



**ACTA**  
**SESIÓN ORDINARIA N° 1/2021**  
**CONSEJO DEL ARTE Y LA INDUSTRIA AUDIOVISUAL**

En Santiago de Chile, a 12 de enero de 2021, de conformidad a lo dispuesto en la Ley N° 19.981 sobre Fomento Audiovisual, en el ejercicio de las funciones y atribuciones que le han sido encomendadas en los artículos 6° y 7° de dicho cuerpo legal y en su reglamento, y siendo las 14:30 horas, se lleva a efecto la Sesión Ordinaria N° 1/2021 del Consejo del Arte y la Industria Audiovisual, con la asistencia de la Jefa del Departamento de Fomento de la Cultura y las Artes, Claudia Gutiérrez Carrosa, quien preside la sesión, y de los Consejeros Alberto Muñiz, Mauricio Álamo, Roberto Paulsen, Pedro Egaña, Marcela Medel, Nicolás Mladinic y Luz Croxatto. Asiste también el Secretario del Fondo de Fomento Audiovisual, Daniel Laguna Gutiérrez, los funcionarios de la Secretaría Susana Tello, Carlos Basulto, Nicole Pérez, y el abogado del Departamento Jurídico Nicolás Córdova.

**Tabla**

	<b>EXPONE</b>	<b>ACTIVIDAD O TEMA</b>
<b>1</b>	<b>SECRETARÍA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Presentación Estudio Monitoreo</li><li>• Presentación Academia de Cine, estrategia premios OSCAR</li></ul>
<b>2</b>	<b>SECCIÓN ECONOMÍA CREATIVA</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Presentación metodóloga participativa INDUSTRIA.</li></ul>
<b>3</b>	<b>UNIDAD DE DERECHOS DE AUTOR</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Presentación Unidad de Derechos de Autor, logros 2020 y acciones proyectadas 2021</li></ul>
<b>4</b>	<b>VARIOS</b>	

**Desarrollo de la Sesión**

## **1. Secretaría**

### **Presentación Estudio Monitoreo**

La Secretaría menciona que desde el año 2011, el Estado de Chile ha realizado esfuerzos por reunir y consolidar estadísticas del sector sobre las exhibiciones, la concurrencia de los públicos, los diferentes tipos de exhibidores activos, las recaudaciones económicas que generan tales exhibiciones, las empresas distribuidoras activas en el mercado nacional, las principales procedencias de las películas, entre otras variables, lo anterior, con el fin de monitorear la actividad del sector audiovisual y establecer un diagnóstico del comportamiento de sus públicos a lo largo del país.

Continúa diciendo, que se deben establecer las condiciones para continuar con esa tarea, pretendiendo con el Estudio correspondiente al año 2021, dar continuidad a la labor realizada, buscando generar insumos actualizados, confiables y útiles, tanto para la evaluación y diseño de políticas públicas como para la industria audiovisual a nivel nacional.

En relación a los objetivos del Estudio, la Secretaría expone los siguientes: (i) Recopilar y analizar información cuantitativa y cualitativa sobre los largometrajes y cortometrajes estrenados y exhibidos en Chile, en multisalas, salas independientes (espacios culturales, universidades y otros espacios de exhibición) y festivales nacionales, tanto en modalidad presencial como en modalidad virtual; (ii) Recopilar y analizar información cuantitativa y cualitativa sobre los diversos públicos del cine, sus hábitos y consumos culturales; (iii) Realizar un análisis estadístico descriptivo de los datos recolectados por el estudio, con una frecuencia mensual, semestral y anual, a nivel nacional y para cada una de las regiones del país; y (iv) Analizar el funcionamiento de la plataforma chilena de contenidos audiovisuales Onda Media, las que incluyen datos de visitas a la plataforma, visionado, preferencias, formato, género audiovisual, estadísticas y datos generales de sus audiencias, entre otros.

La Secretaría hace mención que durante el mes de octubre se difundió un cuestionario entre los principales informantes del campo audiovisual, para revisar sugerencias a considerar para la elaboración de este Estudio, con la intención de ampliar las variables, incluyendo una visión cualitativa para esta versión. De las respuestas recibidas, la Secretaría se refiere, entre otras, a las siguientes variables a incluir: (i) Hábitos de asistencia y/o visualización online de cine chileno; (ii) Brechas de acceso y participación cultural; (iii) Percepción sobre el Cine Chileno; (iv) Características de los espacios físicos y plataformas digitales de exhibición de cine chileno; y (v) Temáticas y géneros sobre el cine chileno.

La Secretaría expone cuales son los aspectos a incluir en las bases de licitación, considerando la emergencia sanitaria producida por el COVID-19. En relación con las metodologías de trabajo, menciona que se llevará a cabo un trabajo a distancia que permitirá satisfacer los objetivos del estudio, considerando que al momento de la licitación el país aún se encuentre en emergencia sanitaria, con la finalidad que se contemplen otras formas de audiencia, ya sean remotas u online. A raíz de este punto, la Secretaría plantea una serie de preguntas a los Consejeros, con el objeto de determinar que se debería tener en cuenta, para medir la audiencia en el contexto de la crisis sanitaria producida por el COVID-19, sirviendo éstas para determinar la metodología de trabajo que se llevará en este estudio.

La Secretaría solicita al Consejo la aprobación del presupuesto para ejecutar la referida propuesta relativa al Estudio de Monitoreo, que tendrá una duración anual, conforme a las reglas de contratación pública, destinando para ello un monto de \$50.000.000.-

Los Consejeros debaten y comentan sobre la propuesta presentada por la Secretaría, específicamente, cual será el alcance que tendrá el Estudio y proponen, que sean los mismos oferentes quienes entreguen una propuesta sobre cual es la mejor forma de realizar una medición de las audiencias.

**ACUERDO ÚNICO:** por unanimidad de los/as Consejeros/as se acuerda aprobar el presupuesto de \$50.000.000, para con arreglo a las reglas de contratación pública se realicen las gestiones necesarias para la realización del Estudio de Monitoreo del Cine y sus Públicos 2021, en los términos que constan en la presente acta. En virtud de la facultad establecida en la letra m) artículo 9 ley N°19.981.

### **Presentación Academia de Cine, estrategia premios OSCAR**

La Secretaría da la palabra a Giancarlo Nasi, Presidente de la Academia de Cine de Chile, y a Marcela Santibáñez, Productora General de " El Agente Topo", quienes presentan la estrategia de campaña para los Premios Oscar 2021. Entregan un reporte de la votación, en que, en un total de 165 miembros, no participaron 51 miembros y existió un total de 18 votos entre abstenciones y votos blancos; a partir de esos datos menciona que la película seleccionada para representar a Chile en los Premios Oscar, con 59 votos, fue "El Agente Topo", de la directora Maite Alberdi.

Continúan mencionando las etapas de la campaña y sus fechas claves; con respecto a las etapas, la primera, tiene como finalidad lograr que el "El Agente Topo" esté dentro del "shortlist" de las 20 películas que selecciona la Academia para el Oscar a Mejor Película Internacional, para luego en una segunda etapa, la película sea nominada dentro de las 5-6 películas que selecciona la Academia para el Oscar a Mejor Película Internacional (en caso de quedar "shortlisted"); hacen mención también a las fechas claves del proceso, destacando el 9 de febrero como fecha del anuncio del "shortlist" y el 15 de marzo el anuncio de los nominados.

Agregan que la estrategia general debido a la pandemia será una campaña diseñada para ser 100% digital. Con respecto a los objetivos de esta, mencionan que se busca movilizar el voto de los Académicos en la fase del "shortlist" y la nominación; además de querer reforzar la presencia en prensa para lograr un eco que ayude a la campaña; y también la organización de eventos de funciones y conversatorios virtuales de la directora y equipo. Continúan diciendo que los focos de la campaña serán dirigidos en consideración que la película es un documental, por lo mismo, se trabajará especialmente los posibles votos de la Academia de grupos vinculados a documentalistas, mujeres y extranjeros; además de maximizar la difusión con el apoyo de Chiledoc y Cinema Chile, quienes pondrán a disposición de la campaña sus redes sociales y profesionales en la industria.

Agregan que las acciones de campaña dependerán de la etapa respectiva, ya sea para lograr estar en el "shortlisted" o en una posible nominación. En cuanto a las acciones realizadas en la primera etapa, mencionan que el objetivo es lograr estar en la shortlist de las mejores películas internacionales, el cual está conformado por 20 películas, las

acciones a realizar son las siguientes: (i) Contrato estratégico de PR en las 3 zonas claves, es decir, Cinetic en la costa este de Estados Unidos, David Magsdale en la costa Oeste de Estados Unidos y Claudia Tomassini en internacional; (ii) Organización de visionados y conversatorios con figuras importantes de la industria, siendo estos eventos promocionados para toda la academia y moderados por Vctor Kossakovsky, Sebastian Lelio, Rossy de Palma, etc.; (iii) Envío de invitaciones e información de la película a la Academia a través de mailing (eblasts) pagados; (iv) Envío de invitaciones e información de la película a la academia a través de mailing (eblasts) pagados; y (v) Diseño de página web y estrategia de marketing digital a cargo de una agencia digital. En relación a las acciones a realizar en la segunda etapa, hacen mención este escenario existirá en el caso de que la película quede en el shortlist, y su objetivo es que la película logre la nominación a Mejor Película Extranjera, las acciones a llevar a cabo son las siguientes: (i) Continuar con la gestión estratégica de PR en las 3 zonas claves, es decir, Cinetic en la costa este de Estados Unidos, David Magsdale en la costa Oeste de Estados Unidos y Claudia Tomassini en internacional; (ii) Continuar gestionando visionados y conversatorios con figuras importantes de la industria; (iii) Envío de invitaciones e información de la película a la Academia a través de mailing (eblasts) pagados; (iv) Compra de avisaje en medios especializados; y (v) Continuar con la estrategia de marketing digital a cargo de una agencia digital.

Por último, Giancarlo Nasi y Marcela Santibáñez, hacen mención del perfil de los socios con que están trabajando para la promoción de la película, entre ellos se menciona como coproductor a Motto Pictures, publicista a Cinetic Media, como Agente de venta en Estados Unidos a Submarine, a PR Internacional a Claudia Tomassini y como distribuidores a Gravitass.

Se deja constancia que la campaña ha sido previamente revisada y observada por la Secretaría.

Los Consejeros agradecen la presentación y desean todo el éxito a la película "El Agente Topo" como representante de Chile en los premios Oscar y valoran el trabajo realizado por todo el equipo de producción de la película y la Academia de Cine de Chile.

## **2. Presentación Metodología participativa Laboratorio Audiovisual**

Carolina Pereira, funcionaria del Departamento de Fomento de la Cultura y las Artes, Secretaría de Economía Creativa, realiza una presentación sobre el Laboratorio Audiovisual como una metodología participativa de investigación-acción. Señala que la Secretaría de Economía Creativa en conjunto con la Secretaria del Fondo de Fomento Audiovisual tienen el mandato de desarrollar un nuevo Programa de Industrias Creativas, el cual se centra en diseñar e implementar un proceso colectivo llamado "Laboratorio audiovisual" con el objeto de levantar recomendaciones para el diseño del instrumento asociado al Programa de Industrias Creativas.

Agrega que los Laboratorios Investigación-acción, son proceso colectivos y participativos que buscan producir información valiosa y relevante para el diseño de políticas e instrumentos públicos, en donde el conocimiento se construye en conjunto con los actores del ecosistema y a partir de sus percepciones. Menciona que entre

septiembre y diciembre de 2020 se llevó a cabo un laboratorio sectorial, basado en una metodología de diseño participativo que buscó identificar áreas prioritarias de intervención de post Covid-19, a partir de un entendimiento preliminar del ecosistema sectorial y la producción del valor en el sector, y la forma en como se ha visto afectado por la situación actual, realizándose 8 procesos participativos y donde participaron 120 personas provenientes de organizaciones e instituciones públicas y privadas.

Continúa diciendo que, entre los meses de diciembre de 2020 y enero de 2021, se realizará un laboratorio territorial, cuya metodología de diseño participativo busca identificar necesidades para la circulación de emprendedores creativos de cada macrozona del país, realizándose 16 procesos participativos y donde se pretende que participen 160 emprendedores creativos de las 16 regiones de nuestro país.

Agrega que, entre los meses de enero y marzo de 2021 se realizarán dos procesos participativos, en donde se buscará recoger las percepciones de los diversos actores en torno a las prioridades necesarias de fomentar por medio del nuevo instrumento asociado al Fondo de Fomento Audiovisual, en los cuales participará un Consejo Asesor compuesto por miembros del CAIA y actores del ecosistema, los que se definirán en conjunto con el CAIA en una sesión estratégica. En relación con el enfoque metodológico de estas instancias, menciona que se ejecutarán utilizando un diseño de "Resolución de problemas de Doble Diamante", cuyas etapas estarán enfocadas en entender y diseñar; además de entregar un cronograma tentativo de las 12 semanas de trabajo que se proyectan.

Los Consejeros agradecen la presentación realizada y formulan sus consultas respecto del programa presentado.

### **3. Presentación Unidad de Derechos de Autor, logros 2020 y acciones proyectadas 2021**

José Molina, jefe de la Unidad de Derechos de Autor, realiza una presentación respecto de los logros que durante el 2020 se alcanzaron por parte del Ministerio y la Unidad. Señala que se realizaron variadas capacitaciones en derechos de autor, tanto externas como internas a la institución, con una asistencia total de aproximadamente 1000 personas. Otro de los hitos fue la campaña "yo creo" en el derecho de autor, muestra los resultados esperados y obtenidos en la campaña digital: impresiones, clicks y reproducciones; así como también la campaña radial, la cual se enfocó en radiodifusoras de transmisión regional.

Agrega que a nivel institucional se aprobó el instructivo ministerial sobre derechos de autor, que vino a unificar criterios. Se logró un convenio con la Subsecretaría de Prevención del Delito, con la finalidad de facilitar la denuncia de delitos en contra de derechos de autor, mediante la plataforma denuncia seguro. Además se revisaron las bases de convocatorias 2021, en particular las cláusulas relacionadas a derechos de autor, además de revisar lo que se estaba solicitando asegurando la presentación de documentación relacionada cuando era necesario. Finalmente, se actualizó la guía de derechos de autor, encontrándose en la página de fondos de cultura una sección dedicada al tema, donde también puede encontrarse la guía.

Respecto de las acciones proyectadas para este año 2021 detalla que se enfocarán en 3 líneas: (i) Difusión y promoción de derechos de autor, es fundamental en un contexto de alto flujo de contenido digital. Para lograr mejor este objetivo urge un estudio – diagnóstico; (ii) Formación. Educar respecto a los derechos de autor en el contexto de pandemia, en el que existe un alto flujo de contenido digital nos parece de primera necesidad; y (iii) Asesoría Técnica que prestamos al Ministerio en materia de derechos de autor es indispensable para su correcto funcionamiento, con apego al respeto de los derechos de los artistas.

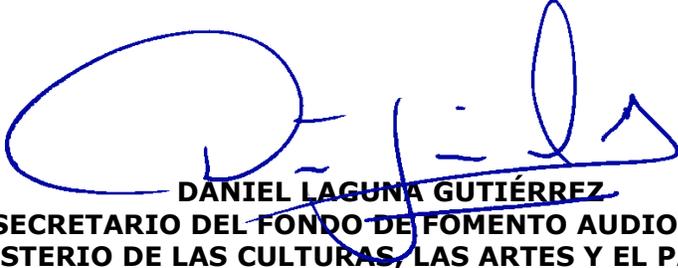
Por último, detalla las acciones concretas que se han previsto para cada una de ellas.

Finalmente se deja constancia que la presente acta, de conformidad con lo establecido en el artículo 1 del Decreto Supremo N° 176, de 2011, que aprobó el Reglamento del Fondo de Fomento Audiovisual, para su validez requiere al menos la firma de la Secretaría del Fondo y de quien preside esta sesión.

Siendo las 16:55 se pone término a la sesión.



**CLAUDIA GUTIERREZ CARROSA**  
JEFA DEPARTAMENTO DE FOMENTO DE LA CULTURA Y LAS ARTES  
SUBSECRETARIA DE LAS CULTURAS Y LAS ARTES



**DANIEL LAGUNA GUTIÉRREZ**  
SECRETARIO DEL FONDO DE FOMENTO AUDIOVISUAL  
MINISTERIO DE LAS CULTURAS, LAS ARTES Y EL PATRIMONIO