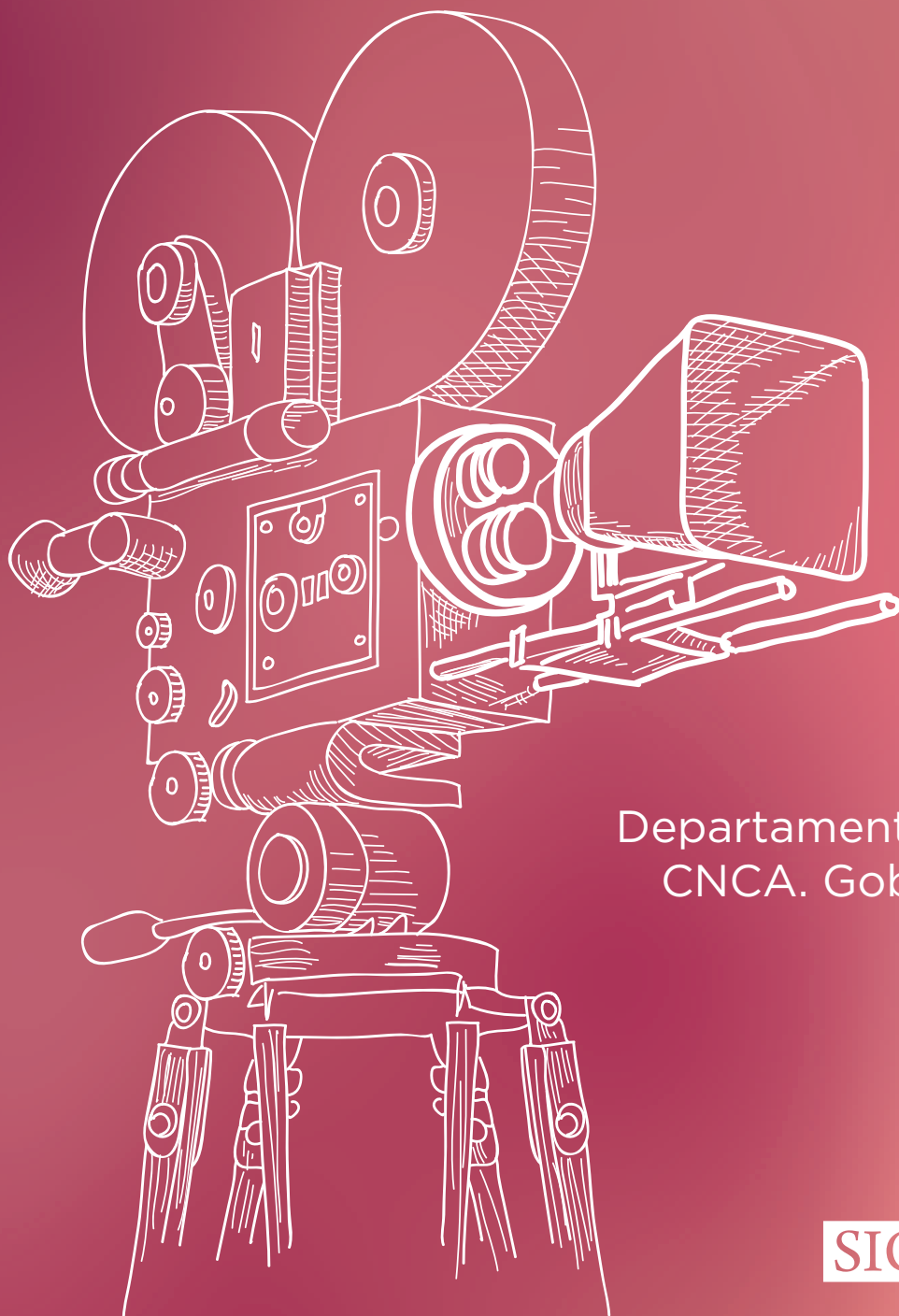


INTERNACIONALIZACIÓN DEL AUDIOVISUAL CHILENO: LOGROS, OPORTUNIDADES Y DESAFÍOS



Departamento de Estudios.
CNCA. Gobierno de Chile

SIC SUR



I. Breve historia de la internacionalización del audiovisual chileno

La internacionalización del audiovisual chileno ha vivido varias etapas. Ya a fines de los 60, las producciones del llamado “Nuevo Cine Chileno”, con exponentes como Aldo Francia y Raúl Ruiz, se hacían presentes en festivales de cine europeos, como el Festival de Locarno, el Festival de Cannes y la Semana Internacional de Cine de Barcelona. Se trata de una década prometedora para dar a conocer el cine nacional al resto del mundo.

Quince años antes, la iniciativa del Estado chileno, que, a través de la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), intentó emular el modelo de producción norteamericano fracasaba estrepitosamente. Enormes producciones, en régimen de coproducción con Argentina y México, hundían en costos a la empresa estatal Chile Films. Aquel modelo de producción, insostenible para un país como el Chile de los años 40 y 50, dejó al menos una gran capacidad instalada de técnicos que durante esos años pudieron perfeccionar sus oficios.

Durante la dictadura militar, en el transcurso de los años 70 y 80, muchos directores parten al exilio o autoexilio, y la producción de largometrajes realizados en el país disminuye casi a cero. No obstante, son varios los realizadores fuera del país que logran seguir proyectando sus carreras, como es el caso de Raúl Ruiz, Patricio Guzmán, Miguel Littin, Helvio Soto y Orlando Lubbert, entre otros. Debido a la escasez de recursos, los realizadores que se quedan en el país comienzan a trabajar en publicidad y a experimentar con el video. No fue hasta el retorno de la democracia, a comienzos de los años 90, que el cine chileno logra reactivarse y vislumbrar un mejor futuro. Varios directores exiliados retornan al país, se estrenan películas nacionales de los años 70 y 80 después de largos años, comienzan a aparecer nuevas escuelas de cine y una generación de jóvenes cineastas comienza a crear.

El Estado de Chile, a través de diferentes servicios, comenzó a apoyar actividades relacionadas con el intercambio cultural con otros países en el marco de convenios bilaterales y multilaterales, la difusión internacional y, en años más recientes, la exportación de bienes y servicios audiovisuales.

Específicamente, la labor de apoyo a las exportaciones se inició en 1992 a través del trabajo sostenido de la Agencia de Promoción de las Exportaciones, ProChile, dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores, que consistía, en los primeros años, en una incipiente exploración de los mercados y su funcionamiento, específicamente el europeo y el norteamericano, para luego, una vez alcanzado un volumen crítico de producciones cinematográficas, comenzar con el apoyo logístico de empaquetamiento y envío de productos cinematográficos a cada uno de ellos.

A partir del año 2005, el reconocimiento internacional no solo de directores, sino de una “cinematografía chilena”, permitió alcanzar un volumen importante en la selección de obras nacionales en competencias oficiales de los festivales más relevantes del mundo, ganando así gran visibilidad en el extranjero y abriendo, de esta manera, las puertas de la comercialización internacional, no solo de bienes, sino también de servicios. Desde esta perspectiva, se hizo más imperiosa la necesidad de apoyar la presencia chilena en mercados de cine.

Así, la labor de ProChile y de la Dirección de Asuntos Culturales (DIRAC), del Ministerio de Relaciones Exteriores, fue complementada en el año 2006 por el trabajo de coordinación de misiones de productores y representantes del sector, realizado por el Nodo Audiovisual UC, radicado en la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica de Chile, con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y de CORFO, que a través de su programa InnovaChile buscaba mejorar las capacidades técnicas y profesionales, además, de la competitividad del sector. Las primeras misiones se concentraban en el mercado del Festival de Cine Cannes, el Marché du Film y en el Festival Internacional de Documentales de Amsterdam (IDFA), y se contrataban asesores externos en materia de modelos de negocios, empaquetamiento y ventas internacionales.

Este trabajo se profundizó durante los años 2007 y 2008 con misiones a estos mercados, pero además con asesorías y capacitaciones personalizadas en temas relacionados con distribución y marketing audiovisual.

Entre el 2008 y el 2012, el programa del Fondo Multilateral de Inversión (Fomin) del BID, llamado “Apoyo a la Industria Audiovisual: Articulación de la Cadena de Comercialización”, tuvo como objetivo continuar la labor realizada por el Nodo UC y CORFO, pero esta vez promoviendo un modelo de cooperación interinstitucional que permitiera introducir capitales privados como garantes para acceder al cofinanciamiento estatal. De esta forma, se conforma Acción Audiovisual, un think tank alojado en la Facultad de Comunicaciones de la UC que, con el aporte del Fomin y de CORFO, tuvo como objetivo seguir acortando las brechas y fallas de mercado del sector audiovisual chileno en el ámbito de la comercialización internacional, mejorando la asociatividad gremial, entregando incentivos económicos para la circulación de obras en la región, generando instancias de negociación para posicionar al sector como susceptible de atraer inversión privada y promoviendo la presencia en mercados extranjeros. Se realizan estos encuentros en el marco del Festival de Cine de Valdivia y el Festival de Cine de Viña del Mar.

Durante ese período, surge en paralelo un actor que será de suma relevancia para la internacionalización del audiovisual chileno en los años posteriores. El año 2009 la asociación gremial de productores de cine y televisión recibe el apoyo del programa Marcas Sectoriales de CORFO. El programa tiene por objetivo “apoyar el diseño, la implementación y el fortalecimiento del posicionamiento internacional de marcas sectoriales, representativas de sectores productivos nacionales que contribuyan a la construcción de la imagen de Chile en el exterior”.

Así, los productores se proponen agrupar los esfuerzos orientados a la exportación bajo una “marca paraguas” llamada CinemaChile, radicada en la Asociación de Productores de Cine y TV (APCT) y de propiedad, en un 50%, del Estado (CORFO).

A partir del año 2010, CinemaChile aprovecha el camino trazado por el Nodo y Acción Audiovisual y comienza a organizar misiones a los principales mercados internacionales en las cuales participan productores, representantes de gobierno y de la industria, apuntando hacia la conformación de una fuerza de ventas colectiva y respaldada por sus instituciones públicas. Las misiones se financian con el apoyo de CORFO, por medio del programa Marcas Sectoriales, con el apoyo privado proveniente del Fomin/BID administrado por Acción Audiovisual. Posteriormente, el programa Marcas Sectoriales pasa a ser administrado por ProChile.

Si bien el Fondo de Fomento Audiovisual había sido creado en el año 2004 con la promulgación de la Ley 19.981 Sobre Fomento Audiovisual, con la misión de asegurar el “desarrollo, fomento, difusión, protección y preservación de las obras audiovisuales nacionales y de la industria audiovisual, así como la investigación y el desarrollo de nuevos lenguajes audiovisuales”, no fue hasta el año 2009 que la internacionalización se planteó como un elemento estratégico para el desarrollo del audiovisual chileno, implementándose el año 2010 mayores recursos y programas. Es entonces cuando el apoyo a la presencia en festivales extranjeros, el fomento de la coproducción con otros países y de la exportación de bienes y servicios audiovisuales comenzó a hacerse patente como una política de Estado más explícita.

Cuadro N°1: Área de Programas Internacionales de la Secretaría Ejecutiva del Fondo de Fomento Audiovisual



Fuente: CNCA

II. Las herramientas de Fomento a la Comercialización Internacional

Ese año se crea al interior de la Secretaría Ejecutiva del Fondo de Fomento Audiovisual del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), el Área de Programas Internacionales, con el objetivo de apoyar las necesidades que el sector presentaba en términos de internacionalización y que los otros servicios del Estado no estaban cubriendo, marco en el cual se generó una serie de programas de apoyo a la industria audiovisual nacional.

El Programa MERCADOS apuntó a fortalecer la presencia organizada de audiovisualistas nacionales en los mercados internacionales, lo que ya había sido abordado por el Nodo, Acción Audiovisual y CinemaChile, así como en las secciones de industria internacional más relevantes del mundo, para así mejorar las condiciones de negocios para la comercialización y distribución de proyectos y obras nacionales en el extranjero. La marca sectorial CinemaChile se transformaría en el principal proveedor de los servicios de producción de las misiones, si bien con el correr de los años otros proveedores han producido misiones en mercados específicos, como los de documental y los de animación.

Por su parte, el Programa FESTIVALES se creó como respuesta a la necesidad de implementar una herramienta que permita una mayor asistencia de directores o productores cuyas películas son seleccionadas en las secciones competitivas en distintos festivales internacionales de relevancia mundial.

El Programa ENCUENTROS apoya la realización en Chile de eventos de industria de carácter internacional, con el fin de fomentar el desarrollo y la inserción de obras nacionales en el ámbito internacional, y la creación de nuevas alianzas comerciales.

El Programa PREMIOS INTERNACIONALES cumple la doble función de, por una parte, seleccionar las películas chilenas representantes para los premios Oscar, Goya y Ariel y, por otra, de apoyar financieramente las actividades de promoción asociadas a la participación, eventual nominación y obtención de galardones en cada una de estas premiaciones.

Finalmente, el Programa FILM COMMISSION CHILE busca promover al país como un destino de producción audiovisual internacional, aumentando el impacto económico de la industria en la región, la transferencia de conocimientos técnicos y ofreciendo liderazgo y articulación entre organismos gubernamentales, proveedores de servicios y empresas del sector.

A continuación se detalla el funcionamiento y los resultados de estas herramientas para el período 2010-2015.

En el actual *“Programa de Apoyo Para la Participación en Mercados Internacionales”* los mercados de interés son definidos por el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual (CAIA), el órgano colegiado integrado por los representantes de los principales gremios del sector, además de académicos y entidades de gubernamentales, que es el encargado de administrar el Fondo de Fomento Audiovisual. En base a criterios de prestigio, visibilidad, diversidad de géneros y formatos e interés comercial, se priorizan en promedio 12 mercados. Entre ellos, están el Marché Du Film del Festival de Cannes; el European Film Market, realizado en el marco del Festival de Berlín; Industry Club, realizado en el marco del Festival de San Sebastián; el Mercado del Festival de Toronto; y Ventana Sur, el encuentro más importante del Cono Sur; así como mercados específicos para el documental, la animación y los videojuegos.

Los potenciales participantes postulan en convocatorias individuales para poder formar parte de las delegaciones que van a cada mercado. El CAIA evalúa las propuestas y define la delegación.

La agencia público-privada de promoción cinematográfica en el extranjero CinemaChile, que hasta la fecha ha aglutinado los esfuerzos de difusión y promoción internacional del audiovisual chileno, a través de una estrategia de comunicación (prensa internacional especializada y avisaje pagado) y presencia en los mercados más relevantes de la industria audiovisual mundial, se ha transformado en uno de los principales coordinadores de los servicios de producción de las misiones en el extranjero, combinando de esta manera aportes tanto de ProChile, como el CNCA para llevar a cabo la labor de promoción internacional. A partir de 2016, distintas asociaciones han logrado reunir esfuerzos para asistir con un sello propio a los mercados especializados en formatos y géneros como la animación, el videojuego y el documental.

El programa ha apoyado en total a más 450 beneficiarios (2010 - 2015) y transferido 1.880 millones de pesos en dicho período. Los resultados han sido significativos en cuanto al número de nuevas coproducciones, al aumento de producciones

nacionales seleccionadas en festivales extranjeros y al estreno comercial en otros territorios.

Por su parte, el *“Programa de Apoyo para la Realización de Encuentros Internacionales en Chile”* es una herramienta de apoyo para la realización de eventos de Industria Audiovisual en Chile orientados a la participación de productores, financistas, distribuidores, agentes de ventas, representantes de fondos internacionales, canales de televisión, compradores directos, guionistas, directores, compositores, tutores y consultores, con el fin de fomentar el desarrollo y la inserción de obras nacionales en el ámbito internacional, y la creación de nuevas alianzas comerciales y redes de contacto entre profesionales chilenos y actores relevantes a nivel internacional, para facilitar y ampliar las posibilidades de acuerdos y negocios. En este sentido, opera de manera inversa al Programa Mercados, atrayendo a los agentes del audiovisual extranjeros con el fin de facilitar las condiciones de negociación de los audiovisualistas nacionales.

La convocatoria es bianual y cada postulante debe contemplar en su postulación la realización de dos versiones del encuentro. A fin de asegurar la continuidad del evento en el tiempo, los proyectos deben contemplar en sus planes la gestión de otros recursos. El Fondo de Fomento Audiovisual destinó 321 millones de pesos en su convocatoria 2014-2015 y tuvo los siguientes proyectos beneficiados:

- **SANFIC Net:** Es una de las principales actividades de SANFIC INDUSTRIA y se desarrolla en el mes de Agosto en el marco del Santiago Festival Internacional de Cine. Tiene como objetivo ampliar las capacidades de negociación de profesionales chilenos del sector del arte y la industria audiovisual, así como sus posibilidades de lograr acuerdos para sus proyectos, para lo cual cuenta con la presencia de importantes invitados internacionales, tales como agentes de ventas, programadores de festivales, y representantes de instituciones y fondos internacionales, entre otros.
- **AustraLab:** Es un encuentro para reunir a distribuidores que cooperen en la adquisición y distribución en red de cine

independiente. Actualmente, reúne a 7 compañías de 6 países de América Latina: Chile, Argentina, Colombia, Ecuador, Costa Rica y México. En cada edición busca integrar uno o dos nuevos distribuidores. Durante la instancia, los distribuidores evalúan qué películas pueden adquirir conjuntamente e inician negociaciones; comienzan negociaciones para la adquisición de películas y trabajan en un plan de distribución conjunta, así como en un plan de marketing y difusión para las películas que adquieran.

- **MAI! (Mercado Animación Industria):** Es una plataforma de coproducción de animación que constituye un punto de encuentro para productores, distribuidores, canales de televisión infantil y estudios de animación del Cono Sur. Busca impulsar la creciente industria, abriendo oportunidades de negocios, acuerdos de coproducción y la creación de nuevos proyectos en el marco del festival de animación Chilemonos.

En 2016 se realizó la segunda convocatoria, para proyectos a ejecutarse en 2016 y 2017. Se destinaron 444 millones de pesos y los proyectos seleccionados fueron SANFIC NET, AustraLab, ChileDoc Conecta y el Encuentro Internacional Narrativas Interactivas y Transmedia, realizado por la Corporación Chilena de Video en conjunto con el Festival SurDocs.

- **ChileDoc Conecta:** Es un encuentro de industria, cuyo principal objetivo es crear una red internacional de contactos que potencie la comercialización y la distribución de documentales chilenos y latinoamericanos. Este evento es concebido como un espacio para generar negocios y oportunidades, además de contenidos y reflexiones que permitan mejorar los mecanismos de producción y distribución del género documental.

- **Encuentro Internacional Narrativas Interactivas y Transmedia:** Este proyecto tiene como objetivo formar a realizadores y profesionales interesados en narrativas interactivas y transmedia, vinculándolos con profesionales internacionales destacados en este ámbito, así como también generar plataformas de difusión para este tipo de proyectos en instancias nacionales e internacionales, asesorando a los proyectos para que puedan obtener financiamiento.

III. Las herramientas para la Difusión Internacional

Los festivales internacionales de cine constituyen uno de los principales vehículos de la difusión internacional de las obras audiovisuales y de sus realizadores. La participación en estos certámenes se ha convertido, de alguna forma, en una garantía de calidad para las obras, además de una importante ventana que entrega una visibilidad necesaria para aumentar las posibilidades de comercialización, insertar las obras en el circuito internacional, mejorar las condiciones de estreno, así como ser una plataforma relevante para futuros proyectos, para los productores y/o directores. Lo anterior, debido a que las películas chilenas son apetecidas y consumidas en mercados acostumbrados a preferir cine autoral, como el europeo y otros circuitos especializados.

El acceso a estos certámenes potencia el encuentro del cine chileno con estos consumidores a través de la vitrina de crítica y prensa que estos proveen.

Así, el “Programa de Apoyo para la participación en Festivales y Premios Internacionales” apunta a fortalecer la industria audiovisual nacional a través del apoyo a la presencia, promoción, difusión y exhibición de obras audiovisuales seleccionadas en los certámenes más importantes del mundo.

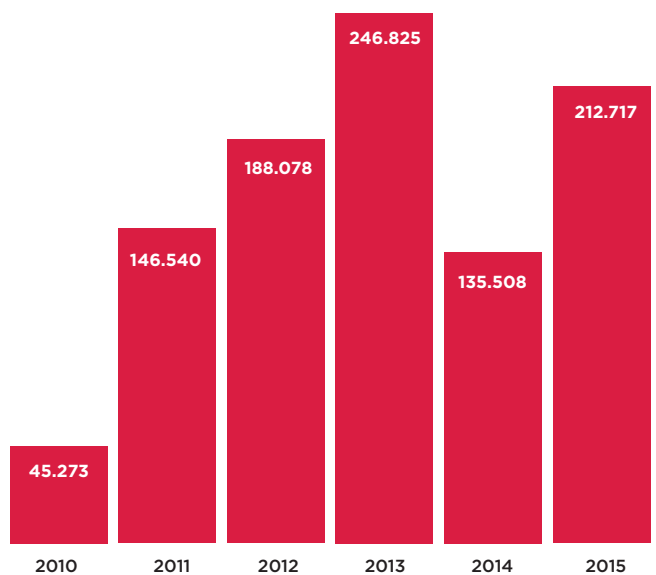
Esta línea se creó con el fin de dar un apoyo a quienes quedan seleccionados en secciones competitivas de festivales, salvo selecciones en festivales -competitivos y no competitivos- certificados por la FIAPF (Federación Internacional de Asociaciones de Productores), siguiendo el modelo de los incentivos automáticos existentes en Colombia. La sola garantía de selección por parte del festival o premio internacional confirma el apoyo. El programa tiene un listado de aproximadamente 100 festivales y premios.

En la práctica, este programa funciona como “ventanilla abierta”, ya que cada proyecto se debe presentar con un mínimo de 30 días de anticipación al comienzo del certamen, aun habiendo recibido confirmación de la selección o no. El programa se mantiene abierto todo el año, de acuerdo a disponibilidad presupuestaria y

en función de los certámenes que se realizan de enero a diciembre. Siendo este el espíritu de la herramienta, los postulantes que cumplan con todos los requisitos a ser evaluados por el CAIA, obtienen el apoyo de manera casi automática.

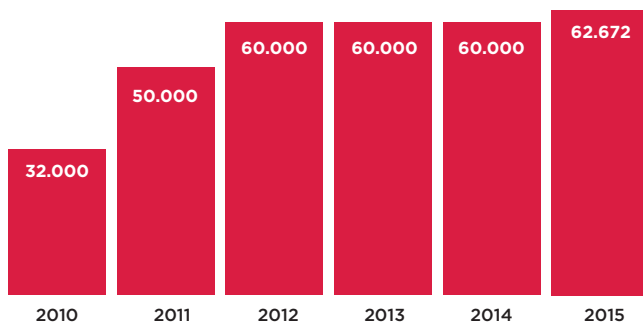
El Fondo de Fomento Audiovisual ha destinado cerca de 980 millones de pesos a este programa entre el 2010 y el 2015. Sus resultados son difíciles de estimar, por cuanto la selección de las obras chilenas en festivales internacionales constituye un factor exógeno a la intervención pública. No obstante, se ha podido observar un claro aumento de las obras nacionales seleccionadas en festivales internacionales desde 2010 en adelante.

Gráfico N°1: Recursos transferidos por el Programa Festivales 2010-2015 (miles de pesos)



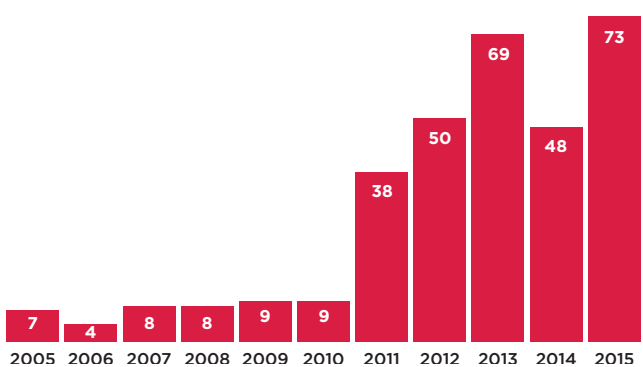
Fuente: CNCA

Gráfico N°2: Recursos transferidos por el Programa Internacionales 2010-2015 (miles de pesos)



Fuente: CNCA

Gráfico N°3: Evolución del número de películas chilenas seleccionadas en festivales internacionales apoyadas por el Programa. (2005 a junio de 2015)



Fuente: CNCA

Por su parte el “Programa de Apoyo a las Películas Seleccionadas para ser Representantes en los Premios Oscar (EE.UU.), Goya (España) y Ariel (México)” busca ayudar a solventar los costos asociados a las campañas comunicacionales necesarios para la buena visibilidad de las obras en dichas instancias.

Los premios Oscar, Ariel y Goya son unas de las instancias de reconocimiento más importantes para las cinematografías nacionales. La participación en estos premios permite a las películas nominadas no sólo asegurar su comercialización a nivel nacional y en los mercados extranjeros, si no también posicionar mundialmente al director, su obra y la industria local, aportando así notablemente a la difusión cultural de los países. Es por esto que el Estado ha asumido el rol de apoyo a las obras representantes del país, con miras a una mejora en la comercialización y a un aporte a la difusión cultural de Chile a través de la importante vitrina que ofrecen estos premios.

Desde el año 2010, se ha convocado a las películas chilenas que cumplan con los requisitos de cada certamen a presentar su candidatura para participar de la selección de la representante chilena para cada premio.

A continuación se presenta un cuadro de resumen que muestra las candidaturas, nominaciones y ganadores de cada premio entre 2010 y 2015:

Cuadro N°2: Películas seleccionadas, nominadas y/o ganadoras de los premio Oscar, Goya y Ariel. (2011 a 2016)

	SELECCIONADA POR EL COMITÉ	NOMINADA	GANADORA
Oscar 2011	La Vida de los Peces	No	No
Oscar 2012	Violeta Se Fue a los Cielos	No	No
Oscar 2013	NO	Si	No
Oscar 2014	Gloria	No	No
Oscar 2015	Matar a un hombre	No	No
Oscar 2016	El Club	No	No
Oscar 2016	Bear Story (Cortometraje)	Si	Si

	SELECCIONADA POR EL COMITÉ	NOMINADA	GANADORA
Ariel 2011	Huacho	Si	No
Ariel 2012	Violeta Se Fue a los Cielos	Si	No
Ariel 2013	NO	Si	No
Ariel 2014	Gloria	Si	Si
Ariel 2015	Matar a un hombre	No	No
Ariel 2016	El Club	No	No

	SELECCIONADA POR EL COMITÉ	NOMINADA	GANADORA
Goya 2011	La Vida de los Peces	Si	Si
Goya 2012	Violeta Se Fue a los Cielos	Si	No
Goya 2013	Joven y Alocada	No	No
Goya 2014	Gloria	Si	No
Goya 2015	Matar a un hombre	No	No
Goya 2016	La Once	Si	No

Fuente: CNCA

En términos de resultados, el balance es positivo, considerando que en seis años Chile ha tenido 10 nominaciones en total, incluyendo dos a los premios Oscar, con un ganador, cuatro a los premios Goya, con un ganador, y cuatro nominaciones en los premios Ariel, con un ganador. En la medida

en que la cinematografía nacional siga manteniendo y mejorando sus estándares de calidad, así como también logre aumentar las posibilidades de inversión y trabajo con profesionales expertos en estas materias, los resultados debiesen seguir mejorando.

IV. Oportunidades y Desafíos

i. Exportación de bienes

Según los informes solicitados por el Fondo de Fomento Audiovisual a los productores apoyados para asistir a los distintos mercados y ferias internacionales, durante el año 2012 se habrían realizado ventas en territorios extranjeros por 2,5 millones de dólares.

Por otra parte, de acuerdo al estudio "Audiencias Globales del Cine Chileno en 2013", realizado por la agencia de promoción internacional CinemaChile, del total de estrenos comerciales chilenos del año 2013, siete habrían tenido estreno comercial en salas en territorios distintos del nacional, acumulando 985.633 espectadores, lo que representa el 37% de su taquilla global (taquilla doméstica más taquilla internacional).

Según el mismo estudio, Europa es el principal continente de exportación de cine chileno. Por su parte, Estados Unidos demuestra ser un territorio muy atractivo dada la diversidad de su mercado, donde se debieran aumentar los esfuerzos para generar ventas y exhibición. El mismo estudio concluye que "en aquellos países en donde ha existido inversión pública y privada para la asistencia de delegaciones y promoción de Chile como oferta de cine, los resultados de taquilla son mejores. Cabe con ello concluir que allí donde se invierta, efectivamente se abre mercado y se facilita la comercialización".

La ampliación de los mercados para la exportación de bienes surge como necesidad y se manifiesta a manera de primer desafío el poder mantener la presencia en los principales mercados en donde se asiste con el audiovisual nacional, inyectando nuevos recursos para la exploración de nuevas posibilidades y mercados que aún no se han abordado de forma directa, como es el caso del continente asiático.

En la actualidad, el Servicio Nacional de Aduanas considera la exportación de bienes audiovisuales como las ventas en el extranjero de bienes físicos vinculados a la actividad audiovisual, como son los soportes y aparatos de grabación y reproducción.

Sin embargo, el dato relevante para efectos del fomento de la internacionalización y las exportaciones del sector, que es la exportación de bienes audiovisuales entendida como las ventas en el extranjero de derechos de propiedad intelectual sobre obras audiovisuales finalizadas, no está siendo recogido por dicho servicio. Bajo este escenario, la estimación del volumen de ventas de propiedad intelectual en el extranjero resulta ser bastante precaria, al servirse exclusivamente de la información auto declarada de los agentes del sector audiovisual que logran exportar sus obras. Se plantea, de esta manera, también el desafío de adecuar las fuentes de información relacionadas con la actividad audiovisual, con el objetivo de profundizar en los diagnósticos y caracterizaciones del sector, para así elaborar instrumentos de política más efectivos.

ii. Exportación de Servicios

De acuerdo a la información del Servicio Nacional de Aduanas de Chile, las exportaciones de servicios audiovisuales para el año 2013 fueron de casi 32 millones de dólares, y para el año 2014 fue de 34,5 millones de dólares, lo que representó un aumento del 8,7%. Los servicios audiovisuales representaron el 2,7% del total de exportaciones de servicios chilenos según esta misma entidad. De acuerdo a esta misma fuente, los servicios audiovisuales tuvieron como su principal destino exportador al mercado estadounidense, que concentró en el año 2014 el 69,7% del total de exportaciones del sector audiovisual.

Durante los últimos ocho años, Chile se ha posicionado como un excelente lugar para filmar producciones internacionales. Parte de las ventajas que posicionan a Chile como un destino privilegiado para realizar filmaciones, provienen de rasgos asociados a su geografía, topología, clima, variedad de paisajes, huso horario y la contra estacionalidad con el hemisferio norte, lo que permite filmaciones cuando el clima no lo permite en otras latitudes. Estas condiciones, unidas a los bajos costos de producción comparados, a la calidad y seriedad de la oferta de servicios y a los

beneficios aduaneros (único país de Latinoamérica suscrito a carnet ATA), sitúan a Chile en el mapa mundial de filmación.

No obstante, aún considerando estas condiciones favorables, Chile tiene un largo camino por recorrer en cuanto a la generación de ventajas competitivas. Los incentivos económicos específicos que atraigan rodajes e inversión extranjera en proyectos de alto presupuesto internacional, son requisito para el posicionamiento competitivo del país y el desarrollo internacional de esta industria.

Estos estímulos permitirían incrementar la exportación de servicios y concretar inversiones extranjeras en infraestructura como grandes estudios cinematográficos, sobre las cuales han mostrado interés en nuestro país Pinewood y Fox, entre otros. También aportarían al logro de impactos económicos directos e indirectos en el país, debido al encadenamiento de servicios, profesionales y bienes que conlleva la producción cinematográfica. Gran parte de estos beneficios podrían estar radicados en localidades regionales. Todo lo anterior contribuiría a posicionar a Chile como un polo de desarrollo audiovisual estratégico en Latinoamérica y el mundo.

También constituye una debilidad de la industria la infraestructura especializada para realizar rodajes en estudios cinematográficos insonorizados de nivel internacional, los cuales no están presentes en Chile por falta de volúmenes masivos de rodajes y flujo de producciones.

Estos son los ámbitos de trabajo de la Comisión Fílmica de Chile. Alojada en el Fondo de Fomento Audiovisual, es una oficina especializada que tiene como objetivos principales el desarrollo de la industria audiovisual nacional y el aumento de la inversión extranjera e impacto económico en Chile. Para ello desarrolla programas de promoción de servicios audiovisuales y locaciones en el país, posicionándolo como un lugar

privilegiado para filmar producciones audiovisuales. También considera la oferta de coordinación nacional entre organismos gubernamentales, proveedores de servicios, empresas y otros agentes de la industria audiovisual chilena. Desde su creación, la Comisión Fílmica de Chile ha atendido más de 200 producciones nacionales e internacionales.

Estos esfuerzos del Estado y del sector privado han producido significativos logros en materia de internacionalización en los últimos años. Así lo acreditan la obtención del primer premio Oscar para una producción chilena, el cortometraje animado "Historia de Un Oso"; la nominación de la película "NO" a los mismos premios; y la obtención del Oso de Plata a la Mejor Actriz en el Festival Internacional de Cine de Berlín, para Paulina García por su interpretación en "Gloria". A esto se suman una larga lista de películas participantes y galardonadas en festivales internacionales de todo el mundo.

En particular, los programas de internacionalización del Fondo de Fomento Audiovisual del CNCA han contribuido a estos logros, jugando el rol de promotor del talento nacional en el exterior.

El próximo desafío del sector es traducir el conocimiento internacional de los talentos y la cinematografía nacional en una mayor exportación, que permita la ampliación de los mercados y que un mayor desarrollo en la distribución del audiovisual chileno en salas, canales extranjeros y demás ventanas de explotación.

Hoy se requiere de decisiones estratégicas y políticas que definan en el corto y mediano plazo la consolidación y proyección del sector audiovisual nacional, expandiendo sus fronteras a nivel creativo y geográfico. En ese sentido, la Política Nacional Para El Campo Audiovisual 2017-2021, que se encuentra en plena fase de elaboración durante este año 2016, deberá considerar las variables que inciden en la internacionalización, como elementos fundamentales para la construcción del futuro del sector.