay seres humanos al otro lado, personas con obsesiones, historias familiares, gustos personales, cosas que los mueven y valores que los inspiran”

(García-Huidobro, 2020), confirma lo revelado en este estudio: en la industria audiovisual, ya sea a pequeña, mediana o gran escala, los individuos que la componen son el recurso fundamental para mejorar la gestión cultural en este ámbito.

En cuanto a la identificación de los destinatarios de este estudio, se reconocen como principales los profesionales de la gestión cultural con interés en trabajar desde la articulación público-privada. Se espera que el análisis proporcionado sea una contribución al conocimiento existente y sirva como insumo para la toma de decisiones respecto al desarrollo de legislación cultural y políticas públicas, así como en el diseño de iniciativas privadas con especial énfasis en la diversificación y fortalecimiento de las vías de financiamiento para la producción audiovisual.

Para terminar, frente a los cambios que ha provocado la digitalización en las industrias culturales y sus múltiples consecuencias sobre la producción audiovisual, emerge interés en principalmente dos líneas de investigación, derivadas de observar la penetración de las plataformas de *streaming*. Por una parte, la necesidad de actualizar las normativas en cuanto corporaciones multinacionales puedan absorber la mayor parte de un ecosistema bajo estructuras verticales, haciendo desaparecer a los agentes locales de la cadena de valor y prime la estandarización en sus resultados creativos. Teniendo en cuenta lo ocurrido con los canales de televisión abierta hoy manejados por grandes empresas, sin alternativas exclusivas dedicadas a contenido artístico-cultural como ocurre en otros países, se puede trabajar en el fortalecimiento de procesos que velan y protegen la diversidad del ejercicio. En segundo lugar, si bien no se hizo referencia a lo dicho sobre la huelga de los guionistas y actores de Hollywood por parte de los entrevistados en este estudio, el impacto que tendrá progresivamente la inteligencia artificial se presenta como un desconocido abanico de implicaciones dentro del campo de estudios de la gestión cultural.

## 8. BIBLIOGRAFÍA

- Acuña, F. (2007). *Los primeros 50 años de la Televisión Chilena*. Facultad Comunicaciones UC.
- Ahumada, F., & Guerra, N. (2017). *Temas controversiales: Medios televisivos en la dictadura chilena (1973-1990) como material didáctico para la enseñanza de la historia*. Pontificia Universidad Católica de Valparaíso.
- Alvaray, L. (2023). Of how streaming platforms are changing the audiovisual space in Latin America. *Transnational Screens*, 14(1), 1-19.  
<https://doi.org/10.1080/25785273.2023.2170762>
- Amaya, H. (2021). Telefónica unifica bajo la marca Movistar TV su servicio de TV Paga tradicional y el de streaming. *Tabilatam*. <https://tavitam.com/latinoamerica-telefonica-unifica-bajo-la-marca-movistar-tv-su-servicio-de-tv-paga-tradicional-y-el-de-streaming/>
- Antoine, C. (2023). *Mecenazgo y Patrocinio: Clarificando conceptos para la Gestión de Proyectos Culturales*.
- Araya, C., & Arancibia, F. (2020). La binominalización, Piñera y la competencia: Apagón de tele: La gran crisis de TVN. *Doble Espacio*.
- Aresté, J. M. (2021). *La Guerra del streaming. El Ascenso de Netflix*.
- Arreaza, J. M. (2021). Chile entre los 2 mercados latinoamericanos con más interés en plataformas de streaming. *Marketing Ecommerce*. <https://marketing4ecommerce.cl/chile-entre-los-2-mercados-latinoamericanos-con-mas-interes-en-plataformas-de-streaming/>
- Ascencio, E., Grazón, M. T., & López Moya, M. de la C. (2021). Sugerencias para ti. En *Netflix. Una pantalla que te saca de aquí*. Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.
- Asociados Anatel. (s. f.). *La Red*. <https://anatel.cl/asociados/la-red/>
- Ball, M. (2013). Why Netflix is producing original content. *Reuters*.  
<https://www.reuters.com/article/idIN121658487920130613>
- Banca Ética Latinoamericana. (2023). *Reporte—Relatorio Impacto 2016—2022*.
- BBC News Mundo. (2022). Netflix reporta la pérdida de casi 1 millón de suscriptores y anuncia un cobro extra en 5 países de América Latina por cuentas compartidas. *BBC News*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-62230103>
- Bettati, B. (2012). *Why Not? Política industrial para el audiovisual chileno*.
- Bettati, B. (2017). Debate sobre la creación de un canal cultural: Uno de los gestores del proyecto hace sus descargos. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/noticia/debate-la-creacion-canal-cultural-uno-los-gestores-del-proyecto-descargos/>
- Bowman, J. (2022). Is Amazon Wasting Money on Prime Video? *The Motley Fool*.  
<https://www.fool.com/investing/2022/12/10/is-amazon-wasting-money-on-prime-video/>

- Burgess, D., & Stevens, K. (2021). *Taking Netflix to the Cinema: National Cinema Value Chain Disruptions in the Age of Streaming*. 8(1).
- CAACI. (1997). *Acuerdo Latinoamericano de Coproducción*.
- CAACI. (2008). La CAACI. CAACI. <http://cinecaaci.com>
- Cabrera, O. (2017). Aspectos tributarios de las plataformas digitales en Colombia: Actualidad y retos. *Revista de Derecho Fiscal*, 10, 85-101.
- CADEM. (2022). *Los Chilenos y la Entretenimiento*.
- Cavallo, A., Douzet, P., & Rodríguez, C. (1999). *Huérfanos y perdidos: El cine chileno de la transición 1990-1999*. Uqbar.
- CNCA. (2012). *Programa de Apoyo para la Participación del sector audiovisual en mercados internacionales*.
- CNCA. (2016). *Internacionalización del audiovisual chileno: Logros, oportunidades y desafíos*.
- CNCA. (2017). *Política Nacional del Campo Audiovisual 2017—2022*.
- CNTV. (2019). *Correcto funcionamiento de la TV. Parte 1: Historia*.
- Concha, L. (2016). “Prime Video” está disponible para los celulares con sistema operativo iOS y Android. *Duna*. <https://www.duna.cl/noticias/2016/12/14/todo-lo-que-tenes-que-saber-del-nuevo-servicio-de-streaming-de-amazon/>
- Cooperativa.cl. (2020a). Amazon Prime Video anunció sus primeras series originales chilenas. *Cooperativa*. <https://www.cooperativa.cl/noticias/entretenimiento/streaming/amazon-prime-video-anuncio-sus-primeras-series-originales-chilenas/2020-01-24/075106.html>
- Cooperativa.cl. (2020b). Megamedia y Amazon Prime llegan a acuerdo para estrenar serie «Dignidad». *Cooperativa*. <https://cooperativa.cl/noticias/entretenimiento/streaming/megamedia-y-amazon-prime-llegan-a-acuerdo-para-estrenar-serie-dignidad/2020-09-08/085820.html>
- Correa, J., & Pentz, M. I. (2018). *Nunca cumplimos 30: Una historia oral del Canal 2 Rock & Pop*. Libros de Mentira.
- Cortínez, V., & Engelbert, M. (2014). *Evolución en libertad: El cine chileno de fines de los sesenta*. Cuarto propio.
- CreativeLaw. (2023). *Informe Final—Consultoría para el estudio de resultados de incentivos territoriales “Cash Rebate” para la generación de producciones audiovisuales con capital extranjero*.
- Cruz-Coke, L. (2012). Oportunidad de desarrollo. En M. Aninat, *Cultura y Economía I*. Publicaciones Cultura.
- Cruz-Coke, L., Fontaine, J. A., & Gallagher, D. (2012). Industrias creativas, demanda cultural e innovación. En M. Aninat (Ed.), *Cultura y Economía I*. Cultura.

- Del Campo, S., & Muñoz, I. (2023). *Match-crowdfunding. Factibilidad de mecanismos innovadores para el financiamiento de las industrias creativas en Chile*.
- Del Valle, I. (2014). *Cámaras en trance. El nuevo cine latinoamericano, un proyecto subcontinental*. Cuarto propio.
- Délano, M. (1990). La primera televisión privada comienza a emitir en Chile. *El País*. [https://elpais.com/diario/1990/11/19/radiotv/658969205\\_850215.html?event\\_log=oklogin](https://elpais.com/diario/1990/11/19/radiotv/658969205_850215.html?event_log=oklogin)
- El Mostrador Mercados. (2019). En medio de las manifestaciones, Amazon anuncia aterrizaje de una operación en Chile. *El Mostrador*. <https://www.elmostrador.cl/noticias/2019/10/25/en-medio-de-las-manifestaciones-amazon-anuncia-aterrizaje-de-una-operacion-en-chile/>
- Ellis, C., Adams, T., & Bochner, A. (2015). Autoetnografía: Un panorama. *Astrolabio*, 14, 249-273.
- Emol. (2011). Ya es una realidad: Netflix llega oficialmente a Chile. *Emol*. <https://www.emol.com/noticias/tecnologia/2011/09/08/502285/ya-es-una-realidad-netflix-llega-oficialmente-a-chile.html>
- Estévez, G. (2005). *Luz, cámara, transición: El rollo del cine chileno de 1993 al 2003* [Universidad de Chile]. <https://repositorio.uchile.cl/handle/2250/145272>
- Fajardo, D. (2022). Screen Capital: El fondo de riesgo chileno que apuesta por el negocio de la creatividad. *La Tercera*. <https://www.latercera.com/pulso/noticia/screen-capital-el-fondo-de-riesgo-chileno-que-apuesta-por-el-negocio-de-la-creatividad/PNROQPNMNBHLLJOUIAKPZO3H4/>
- FMI. (2000). *La globalización: ¿Amenaza u oportunidad?* <https://www.imf.org/external/np/exr/ib/2000/esl/041200s.htm#II>
- Forbes. (2022). *Amazon Stock News: Amazon Alexa Layoffs, Jeff Bezos Updates*.
- Fuenzalida, V., Julio, P., Suit, S., Souza, M. D., Silva, V., Villalobos, A., Barbano, F., & Aguirre, C. (2007). OBITEL Chile 2006: Tendencias en ficción televisiva. *Cuadernos Info*, 20, 98-115.
- García-Huidobro, S. (2020). El chileno «caza-historias» de Amazon. *Diario Financiero*. <https://www.df.cl/capital/cultura/el-chileno-caza-historias-de-amazon>
- Gerlach, N., & Sánchez, S. (2021). *El impacto de las plataformas de streaming en la creación y producción de series chilenas*. Universidad de Chile.
- Getino, O. (1988a). *Cine Latinoamericano, Economía y Nuevas Tecnologías*. Legasa.
- Getino, O. (1988b). *Cine y Televisión en América Latina. Producción y Mercado*. LOM.
- Godoy, S. (2007). Los años de la siembra. En F. Acuña (Ed.), *Los primeros 50 años de la Televisión Chilena*. Facultad Comunicaciones UC.
- González Fajardo, G. (2019). *Cómo el mundo audiovisual enfrenta el proceso*

constituyente. *CineChile*. <https://cinechile.cl/como-el-mundo-audiovisual-enfrenta-el-proceso-constituyente/>

- Harvey, E. (2005). *Política y financiación pública de la cinematografía. Países iberoamericanos en el contexto internacional*. Fundación Autor.
- Heredia, V. (2022). Contenido original: La apuesta estratégica de las plataformas de streaming. El caso Netflix en Latinoamérica. *URU Revista de comunicación y cultura*, 5, 11-30.
- Herrera, F. (2014). El Desarrollo y las Políticas Culturales en América Latina. *Estudios Internacionales*, 43, 26-46.
- Hesmondhalgh, D. (2002). *The Cultural Industries*. SAGE Publications.
- Hopewell, J. (2018). 'A Fantastic Woman's' Daniela Vega, Lucia Puenzo Join Fremantle, Fabula on 'La Jauria' (EXCLUSIVE). *Variety*. <https://variety.com/2018/tv/global/daniela-vega-lucia-puenzo-join-fremantle-fabula-la-jauria-1202976715/>
- Hopewell, J., & Lang, J. (2020). Armando Bo, Juan de Dios Larrain Talk Amazon's 'El Presidente'. *Variety*. <https://variety.com/2020/tv/global/armando-bo-juan-de-dios-larrain-talk-amazon-el-presidente-1203551633/>
- Hurtado, J. (2022). Acciones de Disney caen debido a que los costos del «streaming» arrastran los beneficios. *France 24*.
- Hurtado, M. de la L. (1985). *La industria cinematográfica en Chile: Límites y posibilidades de su democratización*. Ceneca.
- Jerez, S. (2022). Netflix cumple 25 años: Con altos, bajos y algunas de las series más exitosas de las últimas décadas. *Biobiochile.cl*.
- Julio, P., & Fernández, F. (2021). Comparativo entre países: Reacción y diagnóstico de la ficción iberoamericana frente al Covid-19. En OBITEL, *Ficción Televisiva Iberoamericana en Tiempos de Pandemia. Anuario OBITEL 2021*.
- Julio, P., Fernández, F., Silva, A. B., & Mujica, C. (2022). Chile: Archivo, streaming y recuperación en cámara lenta. En OBITEL, *Transformaciones en la serialidad de la ficción televisiva iberoamericana en tiempos de streaming*. Ediciones Universidad Católica de Chile.
- Julio, P., Mujica, C., Fernández, F., & Bruna, A. (2021). Chile: El año que nos quedamos en casa. En *Ficción Televisiva Iberoamericana en Tiempos de Pandemia. Anuario OBITEL 2021*.
- Julio, P., Silva, A. B., Grassau, D., & Fernández, F. (2023). Chile: La supervivencia de la ficción televisiva de la mano de las productoras. En OBITEL, *Anuario OBITEL 2022: Las productoras independientes y la internacionalización de la producción de ficción televisiva en Iberoamérica*. Ediciones Universidad Católica de Chile.



- Larraín, F. (2012). Cultura y desarrollo económico. En M. Aninat (Ed.), *Cultura y Economía I. Cultur*.
- Larraín Pulido, C. (2010). Nuevas Tendencias del Cine Chileno tras la llegada del Cine Digital. *Aisthesis*, 47, 156-171.
- Liencura, M., & Thiers, T. (2012). *El canal de la Chile: Historia y desarrollo de la corporación de televisión de la Universidad de Chile entre los años 1960-1993*. Universidad de Chile.
- Lillo, D., & Zúñiga, D. (2023). El cine según Pinochet. *Revista Anfibia*. <https://www.revistaanfibia.cl/el-cine-segun-pinochet/>
- Lobato, R. (2018). *Netflix Nations, the geography of digital distribution*. New York University Press.
- Maas, J. (2023). Disney+ Sheds 4 Million Subscribers in Second Straight Quarterly Drop, Streaming Losses Narrow by 26%. *Variety*.
- Márquez, P., & Arciniegas, M. F. (2020). Industria de contenidos audiovisuales y plataformas digitales: Análisis desde el derecho de la competencia. *Thémis-Revista de Derecho*, 78, 457-483.
- Mezzera, P. (2023). Los despidos de Disney en Latam impactan en el área de General Entertainment y oficinas de Chile y Colombia. *CVeintiuno*. <https://cveintiuno.com/los-despidos-de-disney-en-latam-impactan-en-el-area-de-general-entertainment-y-oficinas-de-chile-y-colombia/>
- MIDESO. (2020). *Evaluación Ex Ante—Proceso Formulación Presupuestaria 2022*.
- Miller, T., Schiwy, F., & Hernández Salván, M. (2014). Distribution, the forgotten element in transnational cinema. *Transnational Cinemas*, 2(2), 197-215.
- MINCAP. (2021). *Análisis del cine en Chile y sus audiencias 2020*.
- Ministerio de Educación. (2004). *Ley 19981. Sobre fomento audiovisual*. Diario Oficial de la República de Chile.
- Ministerio del Interior. (1989). *Ley 18838. Crea el Consejo Nacional de Televisión*. Diario Oficial de la República de Chile.
- Neira, E. (2020). *Streaming wars. La nueva televisión*. Libros Cúpula.
- Neira, E. (2021). Quién es quién en la guerra del «streaming»: Netflix, la que inventó el modelo que ahora todos copian. *Business Insider*. <https://www.businessinsider.es/netflix-invento-modelo-ahora-todos-copian-905723>
- Neira, E. (2023). Streaming Wars 2023: Para Netflix, el primer semestre del año no ha sido el fin, sino el principio (de algo nuevo). *Business Insider*. <https://www.businessinsider.es/streaming-wars-2023-netflix-vive-principio-algo-nuevo-1288786>

- Netflix Inc. (2011). Netflix llega a Chile y Bolivia. *PR Newswire*.  
<https://www.prnewswire.com/news-releases/netflix-llega-a-chile-y-bolivia-129447713.html>
- Nunan, T. (2020). 5 Reasons Why Disney+ Is Breaking records While Making History. *Forbes*. <https://www.forbes.com/sites/tomnunan/2020/08/05/5-reasons-why-disney-plus-is-breaking-records-while-making-history/?sh=7ba3a63e2935>
- Núñez, L. (2009). La otra crisis de la televisión que explica los cambios en Canal 13 y TVN. *Emol*. <https://www.emol.com/noticias/magazine/2009/03/27/350899/la-otra-crisis-de-la-television-que-explica-los-cambios-en-canal-13-y-tvn.html>
- OPC. (2019). *Claves para entender el Presupuesto Cultura 2020*.  
[https://docs.google.com/document/d/12ztdcuuPrbodaOS\\_XJLB\\_JA49d4CP44ygr6J5N-AykM/edit](https://docs.google.com/document/d/12ztdcuuPrbodaOS_XJLB_JA49d4CP44ygr6J5N-AykM/edit)
- Peirano, M. P. (2020). Artistas, trabajadores y emprendedores: Disyuntivas y desafíos de la profesionalización del cine chileno. *Antropologías del Sur*, 7, 79-102.
- Peirano, M. P., Gobantes, C., Canales, H., & Machuca, A. (Eds.). (2015). *Chilefilms, el Hollywood criollo: Aproximaciones al proyecto industrial cinematográfico chileno (1942-1949)*. Cuarto propio.
- Plant, I. (2015). Fábula TV: La productora de los Larraín se expande a la pantalla chica. *La Tercera*. <https://www.pressreader.com/chile/la-tercera/20150307/282583081476742>
- Produ. (2021). Ángela Poblete, directora Regional de Televisión de Fábula. *Produ*.  
<https://www.produ.com/semana/mujer/2219>
- Produ. (2022). Javiera Balmaceda: El ojo detrás de las historias locales de Amazon. *Revista digital Napte*. <https://revista.produ.com/javiera-balmaceda-el-ojo-detras-de-las-historias-locales-de-amazon/>
- Rolle, C. (2007). De Televisión Nacional a la televisión nacional. En F. Acuña (Ed.), *Los primeros 50 años de la Televisión Chilena*. Facultad Comunicaciones UC.
- Ross, M. (2012). *South American Cinematic Culture: Policy, Production, Distribution and Exhibition*. Cambridge Scholars.
- Sanabria, J. (2021). Antes de Betamax, TV y nada más: Medios Físicos y Netflix. En E. Ascencio, M. T. Garzón, & M. López Moya (Eds.), *Netflix: Una pantalla que te saca de aquí*. Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas.
- Segan, L. (2012). ¿Cumple un rol el gobierno en el desarrollo audiovisual? En *Cultura y Economía I. Cultura*.
- SESEGOB. (2018). *Ley 21085. Modifica la Ley N° 19.132, de Televisión Nacional de Chile*. Diario Oficial de la República de Chile.
- Smith, M. d., & Telang, R. (2016). *Streaming, sharing, stealing. Big data and the future of entertainment*. The MIT Press.

- Srnicek, N. (2018). *Capitalismo de plataformas*. Caja Negra Editora.
- SUBTEL. (2014). *Ley 20750. Permite la introducción de la televisión digital terrestre*. Diario Oficial de la República de Chile.
- SUBTEL. (2018). *Primera radiografía de consumo de datos de los chilenos revela que se utilizan principalmente en streaming de video* [Sala de Prensa SUBTEL].  
<https://www.subtel.gob.cl/primera-radiografia-de-consumo-de-datos-de-los-chilenos-revela-que-se-utilizan-principalmente-en-streaming-de-video/>
- Telefónica. (2023). Telefónica producirá contenido de ficción original en Latinoamérica. *Telefónica*. <https://www.telefonica.com/es/sala-comunicacion/prensa/telefonica-producira-contenido-de-ficcion-original-en-latinoamerica/>
- Tirado, P. (2009). El cine chileno se hace cada vez mas atractivo para los empresarios. *Economía y Negocios*. <http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=69126>
- Tones, J. (2023). Comienzan las vacas flacas del streaming: Llevamos medio año consecutivo de descenso de producción en las plataformas. *Xataka*.
- Vega, A. (1979). *Re-Vision del cine chileno*. Editorial Aconcagua.

## 9. ANEXOS

### PAUTA GENERAL DE ENTREVISTAS

Muchas gracias por aceptar mi invitación. Mi nombre es Rebeca Gutiérrez Campos y estoy investigando el comportamiento de la producción audiovisual chilena para plataformas OTT, entre los años 2019-2023, como parte de mi trabajo de tesis para finalizar mis estudios en el Magíster en Gestión Cultural de la Universidad de Chile.

Estoy trabajando en la caracterización y análisis de los criterios financieros, empleabilidad y volumen de producción previo, durante y post crisis sanitaria por COVID19 respecto al contenido chileno para plataformas online. Como parte del proceso de investigación, estoy realizando una serie de entrevistas con productores, institucionalidad estatal y representantes de plataformas internacionales de streaming presentes en Chile, con el objetivo de conocer sus experiencias y análisis sobre el estado actual de la industria a nivel nacional.

Su opinión será muy valiosa para comprender su trabajo y le agradecemos enormemente su buena disposición a participar.

En términos prácticos, la entrevista tendrá una duración de aproximadamente 45 minutos y será registrada mediante Zoom, para luego ser sistematizada. Es posible que la información suministrada que los temas o resultados de esta conversación sean publicados, por lo que es conveniente solicitar confidencialidad si alguno de los temas así lo requiere por parte de la organización que representa; tiene libertad para no responder alguna de las preguntas o cerrar la entrevista en el momento que no se encuentre a gusto y de igual forma puedes consultar o rectificar la información en cualquier momento de este encuentro. Si está de acuerdo, comenzamos ahora. (Para este momento se debe activar la grabación indicando fecha, hora y nombre de la persona entrevistada).

## 1. Presentación del/la entrevistado/a:

Ciudad de residencia, institución y cargo, profesión, recorrido para llegar a este tema.

Explique brevemente ¿Cuál fue su trayectoria (biográfica y profesional) para trabajar produciendo contenidos para plataformas de streaming internacionales?

## 2. Organización e implementación:

Cuéntenos sobre la empresa productora / plataforma / institución que representa:

- ¿En qué modelo se inspira su proyecto?
- ¿Cuáles son sus características? Financieras, empleabilidad, producción.
- ¿Cuáles son sus objetivos actuales?
- ¿Qué acciones realizan?
- ¿Cómo han convocado a los posibles socios para producir contenido original para *streaming*?
- ¿Qué dificultades, desafíos y oportunidades vieron desde su comienzo y a la fecha?

## 3. Sobre el comportamiento de la producción para plataformas antes, durante y después de la pandemia:

Según su experiencia:

- ¿Cuáles eran las principales características de la producción chilena para streaming antes de la pandemia? ¿Cuáles son las principales características post pandemia?
- ¿Cuál ha sido el comportamiento de la producción para plataformas desde 2019 a la fecha?
- ¿Cuál ha sido el comportamiento del consumo de sus producciones desde 2019 a la fecha?
- ¿Cuáles son las principales tendencias de consumo solicitadas por las plataformas online?
- ¿Qué ha variado en la planificación de la producción previo, durante y post pandemia? ¿Logran identificar algún hito o variación importante en este tipo de producción desde su inicio a la fecha?

#### **4. Balance y evaluaciones:**

- ¿Cómo evalúa la situación actual de este tipo de producciones?
- ¿Desde su experiencia: ¿Cuáles son los principales desafíos para la producción de contenido original para streaming? Fortalezas, oportunidades, debilidades y brechas del sector.
- A su juicio ¿Cuál es la proyección en cuánto al aumento, mantenimiento o disminución en el volumen de la producción?
- ¿Cómo cree que impactará a mediano y largo plazo que la producción nacional se realice en asociación a plataformas online?

#### **5. Cierre**

¿Quisiera agregar algo más que no haya sido mencionado en esta conversación y que considere relevante para conocer y analizar la producción de contenido audiovisual para plataformas online?

Muchísimas gracias por su colaboración y tiempo, sus aportes serán muy relevantes para, a través de esta investigación, conocer mejor el estado actual de la producción nacional para streaming.