



UNIVERSIDAD DE ARTES, CIENCIAS Y COMUNICACIÓN
Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales
Carrera de Periodismo

**PRESENCIA DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL CHILENA EN LAS PLATAFORMAS
DE STREAMING DURANTE EL 2017 Y EL PRIMER SEMESTRE DEL 2021**

“Plataformas de streaming: Consumo a la carta”

**Reportaje de investigación para optar al Grado Académico de Licenciado/a en
Comunicación Social y al Título Profesional de Periodista**

Profesor/a Guía: Clara Isabel Pérez Gutiérrez.

Estudiante/s:

**Daniel Razazi Aylwin
Nicolás Fernández González
Pía Valenzuela Avendaño
Kiara Olivares Svoren**

Material Incluido:

Santiago de Chile, junio de 2022

RESUMEN

Este trabajo presenta un análisis de la presencia de producciones audiovisuales chilenas en las plataformas de streaming Netflix y Amazon Prime video, desde el 2017 al primer semestre del 2021. Como objetivo general nos planteamos detectar y describir esta presencia, y la influencia de las plataformas en Chile. Para la investigación, llevada a cabo entre 2020 y septiembre de 2021, realizamos una serie de entrevistas a usuarios de las plataformas, realizadores audiovisuales, expertos en el área audiovisual, telecomunicaciones, y representantes de gobierno. También revisamos distintos archivos de prensa, estudios y otras publicaciones concernientes al tema, un importante complemento a los aportes entregados por los entrevistados. Tras culminar la investigación, la principal conclusión es que el mayor beneficiado por la presencia de plataformas de streaming en Chile es el consumidor.

Palabras clave: Producción audiovisual chilena- plataformas streaming de video- consumo material audiovisual por chilenos- confinamiento social – entretenimiento en pandemia – democratización- fondos.

Presencia de producción audiovisual chilenas en las plataformas de streaming.

| | | |
|--------|---|------|
| 1. | INTRODUCCIÓN | 5 - |
| 2. | OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN | 7 - |
| 2.1 | GENERAL | 7 - |
| 2.2 | ESPECÍFICOS..... | 7 - |
| 3. | JUSTIFICACIÓN PERIODÍSTICA | 8 - |
| 4. | HIPÓTESIS | 9 - |
| 5. | SUBTEMAS..... | 9 - |
| 5.1 | <i>Beneficios De La Presencia De Las Plataformas De Streaming En Chile.....</i> | 9 - |
| 5.2 | <i>Evolución Del Posicionamiento De Las Plataformas De Streaming En Chile.....</i> | 10 - |
| 5.3 | <i>EVOLUCIÓN DE LA PRESENCIA AUDIOVISUAL CHILENAS EN LAS PLATAFORMAS DE STREAMING ENTRE EL 2017 Y EL PRIMER SEMESTRE DEL 2021</i> | 10 - |
| 5.4 | <i>INDUSTRIA AUDIOVISUAL CHILENA Y ROL DEL ESTADO.....</i> | 11 - |
| 5.5 | <i>CONCLUSIONES</i> | 12 - |
| 6. | MARCO TEÓRICO..... | 12 - |
| 6.1 | MARCO CONCEPTUAL | 12 - |
| 6.2 | MARCO DE ANTECEDENTES..... | 35 - |
| 6.2.1 | <i>Conectividad – Acceso Internet- Formas De Contratación.....</i> | 35 - |
| 6.2.2 | <i>Irrupción De Las Plataformas En Chile</i> | 40 - |
| 6.2.3 | <i>El Costo De Suscripción A Las Plataformas De Netflix y Amazon Prime En Chile.....</i> | 46 - |
| 6.2.4 | <i>Primeras Producciones Audiovisuales Chilenas En Las Plataformas</i> | 53 - |
| 6.2.5 | <i>La Guerra De Coproducciones Nacionales En Las Plataformas De Streaming. Netflix vs Amazon Prime Video.....</i> | 54 - |
| 6.2.6 | <i>Reseña De Las Producciones Audiovisuales Chilenas En Plataformas De Streaming Desde El 2017 Al Primer Semestre Del 2021.....</i> | 56 - |
| 6.2.7 | <i>Revalorización Por Parte De La Audiencia.....</i> | 59 - |
| 6.2.8 | <i>Negociaciones En Búsqueda De Contenidos Chilenos Por Parte De Las Plataformas. -</i> | 61 - |
| 6.2.9 | <i>Procesos De Futuras Producciones Y Coproducciones Audiovisuales Chilenas Con Las Plataformas De Streaming.....</i> | 64 - |
| 6.2.10 | <i>La Industria Audiovisual Chilena y Rol De Estado</i> | 65 - |
| 6.2.11 | <i>Financiamientos.....</i> | 76 - |
| 6.2.12 | <i>Valoración De La Producción Audiovisual Chilena En El Extranjero</i> | 79 - |
| 6.2.13 | <i>Festivales Y Prestación De Servicios (Producción, post producción, localizaciones) -</i> | 80 - |

| | |
|---|---------|
| 6.2.14 Industria Creativa - Economía Naranja | - 81 - |
| 6.2.15 Distribución | - 89 - |
| GLOSARIO: | - 90 - |
| 7. LISTA DE FUENTES | - 92 - |
| 8. CONCLUSIÓN DE LA INVESTIGACIÓN | - 109 - |
| 9. SINOPSIS DEL REPORTAJE | - 110 - |
| 10. CRONOGRAMA | - 110 - |
| 11. TRATAMIENTO MULTIMEDIA | - 112 - |
| 12. ESTRUCTURA GENERAL DEL REPORTAJE | - 114 - |
| 13. REFERENCIAS | - 116 - |
| 14 ANEXOS | - 123 - |
| FIGURAS | - 123 - |

1. Introducción

Esta investigación se centra en la difusión en el espacio virtual, durante el periodo de estudio señalado, de material audiovisual chileno en dos plataformas digitales: Netflix y Amazon Prime video.

Desde la llegada de las plataformas de streaming a Chile en 2011 comenzó un paulatino cambio en los comportamientos de consumo de material audiovisual. Este proceso vivió un aceleramiento desde la llegada de Amazon Prime Video en 2016, que se vio agudizado por la arremetida del Covid-19.

Internet, sobre todo durante el 2020, se ha transformado en una herramienta indispensable para educar y trabajar de manera remota. A su vez, juega un rol primordial para mitigar los efectos del encierro a causa de las cuarentenas y el distanciamiento social, posibilitando la interacción social a través de diversas aplicaciones.

Plataformas como Netflix y Amazon ha variado su contenido audiovisual sin interrupciones y por una suscripción de bajo costo. Se han posicionado como las favoritas del público y de creadores, pues representan una nueva manera de consumir, producir y distribuir. En esta misma dinámica el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (Mincap) liberó la suscripción a Ondamedia, la plataforma chilena.

La expansión de la pandemia y el cambio forzado en la vida de las personas para evitar un colapso en el sistema de salud de cada país generaron un aumento acelerado en el consumo y utilización de estas plataformas digitales. Además, este proceso provocó que rangos etarios antes dejados de lado se incorporen a esta nueva realidad digital.

El apoyo estatal a las industrias creativas se limita a un financiamiento mediante fondos concursables. En tiempos de pandemia este criterio no fue modificado. Esto repercutió en la precarización de la actividad audiovisual. Por su parte, las audiencias se han visto favorecidas por el fácil acceso a una mayor cantidad de contenidos audiovisuales chilenos.

2. Objetivos De La Investigación

2.1 General

Detectar y describir la presencia de producción audiovisual chilena en las plataformas de *streaming*, desde el 2017 al primer semestre del 2021, y la influencia de las plataformas en Chile.

2.2 Específicos

- A. Detectar la influencia de la pandemia de Covid 19 en la presencia y el consumo de producciones audiovisuales chilenas alojadas en plataformas de *streaming*.
- B. Detectar las motivaciones de consumidores chilenos de producciones audiovisuales chilenas alojadas en las plataformas de *streaming* durante el periodo de estudio.
- C. Detectar quiénes se beneficiaron por la presencia de plataformas de *streaming* en Chile.

3. Justificación Periodística

El problema de investigación es parte de la contingencia nacional, con una alta circulación de información en los medios de comunicación respecto al Covid-19 y la *plataformización* de contenido audiovisual, por lo que su profundización resulta pertinente.

La investigación tiene el potencial de democratizar el conocimiento en torno a la disponibilidad de contenidos en plataformas digitales. Busca traducir la voz de los especialistas a un lenguaje cotidiano, nutriendo así el juicio de la sociedad ante el consumo y producción de contenidos audiovisuales.

La perspectiva periodística permitiría comprender de manera más integral los alcances del problema. Esto porque el periodismo, en su búsqueda de respuestas, puede integrar diversas disciplinas. Por ejemplo, en este caso, la mirada tecnológica, cultural, económica, institucional, etc.

Al analizar quiénes son los más beneficiados con esta nueva forma de consumo de material audiovisual, se busca cumplir con el mandato profesional de poner a disposición del público información relevante.

Finalmente, el sano cuestionamiento del ejercicio periodístico será de gran utilidad para detectar cuánto beneficio implican estas plataformas y para quiénes son estos beneficios.

4. Hipótesis

Al iniciar esta investigación nuestra hipótesis era: “Las plataformas de *streaming* incentivan la producción audiovisual chilena”.

Al concluir nuestro trabajo investigativo y enfrentar el desafío de realizar el relato periodístico del reportaje basados en las evidencias, cambiamos nuestra hipótesis a: “Las plataformas democratizaron en Chile el acceso de los consumidores a material audiovisual chileno”.

5. Subtemas

Nuestra investigación y reportaje están divididos en 5 pilares. Como pilar principal para la hipótesis del reportaje ocupamos el referente a los beneficios de la presencia de las plataformas de *streaming* en Chile.

5.1 Beneficios De La Presencia De Las Plataformas De Streaming En Chile.

Abordamos este pilar en la introducción y la conclusión, aunque está presente en toda la narración.

Este punto, corresponde al título principal de nuestro reportaje.

- Plataformas de streaming: democratización audiovisual.

5.2 Evolución Del Posicionamiento De Las Plataformas De Streaming En Chile.

Tratamos este pilar en dos subtemas:

- La explosión del streaming.

En este punto tratamos la historia de las plataformas de streaming en Chile, abordando tópicos como:

- La penetración de las plataformas de *streaming*.
- Plataformas favoritas por los usuarios.
- Datos de consumo.
- Conectividad a internet.

- El costo no es factor.

Aquí abordamos la evolución de los valores de suscripción de las plataformas, desde la llegada de Netflix hasta el 2021.

Otro punto abarcado en esta arista es los distintos planes que ofrecen Netflix y Amazon Prime Video incluyendo la visión del usuario.

5.3 Evolución De La Presencia Audiovisual Chilenas En Las Plataformas De Streaming Entre El 2017 Y El Primer Semestre Del 2021

Este pilar lo abordamos a través de dos subtemas:

- Hay poco contenido chileno, pero va en aumento.

En este punto hacemos referencia a la importancia del contenido local para los consumidores. Revisamos las primeras producciones audiovisuales chilenas que fueron adquiridas por las plataformas Netflix y Amazon Prime Video, como también la competencia de coproducciones realizadas por estas mismas.

- Notoriedad de películas, series y documentales chilenos gracias a las plataformas, valorización por parte de la audiencia al contenido local

En este punto hacemos referencia a los beneficios para las producciones audiovisuales de estar alojadas en estas plataformas. Ejemplificamos con la serie “El reemplazante”, realizada por TVN y adquirida por Netflix el 2017, galardonada con el Copihue de Oro a la mejor serie chilena de la década otorgado por el diario La Cuarta el 2021.

5.4 Industria Audiovisual Chilena Y Rol Del Estado

En esta arista del reportaje juntamos dos pilares de nuestra investigación: evolución de la industria audiovisual chilena entre el 2017 y el primer semestre del 2021, y la implicancia del Estado en la producción audiovisual chilena y de qué forma regula a las plataformas de streaming.

En el reportaje aparecen con el siguiente subtítulo:

- El estado y la industria audiovisual.
 - Financiamiento
 - Economía naranja
 - políticas culturales

5.5 Conclusiones

- El consumidor gana.

Abordamos la descentralización que permiten las plataformas en el acceso a los contenidos de producciones audiovisuales chilenas, lo que se acentuó durante la pandemia: se amplió el espectro de los consumidores de material audiovisual chileno a través de plataformas de streaming, sumándose personas de mayor edad.

6. Marco Teórico

6.1 Marco Conceptual

El concepto de **alfabetización digital** nace a la luz de la distribución y socialización de las tecnologías digitales, en especial, la masificación del computador personal y su relación a partir de una interfaz gráfica basada en la metáfora de una oficina. Antes lo digital estaba

asociado a la informática y a lenguajes específicos de programación. A partir de la alta penetración del computador en el ámbito laboral, se requieren detentar las habilidades básicas en el uso del computador relacionadas con saber desenvolverse en un entorno digital con archivos, carpetas, papeleras, escritorios (BCN.CL, 2021. párr. 4).

Werner Westemann (2021), profesor de Historia, Geografía y Educación Cívica, señala:

A partir del año 2000 viene el boom de Internet, el boom de las empresas. com y comienza a acentuarse el uso de lo digital ya no sólo para la producción, sino para todo intercambio de información y producción de conocimiento. Entra el concepto de alfabetización informacional, tiene que ver con dominios y destrezas para buscar, seleccionar, organizar, entender, evaluar y priorizar información. Por ello, estar alfabetizado digitalmente significa tener estas destrezas en la gestión de información (párr. 8).

Alfabetización digital: es la capacidad de una persona para realizar diferentes tareas en un ambiente digital. Esta definición incluiría la habilidad para localizar, investigar y analizar información usando la tecnología, así como ser capaces de elaborar contenidos y diseñar propuestas a través de medios digitales. La alfabetización digital debe entenderse no sólo como un medio sino también como una nueva forma de comunicación y de creación y comprensión de la información. (unir.net, 2021, párr.1)

Durante la pandemia han surgido iniciativas para acortar la brecha tecnológica en la población. Mientras menos tecnologizada esté la ciudadanía, más aislada estará y se expone a diversos peligros. Cursos de **alfabetización digital** para el correcto uso de las distintas plataformas e internet y redes sociales, programas de entrega de equipos a adulto mayores y asistencia médica remota vía telemedicina son algunas de ellas. Pero también están aquellos usuarios que utilizan la tecnología para sobrellevar su vida en el encierro y el distanciamiento físico con sus familiares y amistades. (Latercera.com, 2021, párr. 2).

Si bien el concepto **bigdata** en sí mismo es relativamente nuevo, los orígenes de los grandes conjuntos de datos se remontan a las décadas de 1960 y 1970, cuando el mundo de los datos acababa de empezar con los primeros centros de datos y el desarrollo de las bases de datos relacionales. (Oracle.com. 2021, párr. 1).

Expreso.com.mx, (2020) señala que:

alrededor del 2005, la gente empezó a darse cuenta de la cantidad de datos que generaban los usuarios a través de Facebook, YouTube y otros servicios online. Ese mismo año, se desarrollaría Hadoop, un marco de código abierto creado específicamente para almacenar y analizar grandes conjuntos de datos. En esta época, también empezaría a adquirir popularidad NoSQL. En los años siguientes, el volumen de bigdata se ha disparado. Los usuarios continúan generando enormes cantidades de datos, pero ahora los humanos no son los únicos que lo hacen (párr. 3-8).

Con la llegada de *Internet of Things* (IoT) hay un mayor número de objetos y dispositivos conectados a Internet que generan datos sobre patrones de uso de los clientes y el rendimiento de los productos. La aparición del *machine learning* ha producido aún más datos (Oracle.com, 2021 párr.4).

Bigdata: el proceso de *bigdata* consiste en la extracción de datos de múltiples fuentes para que luego sean filtrados, clasificados y estructurados permitiendo así la habilitación del dato, es decir el análisis, el modelado y la correlación de los mismos, de manera que sus resultados permitan realizar predicciones útiles para el negocio (Sonda.com, 2019 párr. 1).

Las desigualdades han marcado a todas las esferas de la vida de chilenas y chilenos. Entre estos aspectos, la cultura lejos de ser considerada un derecho fundamental se ha percibido como un bien de consumo al que solo algunos pueden acceder.

La Unesco, ya en su Declaración de México de 1982, señalaba:

Un programa de democratización de la cultura obliga, en primer lugar, a la descentralización de los sitios de recreación y disfrute de las bellas artes. Una política cultural democrática hará posible el disfrute de la excelencia artística en todas las comunidades y entre toda la población (Unesco, 1982, art.21).

El impacto que tiene en las personas la cultura y la exposición temprana a expresiones artísticas se refleja en un mayor desarrollo de habilidades blandas, pensamiento crítico, sensibilidad social y valoración de la diversidad, entre otras cosas que les permiten comprender y conectarse con los códigos que mueven a un mundo, que ha sobrepasado las fronteras territoriales. Pese a la relevancia de estas disciplinas, en Chile el acceso a ellas se encuentra concentrado solo en la Región Metropolitana, recibiendo la mayor parte de los recursos que el Estado destina a este ítem (Red de universidades del Estado de Chile, 2020, párr 6).

Diferencias entre democratización en la cultura y democracia cultural.

1. El modelo

Por un lado, el modelo de democratización cultural promueve la difusión de la cultura mediante instrumentos de propaganda y difusión masiva, mientras que la democracia cultural invita a las personas a que participen libremente de las actividades dependiendo de cuáles sean sus intereses particulares por la cultura.

2. La forma de entender la cultura

La democratización cultural entiende a ésta como un bien del colectivo que por defecto no está al alcance de todos y que hay que hacerlo llegar mediante algunos métodos

sofisticados. Por otro lado, la democracia cultural entiende que la cultura es más bien de un proceso personal y espontáneo, el cual se construye desde la convivencia cotidiana.

3. El origen de la cultura

En la democratización cultural el origen de esta proviene desde la oficialidad, es decir, que se elabora según los criterios de empleados públicos que se dedican a crear estrategias culturales para el pueblo. Por otro lado, en la democracia cultural es el propio sujeto quien decide en qué actividades participa según su motivación.

4. La propuesta de participación ciudadana

En lo que se refiere a la democratización de la cultura, las personas participan como una especie de público-espectador; están sujetas a las decisiones de otras personas sobre qué clase de contenido experimentar.

En cambio, en la democracia cultural, cada persona es un actor-participante en su propia experiencia cultural, no hay dependencia de ningún tipo respecto a los contenidos en los que el ciudadano desea participar (Carillo, psicologiaymente.com, s.f.)

Democracia cultural: se refiere a la idea de que los hombres y mujeres son entes culturales que se deben formar de manera autónoma y libre, motivados por sus intereses particulares respecto a los temas culturales que hay en su interior. (Carillo, psicologiaymente.com,s/f).

Democratización de la cultura: propone ser una especie de guía hacia una “cultura ideal”, la cual es planificada por el Estado o por cualquier otro ente privado que se lo proponga; lo cual conlleva a una participación pasiva de parte de la comunidad, ya que no son los ciudadanos los que deciden libremente (Carillo, psicologiaymente.com, s.f.).

El Consejo de la Cultura y las Artes (CNCA) define como uno de sus objetivos principales la “descentralización de las actividades y plataformas de creación y difusión cultural para de esta manera mejorar el acceso de la comunidad a los bienes culturales”. Esta descentralización implica una concepción determinada de las nociones de identidad y territorio. Esto ha sido corroborado en la nueva Política Nacional de Cultura 2017-2022 del Gobierno de Chile, en la cual el territorio es presentado como uno de los dos pilares que la guían (Revista Gestión Cultural, 2017, p. 8).

Este enfoque en el territorio:

Vela por recoger las particularidades de cada lugar: la diversidad de necesidades y formas de abordar las brechas identificadas y objetivos propuestos para el desarrollo cultural”. Con esto se busca “contar con una ciudadanía que influya y proponga activamente líneas de trabajo para las acciones públicas (Revista Gestión Cultural, 2017 p. 8).

Como propone Luis Thayer, el desarrollo descentralizado requiere: “Un reconocimiento de las identidades que históricamente se han configurado en los territorios que las integran” (Revista Gestión Cultural, 2017 p. 8).

Descentralización de la cultura: impulsar la descentralización, el acceso y la participación de la ciudadanía en el ámbito cultural, artístico y patrimonial, mejorando la gestión de infraestructura, promoviendo el uso de nuevas tecnologías y un rol activo del Estado en la difusión cultural y formación de públicos, con enfoques de género e inclusión (dipres.gob.cl, 2019, p.1).

El 5 de mayo de 1967 se dictó el decreto 491 que daba a la Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica la calidad de organismo asesor de la Presidencia de la República “en la formulación y desarrollo de una política integral de fomento de las investigaciones en el campo de las ciencias puras y aplicadas”.

El 1 de enero de 2020 se produjo uno de los hitos más importantes de la instalación de la nueva institucionalidad científico-tecnológica de nuestro país, que lidera el Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación. Conicyt, la institución que por más de 52 años estuvo a cargo de la promoción y fomento de la ciencia y la tecnología en Chile, se transforma en la Agencia Nacional de Investigación y Desarrollo, ANID, entidad con una visión que reinterpreta y enriquece la labor desarrollada por su antecesora, con una estructura más liviana, eficiente y al servicio de la comunidad. Estructura a la que además se suma la Iniciativa

Científica Milenio y la gerencia de Capacidades Tecnológicas de la Corporación de Fomento de la Producción (Anid.cl, s.f. párr. 14).

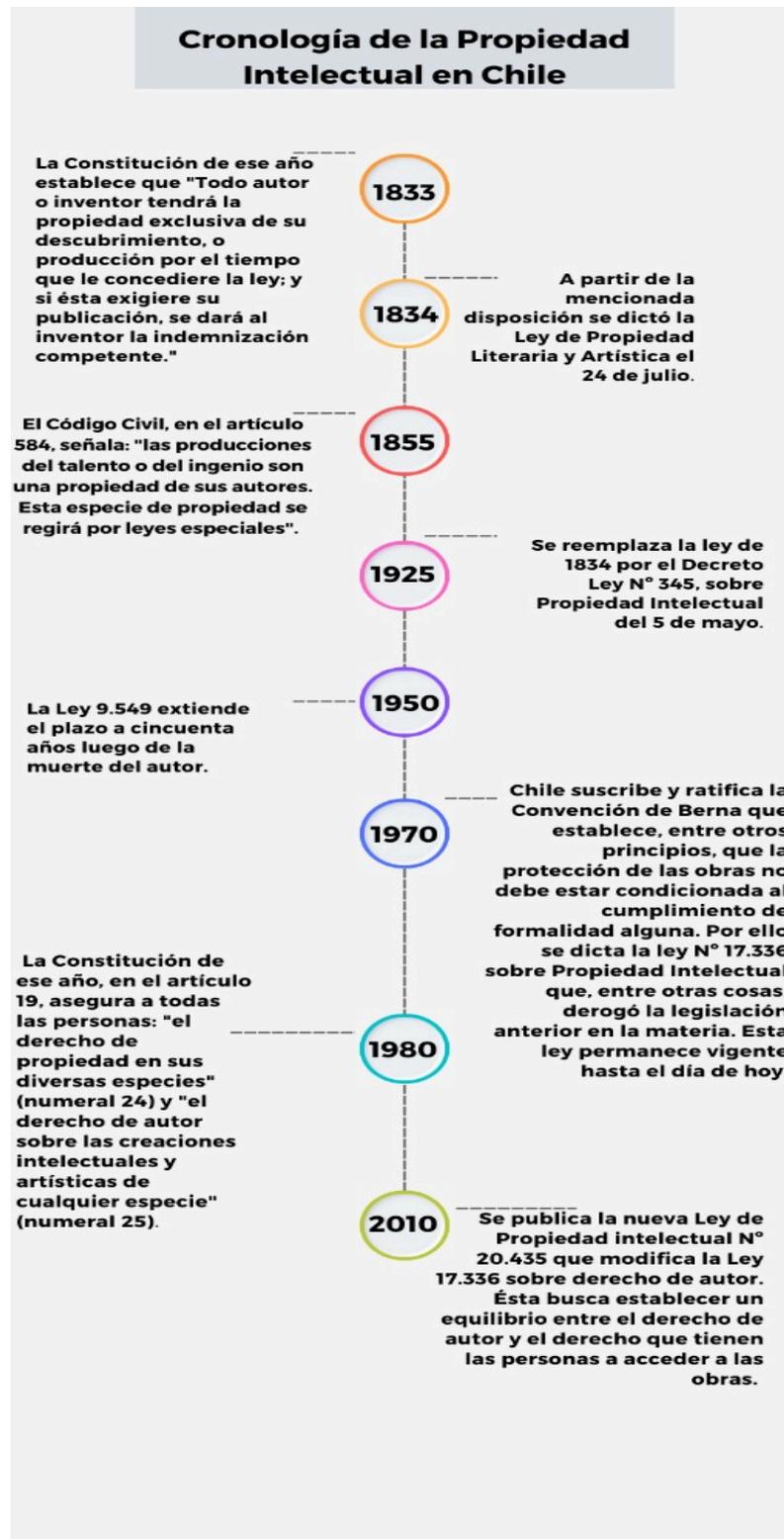
En virtud del decreto 491 Conicyt fue parte trascendental de las iniciativas de apoyo al fortalecimiento de la ciencia y tecnología en Chile. Esta transformación busca dotar al Ministerio de Ciencia, Tecnología, Conocimiento e Innovación de la capacidad de apoyar con recursos el desarrollo de la ciencia y la innovación en Chile con objetivos de largo plazo, siguiendo las directrices de su Estrategia Nacional de CTCI y su Política Nacional. (Anid.cl, s.f. párr. 2)

Desarrollo I+D: la investigación y desarrollo (I+D) es el proceso de investigación en conocimientos científicos y técnicos, con el objetivo de desarrollar tecnologías para obtener nuevos productos, materiales o procesos. Para ello, en las actividades de I+D, será fundamental que pueda apreciarse un importante nivel de creatividad o novedad (economipedia.com, 24 octubre 2016, párr. 1).

El 24 de julio de 1834 se publicó la primera ley relacionada a los derechos de autor, denominada: "Ley sobre propiedad literaria y artística". Señalaba que "Para entrar en el goce de los derechos concedidos...no se necesita título alguno del Gobierno, y bastará que, depositándose previamente tres ejemplares de la obra en la biblioteca pública de Santiago, se anuncie en el frontispicio a quien pertenezca".

Desde el 17 de marzo de 1925, con la entrada en vigencia del Decreto Ley N° 345 que otorgaba garantías sobre la propiedad intelectual, el Registro de Propiedad Intelectual siguió operando asociado a las funciones que se llevaban a cabo en la Biblioteca Nacional. A partir del año 1929, con la constitución de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos, forma parte de su estructura orgánica (Propiedadintelectual.gob.cl, s.f. párr. 2).

Con la publicación de la Ley N° 17.336 sobre Propiedad Intelectual, el 2 de octubre de 1970, se ordenó la creación del Departamento de Derechos Intelectuales. Este organismo depende desde su creación de la Dirección de Bibliotecas, Archivos y Museos (hoy "Servicio Nacional del Patrimonio Cultural") y, de acuerdo con lo que le encomendó el Reglamento de la Ley, tiene a su cargo el Registro de Propiedad Intelectual, la atención de las consultas e informes que formulen o soliciten los particulares y los servicios públicos y el asesoramiento del Gobierno en todo lo relativo a derechos de autor, derechos conexos y materias afines (Propiedadintelectual.gob.cl, s.f. párr. 3).



Infografía 1: Cronología del Derecho de la propiedad intelectual en Chile, Fuente BCN.CL Autoría propia del Grupo

Derecho de Propiedad Intelectual DPI: los Derechos de Propiedad Intelectual (DPI) son derechos legales que protegen las creaciones y/o invenciones, resultantes de la actividad intelectual en el campo industrial, científico, literario o artístico. Los DPI más comunes incluyen patentes, derechos de autor, marcas y secretos comerciales (itu.int.es, s.f.).

Cada vez son más las facetas de la vida diaria que están acompañadas por la tecnología. En pleno proceso para redactar la nueva Constitución, hay quienes plantean que en la próxima carta magna debieran añadirse temas vinculados con los nuevos avances tecnológicos.

La discusión sobre derechos digitales ya ha sido planteada en países como Finlandia, Colombia, Italia y España, entre otros. Este concepto no apunta necesariamente a derechos completamente nuevos, sino a la expresión normativa específica con respecto de aquellos que ya tenemos, como la libertad de expresión, la privacidad, el derecho al acceso al conocimiento, la cultura, entre otros, pero expresados en el plano digital.

Juan Carlos Lara, (2021) director de investigación y políticas públicas de la ONG Derechos Digitales, precisa que “son los mismos que poseemos fuera de la tecnología y las redes, pero aplicadas al contexto en que la tecnología permite tanto facilitar el ejercicio de estos derechos, como también perjudicarlo” (Latercera.com, 26 febrero 2021).

Derechos digitales: son los derechos humanos, individuales y colectivos, pero aplicados a internet (Impulso Digital, 10 de mayo de 2018).

La Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores (Dirac) es responsable de difundir, promover y potenciar la actividad artístico cultural de Chile en el exterior de acuerdo a los lineamientos de Política Exterior de Gobierno, para asegurar la presencia y la inserción de Chile en los principales circuitos culturales a nivel global, tales como certámenes, festivales, bienales, ferias, entre otros. De esta manera se pone en valor la Cultura como expresión de nuestra identidad nacional, desarrollando un programa orientado a la difusión, circulación e inserción internacional de las diferentes creaciones artísticas en las siguientes áreas: Música, Cine y Audiovisual, Literatura, Patrimonio, Artes Visuales, Diseño, Arquitectura, Artes Escénicas (Teatro y Danza) y Artesanía. (dirac.gob.cl, s.f.)

En su sitio web describe:

Misión:

Dirac es el organismo responsable de difundir, promover y potenciar la presencia cultural de Chile en el exterior.

Visión:

Establecer, fortalecer y potenciar una presencia cultural permanente de Chile, a través de la inserción de artistas en los principales circuitos culturales del mundo y el apoyo a

proyectos que generen actividades culturales en el exterior, en concordancia con los lineamientos de la Política Exterior del país.

Objetivos:

Apoyar y difundir las manifestaciones culturales de artistas chilenos en el exterior, con el propósito de generar lazos con las otras naciones.

Diseñar y apoyar la acción que desarrollan las embajadas, consulados y misiones de Chile en el exterior, en el ámbito cultural.

Coordinar con las diversas instituciones culturales nacionales los acuerdos culturales suscritos con otros países. El Ministerio de Relaciones Exteriores, negocia acuerdos culturales con países con los que mantiene relaciones diplomáticas, de acuerdo con sus prioridades de política exterior (dirac.gob.cl, s.f.).

Dirección de Asuntos Culturales del Ministerio de Relaciones Exteriores (Dirac):

colabora con las políticas públicas para el desarrollo del campo en lo relacionado con la promoción y gestión de la producción audiovisual chilena en festivales, muestras y ciclos internacionales en el extranjero, además de ciertas instancias de la industria como concursos de *work in progress* y laboratorios internacionales (CNCA, 2017).

El Gobierno de Chile introdujo, a partir de 1980-1981, la modalidad de “fondos concursables” como criterio para la asignación de sus propios recursos en las áreas de educación superior y desarrollo científico y tecnológico (conicyt.cl, s.f.).

El CNCA formuló mediante sus órganos colegiados, la política cultural: “Chile quiere más cultura”. Entre los períodos 2005-2010, la Política Cultural 2011-2016 y la Política Nacional de Cultura 2017-2022. Estas 3 políticas, a pesar de fundamentarse en las ideas fuerzas contenidas en el espíritu de la ley 19.891, “apoyar el desarrollo de las artes y la difusión de la cultura, contribuir a conservar, incrementar y poner al alcance de las personas el patrimonio cultural de la Nación y promover la participación de éstas en la vida cultural del País”, definiendo las líneas estratégicas de creación artística, participación en la cultura y patrimonio cultural, consolidaron la concursabilidad y las asignaciones directas a grandes instituciones culturales como fuente del financiamiento de iniciativas culturales, destinando una cantidad marginal de recursos del presupuesto fiscal a iniciativas no concursables focalizadas en los sectores populares (biobiochile.cl, 2020 párr. 11).

Los fondos concursables son un dispositivo distorsionado de asignación de recursos en un Estado subsidiario como el chileno. Bajo la lógica subsidiaria, neoliberal, las políticas públicas deben focalizar su inversión en aquella parte de la sociedad que no es capaz de asegurar por sí misma la provisión de bienes y servicios, población “vulnerable” o en “situación de pobreza”. Sin embargo, como es de público conocimiento, los beneficiarios principales de los recursos de los fondos concursables son personas naturales o jurídicas que habitan las comunas más ricas del país. Esta tendencia se ha extendido durante 3 décadas (biobiochile.cl,2020 párr. 12).

Fondos concursables: mecanismos de asignación de recursos que el Estado pone a disposición de la ciudadanía para la materialización de sus proyectos. A través de estos fondos, se entrega a las propias organizaciones sociales la responsabilidad de definir e implementar lo

que estas consideren necesario para mejorar la calidad de vida de su comunidad. Son concursables porque toda persona u organización interesada, y que cumpla con los requisitos de admisibilidad, puede postular presentando un proyecto, que será evaluado y ponderado en conformidad a lo dispuesto en las bases que lo regulan. Por lo tanto, todos los participantes conocen la misma información y tienen iguales posibilidades de adjudicárselos (dos.gob.cl, 2019).

El Fondo de Fomento Audiovisual (FFA) se origina en el marco de la Ley N° 19.981, de noviembre del 2004, que establece:

Artículo 1º: El Estado de Chile apoya, promueve y fomenta la creación y producción audiovisual, así como la difusión y la conservación de las obras audiovisuales como patrimonio de la Nación, para la preservación de la identidad nacional y el desarrollo de la cultura y la educación.

Artículo 2º.- La presente ley tiene por objetivo 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 (dipres.gob.cl, agosto 2014).

Tiene como principales objetivos el desarrollo, fomento, difusión, protección y preservación de las obras audiovisuales nacionales y de la industria audiovisual, así como

también, la investigación, y el desarrollo de nuevos lenguajes audiovisuales (dipres.gob.cl, agosto 2014).

Fondo de Fomento Audiovisual: financia la producción y distribución de obras cinematográficas, creación de guiones, equipamiento, formación profesional, investigación y difusión de las nuevas tendencias creativas y de innovación tecnológica. Depende del Consejo del Arte y la Industria Audiovisual, y existe a partir de la promulgación de la ley N° 19.981, en 2004 (fondodecultura.cl, s.f.).

El Fondo Nacional del Desarrollo Cultural y las Artes (Fondart) es el concurso público de arte y cultura más antiguo y emblemático de Chile. Se trata de un instrumento de política pública creado en la ley de Presupuestos del año 1992, administrado hasta el año 2003 por el Ministerio de Educación (Mineduc), desde el 2003 hasta el 2018 por el extinto Consejo Nacional de las Culturas y las Artes (CNCA) y desde marzo del año 2018 por la nueva institucionalidad cultural: el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (cultura.gob.cl, s.f.).

Fondo Nacional del Desarrollo Cultural y las Artes (Fondart): tiene como objetivo apoyar el desarrollo de las artes, la difusión de la cultura y la conservación del patrimonio cultural de Chile.

Con los recursos del fondo se ejecutan programas y se realizan concursos de proyectos abiertos a la comunidad artística, que tienen por fin estimular la formación profesional, la creación artística, la mediación cultural y la conservación patrimonial en las siguientes

disciplinas artísticas: artes visuales, fotografía, teatro, danza, artes circenses, artesanía, folclor, arquitectura, diseño, nuevos medios, gastronomía, patrimonio material e inmaterial, gestión cultural, culturas de pueblos originarios, desarrollo cultural local y turismo cultural (cultura.gob.cl, s.f.)

La economía naranja debe su nombre a la asociación que suele hacerse del color naranja a la cultura y la industria creativa. El concepto se hace público por primera vez en 2013. Durante una conferencia del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), se presentó la publicación de un libro que trataba sobre la economía cultural y creativa. Una economía que los autores de dicho libro denominaron “economía naranja”. En este sentido, Iván Duque y Felipe Buitrago, consultores del BID, daban forma a un concepto que: bajo su criterio, se presentaba como “una oportunidad infinita”. Así, los autores resaltaban la necesidad de, al igual que la economía verde, acuñar un concepto que tratase de potenciar la cultura y la ideación en los países (economipedia.com. 2020, párr. 10).

Además del lucro, la economía naranja persigue el desarrollo y el fomento de la cultura.

Economía Naranja: conjunto de actividades que consisten en la transformación de ideas en bienes y servicios de carácter cultural. En la economía naranja, el valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual.

Durante la pandemia muchas industrias han tenido que repensar sus modelos de trabajo, con una tónica más colaborativa y digital, para superar los obstáculos que ha generado el virus. Sin embargo, "es difícil perderse la ironía suprema del hecho que lo que nos unió a todos y nos empujó a una solidaridad global, se exprese de tal manera que hay que evitar el contacto entre personas e incluso aislarse", señala el filósofo, sociólogo y crítico cultural esloveno Slavoj Žižek (Latercera.com ,3 marzo 2020).

Una adecuada infraestructura digital permitiría a las empresas creativas chilenas mejorar la entrega de productos y servicios artístico-culturales, lo que contribuiría al desarrollo de ventajas competitivas para alcanzar un mayor porcentaje del mercado nacional. "Se requiere de la generación de espacios propios de difusión -que hoy son escasos y compartidos - para que puedan adquirir su propia autonomía, ejecutar sus propias agendas y promover sus respectivas audiencias" (Aspillaga, 2014, p.137)

Alejandra Aspillaga destaca el ejemplo de países que han sido pioneros en ver el potencial económico de las industrias creativas, señalando que:

Como generalmente ha ocurrido en el transcurso de la historia económica del mundo, son los países más desarrollados los que han identificado, potenciado y aprovechado de mejor forma esta situación. Es así como han volcado parte importante de sus presupuestos y esfuerzos en potenciar la economía del conocimiento, invirtiendo importantes recursos en investigación y desarrollo

(I+D) con el objetivo de estimular principalmente el sector de los servicios, entre ellos las industrias creativas (p.16).

El CAIA está compuesto por un Consejo de 17 representantes de distintos ámbitos del campo audiovisual. Entre algunas de sus funciones destacan las siguientes:

- Administrar un fondo de fomento, cuyo principal objetivo es 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.
- Otorgar los premios anuales (Premios Pedro Sienna) a las obras audiovisuales.
- Fomentar la promoción de la distribución y la exhibición de obras audiovisuales nacionales y en coproducción.
- Estimular el desarrollo de la educación artística y profesional audio-visual, la docencia y la investigación.
- Proponer medidas de fomento a la producción audiovisual chilena, así como la realización de festivales y muestras cinematográficas.
- Fomentar la promoción de la producción audiovisual nacional, así como su comercialización nacional e internacional.
- Establecer programas y subvenciones que promuevan la innovación en las técnicas de creación audiovisual.

- Mantener vínculos permanentes con organismos e instituciones gubernamentales de países extranjeros con competencia en materia audiovisual.
- Convocar a concursos públicos y designar a los especialistas de los comités de evaluación (CNCA, 2017).

Si bien no se incluye en la ley, su reglamento establece que el ministro presidente del CNCA designará un/a secretario/a para apoyar al Consejo y la gestión de todo aquello relacionado con la administración del fondo (CNCA, 2017).

En febrero de 2020 se vio materializado el nuevo impuesto digital en Chile. Durante los últimos años se ha visto un crecimiento en el uso de los servicios digitales, que hasta ese momento no estaban regulados tributariamente. La Unión Europea y la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) negociaron la incorporación de un impuesto para las plataformas digitales.

En Chile desde el año 2019 se comenzaron a analizar distintas propuestas para incorporar el pago de IVA a las plataformas digitales. La Asociación Nacional de Televisión (Anatel) en un comunicado emitido el 12 de septiembre del 2019 señalaba:

En Chile, la desregulación de las empresas digitales globales tiene graves efectos que aún no se han debatido en profundidad, ni menos visibilizado como una amenaza en la opinión pública. Creemos que como actores de la construcción de esa opinión debemos alertar de las

negativas consecuencias que advertimos en la actual falta de controles tributarios, legislativos y normativos a estas empresas (anatel.cl, 2019)

El impuesto digital chileno ocupa el tercer lugar entre las tasas más altas del mundo con un 19%, siendo superado por Uruguay con 22% y Argentina con 21%. Asimismo, gran parte de los servicios de *streaming* aumentaron sus tarifas mensuales un 19%, como es el caso de Spotify, que anunció el cobro de la nueva tasa a partir de agosto para cuentas nuevas, y una prórroga de dos meses para cuentas antiguas (rankia.cl, 20 agosto 2020, párr. 22).

En suma, se espera un aumento general en el precio de todos los servicios digitales de entretenimiento extranjeros, el cual afectará al consumidor final, quien deberá decidir si desea seguir consumiendo estos productos, afectando de esta manera la demanda de las plataformas digitales (rankia.cl, 20 agosto 2020, párr. 23)

Industria creativa

Son las actividades que tienen su origen en la creatividad, las habilidades y el talento. Es un sector económico que genera empleo, desarrollo humano, inclusión social y que cuenta con un alto componente de emprendimiento, innovación y creación de valor.

Impuesto digital: aplicado a empresas digitales como Netflix, HBO Go, Amazon, entre otras. A partir del 1 de junio de 2020 deben pagar el IVA (19%) para seguir con sus actividades en Chile. Esta medida surgió el 13 de febrero del 2020 con la Ley de Modernización de la Legislación Tributaria. Antes las empresas digitales no pagaban impuestos en Chile, debido a que no tenían oficinas establecidas en el país (rankia.cl, 20 agosto 2020, párr. 5,6).

Consejo del Arte y la Industria Audiovisual (CAIA): principal organización del Estado destinada al desarrollo audiovisual. Fue creado por la Ley 19.981 Sobre Fomento Audiovisual, durante el gobierno del presidente Ricardo Lagos, a fines del 2004.

Plataformización: proceso creciente de implantación de las plataformas digitales en los diferentes sectores de la economía, transformando hábitos y rutinas de los consumidores, con plataformas como Facebook, Netflix, Uber, Amazon, entre las principales. Esta abarca ámbitos de la vida pública y privada. Incluso se podría decir que la 'plataformización' es para algunas personas su estilo de vida (El Periódico, 14 de enero de 2020, párr. 3).

Políticas culturales: “Conjunto de intervenciones realizadas por el Estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o de transformación social” (García Canclini, 2005, p.65).

Dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores, la principal función de ProChile es la promoción de los bienes y productos nacionales exportables. Ha actuado, en coordinación con el Consejo del Arte y la Industria Audiovisual y otras instituciones, para posicionar el cine chileno en el exterior. (Política Nacional Audiovisual 2017-2022, informe CNCA, 2017)

ProChile: ofrece herramientas de fomento a la exportación como el apoyo a la participación en ferias internacionales. Asimismo, a través del programa Marcas Sectoriales, apoya a la marca CinemaChile, la agencia de promoción internacional del cine chileno presente en los principales festivales y mercados de cine documental y de ficción, cortometraje, animación y televisión de Chile y el mundo. (Política Nacional Audiovisual 2017-2022, informe CNCA, 2017)

6.2 Marco De Antecedentes

6.2.1 Conectividad – Acceso Internet- Formas De Contratación

A nivel nacional, el uso de internet varía de una zona a otra. En un estudio publicado por la Fundación País digital en mayo del 2021, “Brecha en el uso de Internet: Desigualdad digital en 2020, su presidente, Pelayo Covarrubias, señala:

pese a que un 80% de la población usa internet diariamente, aún existen grupos donde esa cifra es muy baja. Esto está fuertemente marcado por la edad, la geografía urbana o rural, el nivel de ingresos, y, sobre todo, por el nivel educacional. Las zonas urbanas alcanzan un 81% de usuarios de internet, mientras que las zonas rurales registran un 57,9%. Por otro

lado, si bien en todos los niveles socioeconómicos ha aumentado el uso de internet, en los deciles más bajos sólo el 53,5% utiliza la red actualmente, versus un 96,8% en el décimo decil. Y menos de 50% de adultos mayores de 65 años utiliza internet (trendtic.cl, 2021 p 1).

En tiempos de pandemia la tecnología digital se ha convertido en un recurso clave, según datos difundidos por la Universidad Autónoma de México:

El mundo está conectado digitalmente y ese vínculo se robusteció en los últimos 150 días debido al confinamiento por la pandemia de Covid-19, que llevó a un aumento de 70% de usuarios de teléfonos móviles, 47% de laptops, 33% de PC o computadoras de escritorio y 32% de Smart TV (gacetaunam.mx., 20 agosto de 2020).

Las tecnologías móviles de alta velocidad son rápidamente adoptadas por los chilenos. Así lo muestran las estadísticas de la Subsecretaría de Telecomunicaciones (Subtel, 4 marzo 2021): a septiembre de 2020, existen 19,8 millones de conexiones móviles (3G y 4G). Esta cifra representa un alza de 7,2% en comparación con los 18,5 millones de conexiones percibidas en igual período de 2019.

Las estadísticas además revelan que en Chile se registraban 54 millones de servicios de telecomunicaciones a septiembre de 2020, lo que se traduce en 2,8 servicios por persona, o sea que en promedio, las personas tienen contratado cerca de 3 servicios, tales como telefonía celular, televisión por cable, internet hogar, entre otros.

El alto consumo de redes móviles no es un fenómeno exclusivo de la pandemia, lo que se ve reflejado en la investigación realizada por Internet Media Service (IMS) en septiembre de

2016. A nivel latinoamericano y nacional, 9 de cada 10 personas se conecta a internet a través de teléfonos inteligentes. Con un 94% del uso de smartphones y 6% de computadoras, Chile era en ese entonces el país que más se conectaba a plataformas digitales (Ver Gráfico 1).

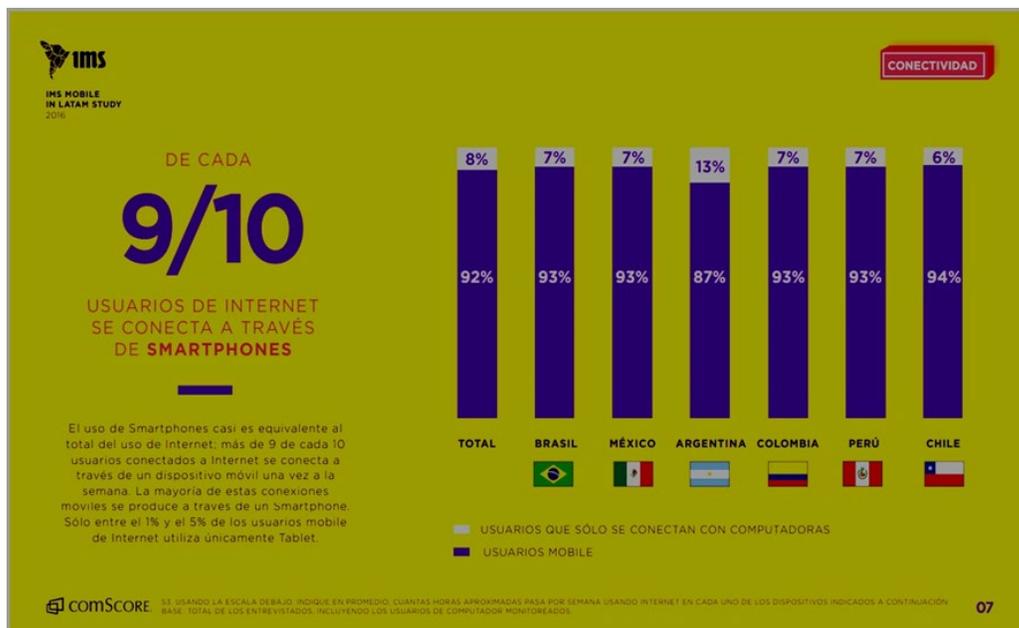


Gráfico 1: Usuarios de Internet se conecta a través de smartphone fuente: Internet Media Service

Según datos publicados por la Subtel, la penetración de internet en la sociedad chilena es cada vez más alta, con un crecimiento de la tecnología del acceso a internet desde un 68,5% (2015) a casi un 85,7% (2017) (Ver Gráfico 2).

Es decir, aparentemente, casi 9 de cada 10 hogares tienen acceso a internet (Subtel, 2017).

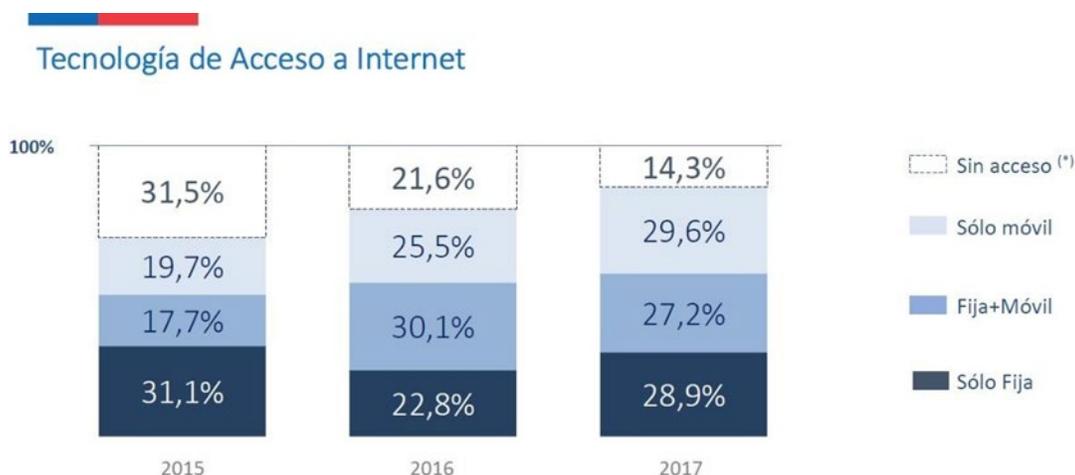


Gráfico 2: Fuente SUBTEL 2017

Datos más recientes de la Subtel indican que el tráfico total de internet fija y móvil aumentó en un 40% a marzo de 2020 debido a la crisis sanitaria, en comparación al primer trimestre del 2019 (Subtel, 4 de junio de 2020). La ministra de Transportes y Telecomunicaciones, Gloria Hutt, señaló:

La pandemia de Covid-19 ha puesto a prueba todas las industrias y la de telecomunicaciones no se ha quedado intacta. En esta línea, hemos visto crecimientos exponenciales de tráfico de Internet, tanto fija como móvil, iguales a 40%, impulsados principalmente por el teletrabajo, la educación en línea, streaming de video y la comunicación con seres queridos mediante videollamadas. Esto demuestra la importancia de las telecomunicaciones y que nuestro país posee una infraestructura lo suficientemente preparada para soportar aumentos en la demanda de tráfico. De hecho, la Subtel proyecta que en los próximos meses este aumento podría llegar a un 60%. (Subtel, 4 de junio de 2020).

Las entrevistas realizadas a usuarios nos permiten recoger sus percepciones y un relato mucho más directo sobre este punto:

“La conectividad de internet es impecable; nada que decir y sobre todo para este tipo de plataformas de streaming que además (...) Cómo funciona con un buffer no tienes ningún problema” (Gabriel Aldana, Antofagasta, comunicación personal, 22 septiembre 2021)

“La conectividad de internet es relativamente buena, no excelente, tenemos contratado fibra óptica, pero a veces en contadas ocasiones la conexión se cae” (Gabriel Fernández, comunicación personal, 22 septiembre 2021).

Luego del impulso que les dio la pandemia a las plataformas de *streaming* en 2020, los reportes de Netflix señalan que el crecimiento de clientes se ha ralentizado el 2021. La empresa finalizó el segundo trimestre de 2021 sumando 1,54 millones de usuarios a nivel mundial. Aun cuando superó el pronóstico de 1,12 millones de los analistas y su propia estimación de 1 millón, está lejos de sus niveles de crecimiento anteriores (bloomberglínea.cl, 3 octubre 2021).

Al cierre de marzo de 2021, Amazon Prime Video contaba con 200 millones de usuarios globales, luego de un récord de 50 millones de usuarios nuevos en 2020 (bloomberglínea.cl, 3 octubre 2021).

6.2.2 Irrupción De Las Plataformas En Chile

La tecnología digital ha venido generando importantes transformaciones en las formas de producir y consumir contenidos audiovisuales. Uno de los principales ejemplos es el surgimiento de plataformas digitales, como las de servicios de contenidos de películas, series y documentales.

El popular servicio de suscripción a películas y series por Internet más grande del mundo, en cantidad de usuarios y material alojado en sus archivos, Netflix, realizó su estreno en Chile el 8 de septiembre del 2011, con un amplio catálogo de series de televisión y de películas (Emol.com, 11 noviembre 2011). El 14 de diciembre del 2016 la empresa Amazon lanzó en Chile un nuevo servicio de *streaming* de video, “Amazon Prime Video”, el mismo que en Estados Unidos compite con plataformas como Hulu y HBO y que se plantea como una seria alternativa al hasta ahora imbatible Netflix (Latercera.com, 14 diciembre 2016).



Imagen interpretativa 1: Irrupción de las plataformas de streaming en Chile. Autoría propia del grupo

El confinamiento social por pandemia generó en Chile que las personas, al pasar más tiempo en casa, buscaran alternativas de entretenimiento, siendo las plataformas de *streaming* de películas y videos unas de las principales fuentes de satisfacción.

La agencia digital Jelly.cl en enero 2021 publicó un estudio consistente en 408 entrevistas. El público objetivo de este estudio fueron personas de entre 22 y 55 años que durante el último año hayan estado suscritas o hayan contratado algún servicio de *streaming*.

De este estudio recogemos datos tales como horas de consumo, cantidad de suscripciones y preferencias:

En Chile, el 42,4% confiesa consumir entre tres y cinco horas de streaming diarios. El 41,9% tiene un servicio y el 30,1% ya cuenta con suscripciones a dos plataformas. Más del 88% tiene Netflix, Amazon se instala en un segundo lugar de las preferencias, pero Disney+ entró fuerte y marca un 23,3%. Es tal la explosión del consumo de streaming que un 33,8% reconoce estar viendo menos TV abierta que antes y un 42,9% tiene pensado dejar la suscripción de TV Cable.

Los testimonios recopilados confirman la tendencia al mayor consumo de estas plataformas durante la pandemia:

La verdad es que, desde el inicio de la pandemia y el confinamiento, me he resguardado en casa, ya que a mis 74 años soy considerado de alto riesgo para el contagio de Covid-19. Así que unas de las alternativas que tengo es poder disfrutar de series y películas que brindan las plataformas. De esa forma evito salir y exponerme en otro lugar que no sea mi casa (Gabriel Fernández, Puente alto, comunicación personal, 22 septiembre 2021).

En pandemia esto se acrecentó, sobre todo en cuarentena, cuando era al menos 2 horas al día, y ahora que es mixto, los fines de semana es inevitable y al menos estoy 2 horas viendo, como te comenté, “La jauría”. Durante la semana en general veo cosas con mi hija, pero 2 a 3 veces a la semana me doy una hora al menos (María José Varas, Ñuñoa, comunicación personal, 30 agosto 2021)

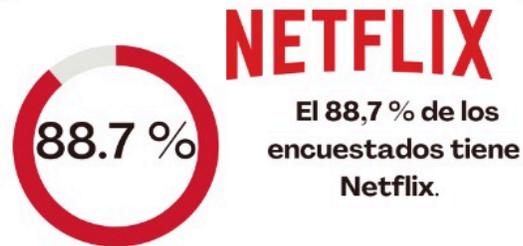
Claudia Saldivia señala que “aquí en Osorno hemos estado encerrados bastante con las cuarentenas, además el clima aquí es malo, por lo que tener cosas que ver ayuda a llevar el encierro” (comunicación personal, 23 julio 2020).

La flexibilidad que ofrecen estas plataformas es destacada en un artículo publicado por elmostrador.cl el 17 febrero de 2021:

Las plataformas de streaming son un reflejo perfecto de la cultura de consumo ‘a medida’ y una gratificación instantánea a la que nos hemos acostumbrado con el acceso a

Internet. La parrilla programática alternativa da independencia y libertad. Además, podemos tener más de una cuenta en una que otra plataforma.

POSICIONAMIENTO DE LAS PLATAFORMAS DE STREAMING EN CHILE



PENETRACIÓN POR EDADES

| | prime video | NETFLIX |
|--------------|--------------------|----------------|
| 18 a 24 años | 33% | 100% |
| 25 a 34 años | 38% | 83% |
| 35 a 44 años | 55% | 95% |
| 45 a 54 años | 58% | 89% |
| 55 a 64 años | 42% | 95% |
| 65 a 74 años | 48% | 57% |
| + 75 años | 0% | 0% |

El 42,4% confiesa consumir entre tres y cinco horas de streaming diarios.

FUENTE: INFORME DE AUDIENCIA CONNECTED TV, EMPRESA SMARTCLIP, JULIO 2021



Infografía elaborada por el Grupo "A", Tomada de diversas fuentes documentales

Infografía 2 Posicionamiento de las plataformas y penetración por edades. Autoría propia del grupo.

Sobre la irrupción de las plataformas Nivia Palma, abogada, exministra de Bienes Nacionales y miembro del CNTVN señala: “se han abierto muchas oportunidades y las nuevas plataformas creo que no hay que verlo como una amenaza, sino como una oportunidad que hablan con diverso público” (comunicación personal,, 25 noviembre 2020).

El actor Alejandro Montes habla sobre los beneficios que pueda brindar la irrupción de las plataformas:

Al aparecer, tantas plataformas da la oportunidad a muchos directores, productores, creadores, productoras, de generar proyectos. El mercado se amplifica. (...) el trabajo de los actores se visibiliza y es ¡espectacular! Lo que pasa hoy con estas plataformas es que se pueden volver a disfrutar producciones, teleseries y hoy están a disposición del público y no solamente durante el periodo en que se emitieron. También se amplía un campo laboral, no solamente para los actores, sino para todo el equipo de realización de un proyecto audiovisual y abrirte en otros mercados (comunicación personal, 3 de septiembre de 2021).



Imagen interpretativa 2: Factores del confinamiento social en Chile pandemia Covid-19. Autoría propia del grupo

Sang Park, gerente de terminales y nuevos negocios de WOM, explica por qué sectores socioeconómicos chilenos son más demandados las plataformas de *streaming*: se estima que la penetración es de un 90 % en el grupo ABC1, decreciendo a solo un 8% en los niveles D y E (comunicación personal, 29 de agosto de 2020).

Según señala Park, las plataformas de *streaming* se encontraron con un obstáculo: el uso de la tarjeta de crédito como método de pago de este servicio, no todas las personas tienen acceso a ella. Esto abrió una oportunidad de negocio para las empresas que prestan el servicio de internet, “al incluir el costo de las plataformas en la boleta y nosotros gestionamos el pago con las plataformas”.

6.2.3 El Costo De Suscripción A Las Plataformas De Netflix y Amazon Prime En Chile.

Una de las estrategias utilizadas por Netflix desde que comenzó a operar en Chile fue:

Para hacer uso del servicio, los usuarios desde el computador deberán ingresar al sitio web, registrarse y ver las películas o series a elección con una tentadora oferta de un mes gratis previo registro, posterior a ello se aplicará un costo mensual de sólo 3.790 pesos (Emol.com, 8 septiembre 2011).

Según el sitio web de Netflix en Chile, esta plataforma en septiembre de 2021 contaba con un plan básico de \$5.940, que daba acceso a ver simultáneamente y descargar las series y películas en un dispositivo a la vez, ver contenido ilimitado y la posibilidad de usar PC, tablet, smartphone y TV. Por la tarifa de \$8.320 ofrecía las opciones mencionadas anteriormente, con la posibilidad de ver en dos pantallas a la vez y añade la función HD. En tercer lugar, el plan de \$10.700 ofrecía la experiencia en cuatro pantallas simultáneamente y con calidad Ultra HD (Netflix.com/cl, 2021).

Series, señala:

Comencé pagando \$3.790 por el plan básico en 2013, pero en la actualidad pago \$8.320, que es el plan intermedio. Los planes varían por la cantidad de pantallas y la resolución en la que se encuentran disponibles los diferentes títulos (comunicación personal, 30 de agosto 2021).

El sitio web de WOM.cl detalla diferentes formas de pagar el servicio de plataformas de *streaming*:

Los clientes WOM que cumplan con las condiciones comerciales pueden pagar la suscripción del el servicio NETFLIX en la boleta mensual WOM.

¿Quiénes pueden suscribir NETFLIX con pago en boleta WOM?

Clientes Postpago y Business (con Plan emprende y RUT menor a 50 millones): Ser la línea más antigua o línea pagadora.

Tener un plan con un cargo fijo desde \$9.990.

Clientes con planes Grupales, Retail o Planes sólo voz.

Tener 6 meses de antigüedad en WOM.

Cliente sin deudas ni boletas vencidas (Pago al día).

Quedan excluidos: Planes T y Planes Internet Móvil o Plan Sólo Datos.

Únicamente una suscripción de Netflix por cuenta. (wom.cl, 2021)

¿Cuánto cuesta el servicio NETFLIX?
Según el Plan NETFLIX que selecciones (valores de los planes los fija NETFLIX):

| Plan NETFLIX | Cargo Fijo Mensual |
|---------------|-----------------------|
| Plan Básico | \$5.940 IVA incluido |
| Plan Estándar | \$8.320 IVA incluido |
| Plan Premium | \$10.700 IVA incluido |

imagen 1: Tabla precios suscripción WOM a Netflix fuente: wom.cl 2021

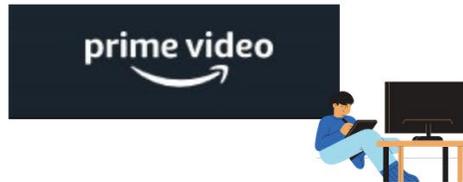
El cobro del servicio se hará por mes completo. Una vez contratado, aparecerá en los documentos de cobro de WOM como “NETFLIX” en sección “Otros Cargos”, independientemente de que el cliente cancele la suscripción antes de cumplido el mes.

El tráfico por el uso del servicio NETFLIX descontará de los datos del respectivo plan. En caso de verificarse su uso a través de la red de WOM, independientemente de que el cliente cancele la suscripción antes de cumplido el mes, el cargo queda registrado de todas formas.

Para Movistar la plataforma referencial es Amazon Prime. Así lo señala la compañía telefónica en su sitio web: “para contratar Amazon Prime Video con suscripción mensual debes tener un plan postpago, fijo o móvil y podrás activarlo desde Movistar Play accediendo con tu correo y contraseña” (movistar.cl, 2021).



**SUSCRIPCIÓN A AMAZON
PRIME VIDEO**
VALOR MENSUAL
\$ 4.165
DATOS PÁGINA WEB PRIMEVIDEO.COM - 2021



VER EN CUALQUIER PARTE
DISFRUTA DESDE LA WEB O CON LA APLICACIÓN DE PRIME VIDEO EN TU TELÉFONO, TABLET O CIERTOS SMART TV EN HASTA 3 DISPOSITIVOS AL MISMO TIEMPO.

DESCARGA Y DISFRUTA

DISFRUTA DE CONTENIDO SIN CONEXIÓN CON LA APLICACIÓN PRIME VIDEO CUANDO DESCARGUES TÍTULOS EN TU IPHONE, IPAD, TABLET O DISPOSITIVO ANDROID.



AHORRO DE DATOS

CONTROLA EL USO DE DATOS MIENTRAS DESCARGAS Y VES VIDEOS EN CIERTOS TELÉFONOS Y TABLETS.



INFOGRAFÍA ELABORADA POR GRUPO "A" PERIODISMO PRO- UNIACC 2021

Infografía 3: Suscripción Prime Video. Fuente Prime video. Autoría propia del grupo

Claudia Saldivia se refiere a su experiencia con esta modalidad de suscripción: “En casa lo veo a través de mi Smart tv y lo tengo contratado a través de Movistar, también tengo la aplicación del celular” (comunicación personal, 23 de julio de 2020).

En la actualidad, todas las compañías de telecomunicaciones ofrecen acceso a las plataformas de streaming de video, ya sea Netflix o Amazon Prime Video, o ambas; con cargo a la boleta. La contratación de estos servicios puede estar sujeta a promociones por paquetes de servicios, o asociado a un servicio puntual.



imagen 2: Sitio web Movistar - Activa Amazon Prime Video

6.2.4 Primeras Producciones Audiovisuales Chilenas En Las Plataformas

Las plataformas no solo fueron adquiriendo producciones audiovisuales, también han invertido en producir y coproducir películas y series. Chile no quedó fuera.

Amazon arribó a Chile publicitando “El presidente”, serie que aborda la corrupción en el fútbol. El caso conocido como FIFA Gate, que involucró millones sobornos por US\$ 150 millones, inspiró la serie, pero sobre todo el auge y caída de uno de sus personajes clave: el chileno Sergio Jadue (Latercera.com, 02 junio 2020).

Hasta septiembre del 2011 Netflix había adquirido las películas de Nicolás López “Qué pena tu vida”, “Qué pena tu boda”, “Promedio Rojo”, “Santos” y “El Crack”, que estarán también disponibles en todo el mundo, incluyendo Canadá y EEUU (fayerwayer.com, 8 septiembre 2011).



Imagen interpretativa 3: Primeras producciones audiovisuales chilenas en los catálogos de contenidos de las dos principales plataformas de streaming. - Autoría propia del grupo

6.2.5 La Guerra De Coproducciones Nacionales En Las Plataformas De Streaming. Netflix vs Amazon Prime Video

Netflix lanzó el tráiler oficial de “Nadie sabe que estoy aquí”, su primera producción original realizada en Chile con la productora Fábula, de los hermanos Juan de Dios y Pablo Larraín. La fecha de estreno estaba pactada para el 24 de junio de 2020. La película es protagonizada por el actor Jorge García, quien interpretó previamente a Hugo ‘Hurley’ Reyes en la serie “Lost” (Latercera.com, 02 junio 2020). García interpreta a Memo Garrido, quien vive en una isla chilena, donde pasa sus días trabajando en una granja junto a su tío, y nadie en el lugar conoce su pasado como estrella infantil. La aparición de Marta, interpretada por la actriz Millaray Lobos, obliga a Garrido a enfrentar su pasado y redimirse. (netxtvlatam.com, 7 junio 2020).

Puede que, entre la guerra del streaming y el factor de la pandemia, este sea un punto de inflexión para Netflix y su foco en las historias chilenas. Sus movimientos más recientes también pueden ser leídos como una respuesta a la agresiva estrategia de Amazon Prime

Video. “El presidente”, sumada a otras producciones como “La Jauría”, explicaría el explosivo aumento de suscriptores de la compañía en Chile. Según cifras de la operadora WOM, Amazon Prime creció un 363%, mientras que Netflix solo un 30% durante el primer semestre de 2020 (La tercera.com, 3 de agosto de 2020).

Marcelo Morales, periodista e investigador, señala sobre las producciones y coproducciones que “es una de las formas que se está buscando para poder producir películas, con cierta ambición incluso (...) si quieres hacer una película a gran escala, tienes que buscar la coproducción internacional” (comunicación personal, 9 de septiembre de 2021).

Nisla Spuler, periodista y docente de Uniacc, se refiere al trabajo de está llevando adelante Amazon en la realización de producción audiovisual en Chile:

La primera serie chilena en Amazon Prime es “La jauría”, que tuvo muy buena crítica y que ya confirmó una segunda temporada. Esta serie es realizada por actores chilenos, guionistas chilenos y la producción también, pese a que pertenece a Amazon Prime, termina siendo una serie chilena que posiciona temas vigentes de nuestro país al resto de Latinoamérica (comunicación personal, 13 de diciembre de 2020).

6.2.6 Reseña De Las Producciones Audiovisuales Chilenas En Plataformas De Streaming Desde El 2017 Al Primer Semestre Del 2021

Gonzalo Valdivia (2021), periodista de la *tercera.com*, señala que si las décadas previas se caracterizaron por un modelo en que los altos costos de inversión y la necesidad de un acuerdo con un canal de televisión para distribuir contenidos significaban que solo los grandes conglomerados podían producir una película o un serial, se ha pasado a un mundo en que un número cada vez mayor de productoras independientes proponen, escriben, desarrollan y producen los contenidos audiovisuales que son adquiridos por empresas de *streaming* bajo distintos esquemas para su distribución en plataformas online (*Latercera.com*, 9 de septiembre de 2021).

Yerko Moncada, usuario de estas plataformas, dice que “Definitivamente la cantidad de cine chileno que ha ido surgiendo en las plataformas es mucho más grande. Hace cinco años costaba muchísimo pillar algo, pero hoy en día hay superproducciones de Amazon que son chilenas” (comunicación personal, 24 de septiembre de 2021).

Según los datos recopilados de diversas fuentes documentales (*Latercera.com*, Cinechile, *emol*, *fayerwayer.com*, entre otras), se observa que desde el 2017 hasta el 2019 solo Netflix contaba con producciones chilenas subidas en el catálogo: películas, series y documentales.

En ese periodo había 9 películas, 3 series y un documental. Las películas eran: Cristo ciego, Madre, Fabricio Copano, Solo pienso en mí, Colonia, No estoy loca, Mi Amigo Alexis, La

memoria del Agua, Dry Martina y Aquí no ha pasado nada. Series: El reemplazante, Juana Brava, Bala Loca, y en documental La once.

El 2020 Amazon irrumpió con El presidente, La jauría y Dignidad, en conjunto con la productora Fábula. También adquirió la serie de Los 80, por medio de negociaciones con canal 13. Sumado a ello incorporó la cinta ganadora de un Oscar Una Mujer fantástica, Pacto de fuga, Neruda, Mala Junta, Johnny 100 pesos, No, convirtiéndose en la plataforma con más presencia de producciones nacionales en Chile.

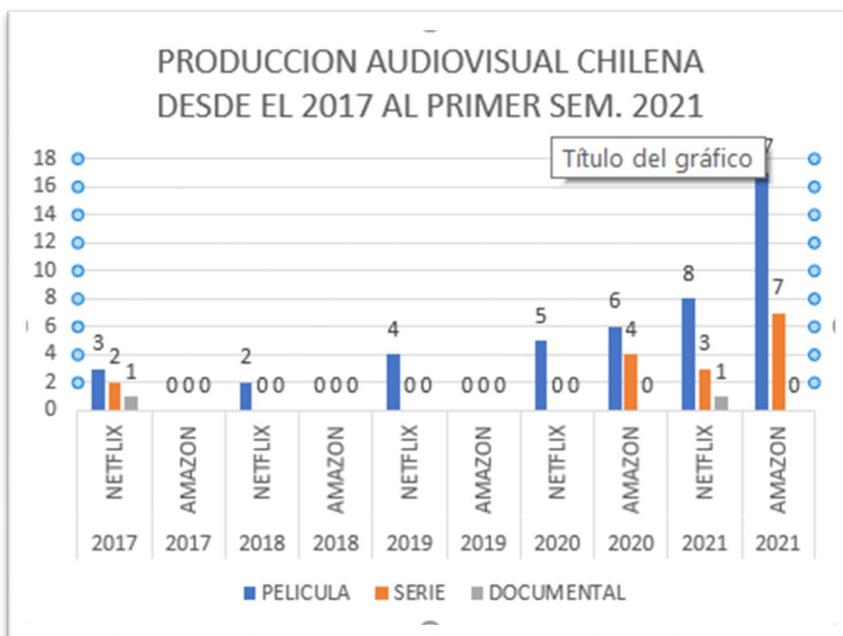


Gráfico 3: Análisis propio del grupo. fuentes: Latercera.com, Emol, Farewayer.com, Cinechile



Infografía 3: Reseña histórica de producciones audiovisuales chilenas desde el 2017 hasta el primer semestre 2021

6.2.7 Revalorización Por Parte De La Audiencia

Sebastián Magallanes, periodista y especialista en cine, medios y audiencias señala, “Las plataformas han sabido comprender a las audiencias a través del big data”, (Magallanes, 2021). El bigdata, refiere a la cantidad de datos que cada uno de los usuarios genera al navegar en Internet. Es una herramienta contenidos de acuerdo con el comportamiento de cada uno de los usuarios. Al respecto, Sebastián Magallanes agrega que “ya no se dirigen al público en general, sino que apuntan a determinadas audiencias en particular”. (Magallanes, 2021) Otro aspecto que destaca Magallanes es que “Netflix es el que más desarrollado tiene el algoritmo por el que recomienda a cada usuario contenidos en base a lo que ha mirado”.

Matías Orrego, actor y realizador audiovisual, se refiere a las plataformas como una vitrina mundial:

El contenido audiovisual chileno esta super cargado de su propia historia y eso también le da un valor de autor al país o como identidad. El hecho de poder transmitirlo en plataformas como Amazon, Netflix abre a que un mercado pueda entrar e inyectar dinero, hacer coproducciones y se puedan realizar gracias a esas plataformas (comunicación personal, 30 de agosto de 2021).

Orrego formó parte del elenco de “El Reemplazante”, que recibió el Copihue de Oro, premio otorgado por el diario La Cuarta, como la mejor serie de la década en 2021. “El Reemplazante se consagró como la mejor serie de la década sin dudas, marcó a toda una generación. La serie de TVN dio que hablar cuando se emitió en el “canal de todos”, y también tras su llegada a Netflix” (Lacuarta.com, 04 junio 2021).

El periodista y director de Cinechile, Marcelo Morales, destaca que las plataformas dan más poder al usuario:

El Reemplazante era una serie que tenía muy buen boca a boca y nunca se percibió muy bien, yo siento. Ahora, con el *streaming* y la potencia que han tomado las redes sociales, se evidencio todo esto. Yo creo que ese es un beneficio bien claro respecto a las plataformas. Como que finalmente a veces la influencia se escapa de lo que hacían los medios comunicación; antes tenían una preponderancia mucho más potente y ahora los mismos usuarios y las redes sociales son elementos que incluso comercialmente se están tornando más importantes que los medios comunicación tradicionales (comunicación personal, 9 septiembre 2021).

Matías Orrego también analiza el caso de El Reemplazante: “siento que esa serie marcó mucho a la gente que la vio, porque rompió un poco con lo que se solía hacer (...) mostró una realidad súper cruda, súper real y mucha gente se identificó con eso” (comunicación personal, 30 agosto 2021).

La revalorización de la serie por parte de la audiencia de Netflix también se ve reflejada en los comentarios que reproduce el canal de YouTube Criticas QLS, tal como lo muestra la siguiente captura de pantalla:



imagen 3: Captura de pantalla, Opiniones y comentarios obtenidas del canal de YouTube "Críticas QLS" donde los usuarios hacen referencia a la revalorización de esta serie por la plataforma de streaming Netflix.

6.2.8 Negociaciones En Búsqueda De Contenidos Chilenos Por Parte De Las Plataformas.

Francisco Ramos, vicepresidente de Contenidos para Latinoamérica, en una entrevista publicada por el Diario Financiero el 7 de agosto de 2021, dice que existe una camada de directores, guionistas y productores nacionales con muy buena proyección.

Empezamos por México, seguimos por Brasil, luego Argentina, Colombia y ahora Chile.

Quién mató a Sara, la serie mexicana escrita por el chileno José Ignacio “Chascas” Valenzuela, se estrenó el 24 de marzo en Netflix y se convirtió en la producción de habla no inglesa más popular en la historia de la plataforma en Estados Unidos. Tuvo, de acuerdo con datos de la misma compañía (los cuales no tienden a revelar), 55 millones de miembros en sus primeros 28 días. Esta serie demuestra que el contenido latinoamericano puede viajar por todo el mundo y que la calidad regional es de muy alto nivel.

Ramos agrega que “Tenemos a directoras como Marcela Said, que ha hecho películas chilenas maravillosas, pero después se fue a hacer Narcos y luego Lupin. Eso me parece buenísimo”.

Frente a la pregunta “¿Qué otros chilenos, a su parecer, triunfan en Netflix?”, que le realiza el Diario Financiero, Ramos responde:

Distancia de rescate, de la directora peruana Claudia Llosa, se filmó en Chile. Andrea Fernández está trabajando en una serie de animación, Alejandro Fernández Almendras está en una serie mexicana de acción. Ahora el “Chascas” comienza otra telenovela, Pablo Illanes está en una serie colombiana. Y en cuanto a actores tenemos a Jorge López, Paulina García, Alfredo Castro y Fernanda Urrejola.

Latercera.com el 6 noviembre 2020 destaca la inclusión de producción chilena en la plataforma Amazon:

Amazon ha llegado a Chile buscando contenido local para su audiencia global, entre ellos seleccionando títulos de C13, pronto veremos en streaming *Los 80*, *primera dama*, y muchos títulos más. Estamos seguros de que estos programas serán un éxito por el arraigo que tienen en la audiencia chilena.

Latamcinema.com (2013) señaló: “las plataformas de apoyo a películas en fase final de producción siguen multiplicándose en el continente. Son los llamados *work in progress* o *wips*, auténtico trampolín internacional para el cine hecho en Latinoamérica.” (latamcinema.com, 2 diciembre 2013).

Con sus premios en especies, actividades de formación y sesiones de *pitching* ante potenciales socios y compradores, estas iniciativas sirven también para que el film reciba las primeras impresiones de profesionales del sector (latamcinema.com, 2 diciembre 2013)

Algunos de estos wips que ofrecen ayudas al cine latinoamericano son: Cine en Construcción, evento pionero coorganizado por los festivales de San Sebastián y Toulouse; el recién creado WIP Latinoamericano del SANFIC; BrLab, el laboratorio de proyectos de São Paulo, y el Bloody Work in Progress, el primer wip consagrado al cine de género latinoamericano (latamcinema.com, 2 de diciembre de 2013).

9.2.9 Procesos De Futuras Producciones Y Coproducciones Audiovisuales Chilenas Con Las Plataformas De Streaming

La productora Fábula llevará a cabo una serie inspirada en el mediático caso de Viviana Haeger, quien fue encontrada muerta en el entretecho de su casa en Puerto Varas.

La producción será la primera historia chilena para Netflix. El proyecto estará liderado por Pablo y Juan de Dios Larraín (Fábula), a quienes se les acercó el periodista Rodrigo Fluxá con la idea. Se llamará “42 días en la oscuridad”. (Latercera.cl, 19 abril 2021).

Amazon Prime Video anunció la realización de una trilogía de películas relacionadas con Chile, que llevará el título “Sayén” y tendrá un enfoque en el pueblo Mapuche. “Esta contará la historia de una mujer mapuche que descubre una peligrosa conspiración liderada por una corporación que está destruyendo las tierras de su familia y con ello también los ecosistemas locales a lo largo de América Latina” (duna.cl 4 de mayo de 2021).

En años recientes, su ambición estética ha creado un ecosistema cinematográfico donde se produce poco en cantidad, aunque el talento creativo y técnico ha alcanzado niveles de calidad destacables, capaces de cumplir con estándares exigentes. Del largometraje pasamos a la televisión; somos herederos de ese proceso, no al revés.

Llevamos modos de trabajo que se originan desde la cinematografía a la televisión: el trabajo con el arte, sonido, posproducción. Eso impactó en la calidad”, explica Patricio Pereira, productor ejecutivo de Invercine Producciones, quien actualmente elabora una serie basada en la novela “Noticias de un secuestro”, de Gabriel García Márquez para Amazon Prime Video en Colombia, comandada por talentos chilenos (otros O. y., 2021).

6.2.10 La Industria Audiovisual Chilena y Rol De Estado

Rol del Estado de Chile.

Impuesto digital

Soledad Recabarren, abogada y socia de Recabarren y asociados, en una entrevista publicada el 13 de enero de 2019 por el sitio web en pauta.cl, señala sobre el impuesto digital:

Este es un tema que está en discusión en todo el mundo. La OCDE le ha dicho a todos los países que tienen que ir hacia un sistema transitorio hasta que a nivel internacional se llegue a un acuerdo que se diga 'sabes qué, todos vamos a aplicar la misma regla'. En este sistema transitorio, los países europeos se han ido por una retención del 3%, 4%, 5%, y los países latinoamericanos se han ido por una tasa un poco más alta, y se han ido normalmente a las tasas de IVA.

Sobre la propuesta del Gobierno de gravar con un 10% este tipo de servicios, Recabarren afirma que se optó por una tasa intermedia. Agrega que la Cámara de Comercio considera que esto es competencia desleal y que las tasas deberían ir hacia el 19%, postura que la CPC apoya, aunque aclara que en último término esto es una decisión política (Francisco Ibañez, 2019)

Según el mismo medio, el exdirector del Servicio de Impuestos Internos (SII) Ricardo Escobar afirma que: “Existe un problema evidente en el diseño de la iniciativa, dado que el nuevo tributo no queda incorporado en la Ley de la Renta” (pauta.cl, 13 de enero de 2019).

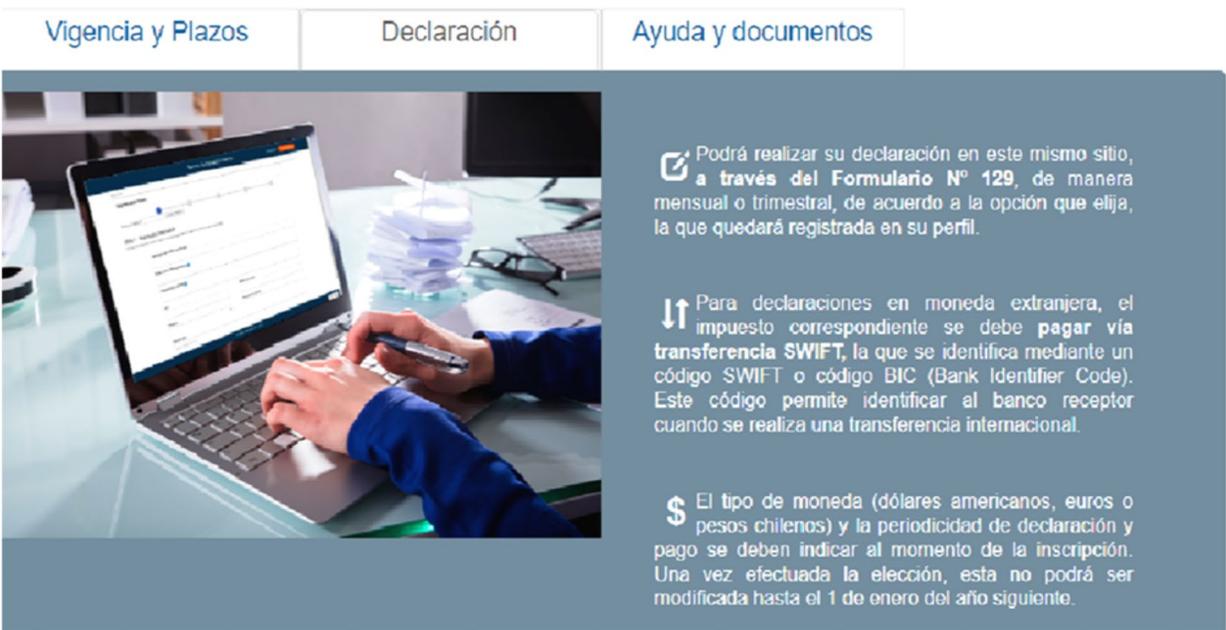
El servicio de Impuestos Internos de Chile, en su página web, publicó en inglés y en castellano la información requerida a las empresas extranjeras afectas a este gravamen.

| | | |
|--|--|---|
| Recargo de IVA a las transacciones realizadas desde | 1 de junio de 2020 | Ejemplos <ul style="list-style-type: none"> • Si escogió periodos mensuales y percibe pagos (contraprestaciones) por servicios remotos en el mes de marzo de un año determinado, tiene plazo para declarar y pagar el impuesto asociado desde el uno hasta el día veinte de abril del mismo año. • Si eligió un periodo de tres meses seguidos y percibe pagos (contraprestaciones) por servicios remotos durante los meses de enero, febrero y marzo de un año determinado, tiene plazo para declarar y pagar el impuesto asociado desde el uno al día veinte de abril del mismo año. <p>Podrá presentar su declaración luego del día veinte del mes siguiente al periodo tributario que desea declarar, pero esta quedará sujeta a multas e intereses.</p> |
| Elección periodo | <ul style="list-style-type: none"> • Mensual • Trimestral <small>(Según opción seleccionada en Formulario de Registro)</small> | |
| Declaración y pago desde | 1 de julio de 2020 (Mensual) 1 de octubre de 2020 (Trimestral) | |
| Plazo para presentar declaración y pago | Primeros veinte días del mes siguiente al periodo que se desea declarar | |

imagen 4: Tabla aplicación de impuesto digital en Chile. Fuente: sii.cl

El servicio digital sólo pagará IVA si el usuario se encuentra en territorio chileno, es decir, si su IP está en territorio nacional, si el medio de pago está registrado en el país o si la Tarjeta Sim del teléfono contiene código de Chile. Para identificar las empresas que prestan servicios digitales en Chile se utilizará la geolocalización por medio de la dirección IP y la dirección de registro de tarjeta de crédito o la cuenta bancaria del usuario que paga el servicio (rankia.cl, 2020, párr. 13).

El Servicio de Impuestos Internos creó una plataforma para realizar el pago del IVA conforme a la Ley N°21.210, el cual se podrá cancelar en moneda extranjera (euro o dólar).



The image shows a screenshot of the SII.cl website interface. At the top, there are three navigation tabs: "Vigencia y Plazos", "Declaración", and "Ayuda y documentos". Below the tabs, there is a photograph of a person's hands typing on a laptop keyboard. To the right of the photo, there is a text box with three paragraphs of information:

- Podrá realizar su declaración en este mismo sitio, a través del Formulario N° 129, de manera mensual o trimestral, de acuerdo a la opción que elija, la que quedará registrada en su perfil.
- Para declaraciones en moneda extranjera, el impuesto correspondiente se debe pagar vía transferencia SWIFT, la que se identifica mediante un código SWIFT o código BIC (Bank Identifier Code). Este código permite identificar al banco receptor cuando se realiza una transferencia internacional.
- El tipo de moneda (dólares americanos, euros o pesos chilenos) y la periodicidad de declaración y pago se deben indicar al momento de la inscripción. Una vez efectuada la elección, esta no podrá ser modificada hasta el 1 de enero del año siguiente.

imagen 5: Indicaciones para pago de impuesto digital a SII.cl -Fuente: sii.cl

Se podrá realizar la declaración en este mismo sitio, a través del Formulario N° 129, de manera mensual o trimestral, de acuerdo con la opción que elija, la que quedará registrada en su perfil (sii.cl, s.f. párr. 1).

Para declaraciones en moneda extranjera, el impuesto correspondiente se debe pagar vía transferencia SWIFT, la que se identifica mediante un código SWIFT o código BIC (Bank Identifier Code). Este código permite identificar al banco receptor cuando se realiza una transferencia internacional. El tipo de moneda (dólares americanos, euros o pesos chilenos) y la periodicidad de declaración y pago se deben indicar al momento de la inscripción. Una vez efectuada la elección, esta no podrá ser modificada hasta el 1 de enero del año siguiente (sii.cl, s.f. párr. 2).

Proyecto para regularizar las plataformas digitales 2021

Los senadores Guido Girardi, Carolina Goic, Francisco Chahuán, Juan Antonio Coloma y Alfonso De Urresti, integrantes de la Comisión de Desafíos del Futuro, Ciencia, Tecnología e Innovación, encargada de regular a las plataformas digitales, se encuentra revisando la siguiente propuesta. Esta nació en el marco del debate del proyecto de protección de los neuroderechos y la integridad mental, y el desarrollo de la investigación y las neurotecnología (Boletín N° 13828-19). En la citada instancia se analizó la influencia de las neurotecnologías reflexionándose cómo las redes sociales y aplicaciones también impactan en la percepción y el desarrollo cognitivo. En concreto, la moción regula la situación de las plataformas de servicios digitales que redireccionan su contenido a Chile, así como los usuarios de ellas. Se entenderá

por éstas “toda infraestructura digital cuyo propósito es crear, organizar y controlar, por medio de algoritmos y personas, un espacio de interacción donde personas naturales o jurídicas puedan intercambiar información, bienes o servicios”. (senado.cl, 3 septiembre2021).



imagen 6: Referencia proyecto ley de plataformas digitales y RRSS- Fuente Senado.cl

Consultada sobre el rol del Estado en la producción nacional, Nivia Palma, abogada y miembro del CNTVN, señala:

El Estado debe apoyar la producción nacional para esas distintas plataformas, pero pidiendo siempre que finalmente llegue a la pantalla abierta (...) porque hasta el día de hoy la cantidad de gente que ve televisión abierta no es sustituida por esta cantidad de gente que ve en plataforma cerrada. Entonces, si queremos que esa producción nacional sea conocida por la inmensa mayoría de la ciudadanía de nuestro país, sea valorada, se apropiada

culturalmente, tiene que llegar en algún minuto a la pantalla abierta (comunicación personal, 25 de noviembre de 2020).

Protección al consumidor.

La compra online se ha ido expandiendo entre los consumidores chilenos. De manera creciente han ido optando por comprar a través de internet, tendencia que ha sido acentuada por la pandemia.

Pero ¿quién regula el mercado online, qué derechos tienen los consumidores y qué ocurre en caso de comprar un producto por internet a una empresa extranjera? ¿Se encuentran las empresas extranjeras reguladas en la ley chilena del consumidor?

“En la ley del consumidor (Ley 19.496), a través del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), que es la agencia del Estado de Chile encargada de velar por la protección de los derechos de los consumidores” (Sernac.cl, Recuerda tus derechos al realizar compras por Internet, 2018).

El Sernac en su sitio web aclara que, las adquisiciones por internet o comercio online tienen los mismos resguardos que los productos adquiridos en tiendas físicas. De acuerdo con esto, los consumidores que realizan una compra a través de internet tienen derecho a:

- Acceder a la información de cada producto.
- No estar sometidos a cláusulas abusivas.
- En caso de fallas, aplicación de garantía legal bajo los mismos términos de una compra en una tienda física.
- Ser informados sobre el precio y que este sea respetado.
- Cumplimiento de lo ofrecido.
- Respuesta de la empresa en caso de problemas.

(Sernac.cl, Recuerda tus derechos al realizar compras por Internet, 2018)



imagen 7: 4 Sernac. Fuente: Sernac.cl

Industria Audiovisual.

La producción audiovisual chilena ocupa un lugar relevante en la escena mundial. La destacada participación y premios en prestigiosos certámenes internacionales lo han confirmado. Las condiciones de Chile han llevado tanto a profesionales locales como extranjeros a confiar sus proyectos a la creatividad, profesionalismo y soporte técnico nacional.

Pese a ese reconocimiento, no hay consenso respecto a si se puede hablar con propiedad de una industria audiovisual chilena.

“Cualquier pesimista te habría dicho hace tres, cinco u ocho años que estábamos en el tope de nuestra capacidad, pero en Chile hay mucho talento que nos permite seguir creciendo”, declara Mariane Hartard, productora de Fábula (udp.cl, 21 de abril de 2021).

Esa compañía no es la única que juega un rol clave desde Chile: también están Parox, Invercine y María Wood Producciones (responsables estas dos últimas de Dignidad cuando en conjunto eran Invercine & Wood). (udp.cl, 21 de abril de 2021).

Chile quizá sea el país latinoamericano que ha dado mayores sorpresas en el mundo de las series. Este formato –ni telenovela, ni largometraje– es heredero directo del cine de autor: historias bien narradas, cinematografía exquisita, actores que interpretan a personajes que juegan un papel dominante en el arco narrativo. (otros C. B., 2021)

“No hay una inteligencia superior que conduzca un estado de industria todavía incipiente, creo que todavía hay un problema en el encadenamiento de las fases de comercialización de un producto audiovisual como para que lleguemos a consolidar un estado de industria que permita una recuperación económica por cada una de la empresas y profesionales que están involucrados” Constanza Arena: “cine chileno no se ve en la tele” (ViaX, YouTube.com, 23 agosto 2016)

Para Rocío Jadue, citada por elantepenultimomohicano.com, octubre 2020, los desafíos de la industria:

siguen siendo los mismos, de todas maneras, con la pandemia a mí me han resultado más claros, y tiene que ver con los nuevos jugadores que han entrado a la Industria del cine y esta crisis sanitaria los ha consolidado, me refiero a los Streamers. El desafío radica entonces en entender qué es lo que quieren, qué tipo de contenido están buscando, y nosotros como productores independientes tener la genialidad de poder adaptarnos a sus necesidades, sin perder nuestra esencia.

Maite Alberdi, según publica la Revista Ya el 28 enero de 2020, sostiene que:

La industria internacional ha ido cambiando y por supuesto (a nivel) local ha ido creciendo. Uno no puedo decir: 'sí, es mi trabajo'; en conjunto (productores y cineastas) hemos ido conquistando un terreno afuera y el cine chileno ha sido reconocido. Pero lo que me preocupa hoy es que se ha crecido gracias a fondos que ahora cortaron (subvención de BancoEstado para distribución de las películas, Corfo Desarrollo) y tampoco hay promoción para que privados inviertan en cine. Entonces, la industria ha ido creciendo, pero lo más difícil es mantenerse, ahí estamos en un terreno peligroso.

Respecto a si existe una industria audiovisual chilena Matías Orrego, señala que “Hay poca regulación laboral, para mí eso es lo básico. Si no tenemos con certeza que vamos a tener jornadas laborales normadas de 10, 11 o 12 horas, no sé (...) si se puede hablar de una industria” (comunicación personal, 20 de agosto de 2021).

Igor Riveros, director y realizador audiovisual, también pone en duda su existencia: “En Chile no es considerado el cine una industria porque no genera riquezas para el país” (comunicación personal, 10 de septiembre de 2021).

Cristian Vidal, realizador audiovisual y guionista, dice que “aquí no existe industria en el sentido de comercialización de la obra a menos que uno la muestre en sala, en festivales de cine ‘clase A’”. Agrega que “la industria del cine chileno se ha ido posicionando, me da la impresión de que son ciertos grupos de productoras que van siempre (...) siento que es algo un poco elitista” (comunicación personal, 10 de septiembre de 2021).

En contraste con estas opiniones hay cifras que indican que la industria audiovisual en Chile comienza a tomar forma.

Estamos a las puertas de un nuevo boom audiovisual en América Latina y el Caribe. Solo en 2019 se calcula que se invirtieron unos 5,7 mil millones de dólares en producciones audiovisuales, impulsando la creación de más de 1,6 millones de empleos directos e indirectos,

según un estudio de Olsberg SPI. El mismo agrega que “El reciente boom de los servicios de suscripción de video por demanda (SVOD, por sus siglas en inglés), usualmente llamados servicios de streaming, ha consolidado a América Latina y el Caribe como un mercado que busca consumir contenidos locales de alta calidad y de toda clase de géneros” (Latercera.com, 2021)

6.2.11 *Financiamientos*

La búsqueda de fuentes de financiamiento es una de las etapas cruciales al iniciar un proyecto audiovisual. El tipo de obra producida suele estar condicionado por el presupuesto disponible. Por lo general, los realizadores audiovisuales tienden a acudir a los fondos públicos otorgados por el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio (Fondo Audiovisual), CNTV y Corfo (CNCA, 2014), por mencionar algunos.

Para el año 2021 el presupuesto destinado a este sector fue de \$ 10.259.414 miles para el Fondo de Fomento Audiovisual, el cual incluye \$ 1.099.694 miles reasignados desde el presupuesto de Corfo para esta área cultural. Así se publicó en el Informe Dipres presupuesto 2021 (dipres.gob.cl, 2021).

Si bien pretender generar contenidos con un presupuesto reducido es posible, en la práctica, resulta una tarea compleja, desgastante y poco viable. Lo cierto es que para

desarrollarnos dentro de esta industria y para tener la capacidad de gestión, creación y producción de nuestros proyectos, se hace indispensable contar con recursos para financiar nuestras iniciativas o, al menos, buscar la forma de acceder al financiamiento que se necesita para la realización de ellas.

Ante este dilema, tarde o temprano, se enfrentarán a la necesidad de postular a los fondos concursables que promueven CORFO, FONDO AUDIOVISUAL, CNTV o a buscar el auspicio de grandes empresas privadas. En conjunto, estas opciones pueden aportar al proyecto el financiamiento que se necesita para llevarlo a cabo. (Facultad de Comunicación, 2020)

Lucía Castillo, encargada de Concursabilidad de fondos Audiovisuales de Corfo, indica que Corfo, MIncap y Prochile son las instituciones que tienen mecanismos para apoyar al sector audiovisual. Pero que es cada vez más común que los proyectos postulen a líneas que no están diseñadas en especial para el audiovisual, en búsqueda de dar mayor sustentabilidad a su actividad (comunicación personal, 9 de septiembre de 2021).

Alejandro Fernández, director y productor de cine, señala sobre el origen del financiamiento:

La principal fuente de financiamiento para lo que es el cine siguen siendo fondos públicos, tanto chilenos como extranjeros. Es lo que más levanta a las películas en la industria nacional. Luego hay un porcentaje menor de inversión privada. Y en una medida también de algunos casos puntuales, pero muy pocos, a través de esquemas de financiación de industria internacional, que eso implica, por ejemplo, el sector privado de productoras de Hollywood grandes, como en el que están Pablo Larraín y Sebastián Lelio. Son ellos dos quienes logran levantar películas.

Hay películas que se levantan con inversión privada (...) como las de David Abdala, quien es capaz de generar ese apoyo privado y el resto de las películas son una combinación (...) lo principal diría yo sería el tema de los fondos, partiendo por el fondo chileno y luego fondos internacionales de Europa o de América Latina (comunicación personal, 9 de septiembre septiembre de 2021).

Lucía Castillo precisa:

Los criterios que aplica el Estado para asignar recursos: concursabilidad y asignación en base a evaluación de calidad, ya sea en lo artístico o en la propuesta realizada como proyecto, con objetivos y desafíos interesantes donde se requiere el apoyo estatal (comunicación personal, 9 de septiembre de 2021).

Con respecto, a los desafíos presupuestarios que tiene la industria audiovisual, Bernardita Ojeda, de la Productora Pájaro, agrega: “Necesitamos crear un fondo de producción que incentive la industria, que nos permita comenzar a transformar Chile en un polo de la industria audiovisual. Talento hay de sobra” (revista Achap, 10 de febrero de 2020).

Igor Riveros señala que “En Chile, los fondos son muy pequeños. Un fondo para un largometraje es una película muy chica en Estados Unidos. Ahí está el debate, que en realidad no podemos hablar de una industria de cine chileno” (comunicación personal, 10 de septiembre de 2021).

Los fondos de cultura -que son eso, postulaciones perversas que hacen que ganen unos sobre otros- generan una competencia y al final gana quien tiene la mejor formulación del proyecto, pero eso no significa que sea el mejor proyecto, o que tengan un mejor impacto en la comunidad, entonces creo que hay que buscar también estas vías de financiamiento alternativas hasta que se reestructuren estos fondos o hasta que haya una verdadera política cultural pública de fomento al cine, pero mientras tanto uno tiene que buscar distintas vías de financiamiento público y privadas que te permitan producir. (Sandoval, 2020).

6.2.12 Valoración De La Producción Audiovisual Chilena En El Extranjero

El agente topo, documental chileno dirigido por Maite Alberdi, obtuvo una nominación al Oscar al mejor largometraje documental 2021, siendo la única película latinoamericana

nominada. De esta manera sigue el camino de los Oscar, ya recorrido por producciones como: “No”, la película de Pablo Larraín, nominada en 2013 a mejor película de habla no inglesa, “Historia de un Oso”, de Gabriel Osorio y Patricio Escala, que obtuvo el premio a Mejor Cortometraje Animado en 2016 y el de “Una Mujer Fantástica”, cinta de Sebastián Lelio, ganadora en la categoría de Mejor Película Internacional en 2018. (Latercera.com – Reconocimiento al cine chileno, 19 marzo 2021).

6.2.13 Festivales Y Prestación De Servicios (Producción, post producción, localizaciones)

Alejandro Fernández -Mi amigo Alexis, Aquí no ha pasado nada- señala que:

A través de festivales han logrado llegar a algunos Streamers, pero todavía sigue siendo un porcentaje menor. Todavía se trata más bien de excepciones a la regla. Es muy probable que esto cambie en la medida en que las plataformas empiecen a ver al mercado chileno como mercado interesante, ya que, en un primer momento de desarrollo, habían sido dejados de lado. Se consideraban a otros mercados más grandes como: México, Brasil, Argentina y Colombia (comunicación personal, 9 de septiembre de 2021).

En julio de 2021 se celebró la 73ª edición del Festival de Cannes en Francia, uno de los principales certámenes del cine en el mundo. De forma paralela y hasta el 15 de julio, se llevó a cabo el *Marché du Film*, la sección de industria del festival, que se ha convertido en una instancia clave para la exhibición, promoción, generación de redes y búsqueda de financiamiento para las producciones audiovisuales. (Marcachile.cl, 2021)

Este año Chile participó en el principal mercado audiovisual con una delegación compuesta por más de 60 personas. Animación, documentales, cortometrajes y ciencia ficción son algunos de los géneros con los que Chile marcará presencia en esta cita mundial. Además, cinco productores asistirán al *Producers Network Spotlight*, una red que cada año acoge a más de 500 profesionales, donde podrán construir alianzas y relacionarse con sus pares de distintos (Marcachile.cl, 2021)

Igor Riveros reconoce que “Lo que nos ha servido harto son los festivales de cine. Está aportando un montón al desarrollo de películas, porque esos lugares te permiten el desarrollo del arte cinematográfico en Chile” (comunicación personal, 10 de septiembre de 2021).

6.2.14 Industria Creativa - Economía Naranja

El Comienzo De Una Política Pública

En cumplimiento de un compromiso incluido en su programa de gobierno, Michelle Bachelet decretó en marzo 2015 la creación del Comité Interministerial de Fomento para la Economía Creativa de Chile, liderado por el Consejo de la Cultura y las Artes.

Leonardo Ordóñez, entonces secretario ejecutivo del comité gubernamental, señaló:

Si nos demoramos quince años con el sector audiovisual para que existiera como sector y lograr un posicionamiento internacional, yo creo que en el tema de la economía creativa se necesitarán por lo menos diez años para tener resultados concretos (goethe.de, mayo 2015).

Actualmente las industrias creativas representan el 2,2% del PIB y generan alrededor de 150 mil empleos en Chile. En el mercado internacional, se caracterizan por su rápida adaptación a los cambios y a las tendencias en la circulación de los diferentes bienes, servicios y derechos que se transan en el sector creativo a nivel global (prochile.gob.cl, 2021, párr. 2).

En la última década, la alta calidad y profesionalismo de esta industria nacional ha sido aplaudida en diferentes instancias internacionales, destacando la industria cinematográfica con el premio Oscar al cortometraje de animación de "Historia de un Oso" (2016), el premio Oscar a la Mejor Película Extranjera de "Una Mujer Fantástica" (2018) y el premio Eisner (2015) para el dibujante de historieta Gabriel Rodríguez por su obra "Little Nemo: Return to Slumberland". En 2021, "El Agente Topo" fue el único documental latinoamericano en ser nominado a los premios Oscar, luego de haber sido preseleccionado como "Mejor Película Extranjera". Estos reconocimientos se suman a los emblemáticos Premios Nobel obtenidos por Gabriela Mistral y Pablo Neruda en el campo literario, en pleno siglo XX. (prochile.gob.cl, 2021)

En cuanto al género de ciencia ficción, fantasía y horror, se presentarán tres proyectos nacionales: “Isla Alien”, dirigido por Cristóbal Valenzuela; “Muertes vivas”, dirigido y producido por Sandra Arriagada; y “Fiebre”, filme dirigido por Elisa Eliash. (prochile.gob.cl, 2021)

A través de esta variada participación, Chile muestra al mundo el talento detrás de su vibrante industria audiovisual. (Marcachile.cl, 6 de julio 2021)

La industria creativa es hoy objeto de atención desde la institucionalidad cultural y otros órganos del Estado, en tanto forma parte de los 33 sectores con mayor potencial de crecimiento, tal como se aprecia en el Gráfico 4. Se destaca además como un sector compatible con las ventajas competitivas actuales del país o factible de ser desarrollado dentro de la economía chilena, tanto así que puede llegar a ser considerado como plataforma transversal que sustente a otros sectores. (observatoriocultural.gob.cl, 2013, párr. 3).

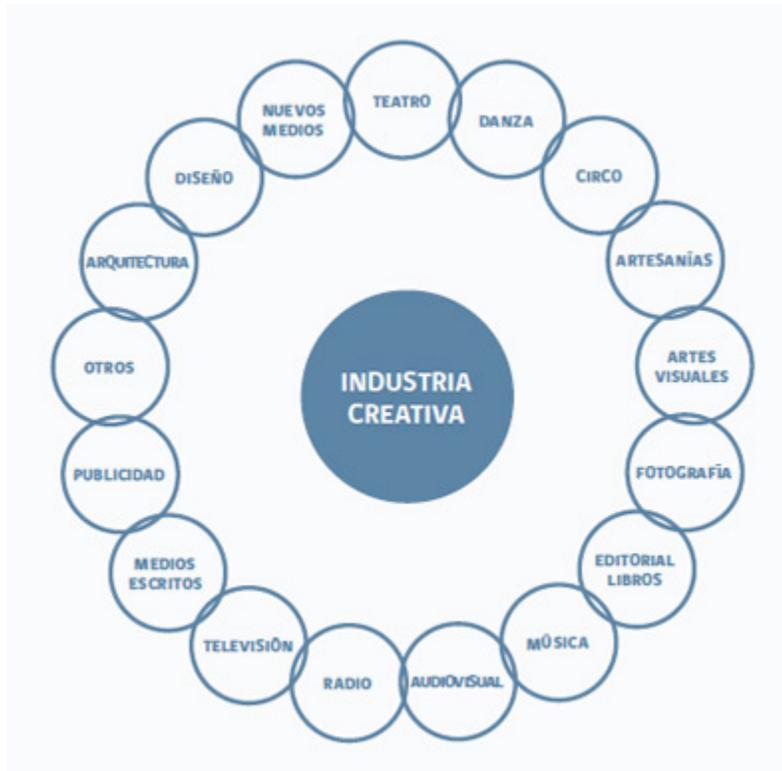


imagen 8: Sectores Industria Creativa. fuente: Observatorio cultural.

:

Economía Naranja

La economía creativa o también conocida como “La economía naranja” consiste en la generación de ideas que consiguen riquezas a partir de la propiedad intelectual como materia prima. Y esta tendencia va al alza, ya que hasta el 2016 las cifras representaban el 6,1%, en América Latina el 4% y en Chile el 2% del PIB (Entel.cl, s.f.).

Felipe Larraín, economista y entonces ministro de Hacienda, tras asistir al evento creativo *Demand Solutions*, que se realizó 11 de diciembre 2018, en el edificio de CorpArtes, en la Región Metropolitana en Chile, con exponentes de talla mundial y al cual acudieron estudiantes, emprendedores, innovadores y creativos de todo el país, declaró:

Una nueva generación de emprendedores ha redefinido sus funciones y desafiado los mitos que rodean a la creatividad como fenómeno. Los emprendedores creativos han sabido adaptarse y transformarse, construyendo equipos multidisciplinarios que conjugan las habilidades atípicas para innovar en sectores donde hace 10 años era impensable. Sus productos, siendo únicos y disruptivos, tienen el potencial de inspirar a otros sectores a través de la generación de ideas y, por ende, de innovaciones. Las empresas creativas son más innovadoras que otros sectores y aumentan la demanda de tecnología de punta. (Larraín, 2018).

Existen unas 50.000 empresas creativas en Chile, que representan 5% del total de empresas del país, dando empleo a aproximadamente 500.000 personas. El crecimiento de las ventas y del número de empresas del sector creativo en nuestro país en el período 2014-2017 fue el doble que en el total de los sectores (Latercera.com, 16 diciembre 2018, párr. 3).

En 2017 la entonces presidenta Michelle Bachelet lanzó el Plan de Fomento a las **Economías Creativas**, con el fin hacer de esta actividad un motor de desarrollo social, cultural y económico para el país. Distintos organismos hoy abocan sus esfuerzos en dar a conocer los productos y servicios creativos que Chile ofrece al extranjero. Uno de ellos es Chilecreativo, un programa público–privado impulsado por Corfo, que busca potenciar este sector en el país. Este prioriza cuatro subsectores: música, editorial, diseño y audiovisual. (revista.achap.cl, 10 de febrero de 2020, párr. 5).

Felipe Mujica, gerente de Chilecreativo, citado por la revista Achap. cl (10 de febrero de 2020), señala que:

En Chile estamos logrando capitalizar una imagen de base regional latinoamericana, para que se instalen empresas globales de videojuegos, animación, etc., gracias al compromiso del estado por medio de programas como Chilecreativo, pero especialmente por lo atractivas que son las startups y empresas de las industrias creativas nacionales, que sirven de aliado local para estas compañías globales.

El Comité Interministerial de Fomento a la Economía Creativa está integrado por el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y los ministerios de Desarrollo Social, Economía, Agricultura y Relaciones Exteriores. En mayo de 2017 publicó el Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa (Grazzi, agosto 2017).

En Latino América y el Caribe esto están haciendo algunos países según datos del BID

Argentina: el Ministerio de Cultura lanzó una serie de medidas bajo el eslogan “En tiempos de emergencia: Cultura de la Solidaridad”, que comprenden apoyo económico y técnico para organizaciones y colectivos comunitarios. También, con el programa “Cultura en Casa” se contratará a más de 500 artistas para que se presenten a través de plataformas digitales oficiales. (Zaldivar, 2021)

Chile: el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio anunció la distribución de aproximadamente US \$17 millones al sector creativo y la prórroga de convenios. A esto se suma un trabajo sectorial y de consulta online para levantar las necesidades más apremiantes de la industria. (Zaldivar, 2021)

Colombia: se destinaron cerca de US \$30 millones para cubrir la seguridad social de artistas y gestores culturales a través del programa de Beneficios Económicos

Periódicos (BEPs) Naranja. También, a través de la Ley de Espectáculos Públicos de las Artes Escénicas, se destinarán fondos para actividades de creación, formación virtual, producción y circulación de espectáculos públicos de artes escénicas durante los próximos 18 meses. (Zaldivar, 2021)

Ecuador: a través del programa “Desde mi Casa” del Ministerio de Cultura y Patrimonio se realizará una convocatoria para pagar a artistas ecuatorianos por transmitir espectáculos y presentaciones desde sus casas. (Zaldivar, 2021)

Jamaica: el gobierno de este país creó un paquete de estímulos para ayudar a los individuos y negocios creativos registrados ante el Ministerio de Cultura, Género, Entretenimiento y Deporte, dado que estos reportaron más de US \$100 millones en pérdidas. (Zaldivar, 2021)

México: su Secretaría de Cultura anunció la creación de un “banco de funciones” para pagar a los artistas, creadores y conferencistas contratados entre el 20 de marzo y el 20 de abril. También anunció la creación de una plataforma para que los artistas puedan trabajar desde sus casas (Zaldivar, 15 abril 2021).

6.2.15 Distribución

Dependiendo del carácter de la obra y de su estrategia de distribución, las producciones chilenas buscan medios de exhibición que pueden ser tradicionales (salas de cine y televisión) o digitales (plataformas OTT, como Netflix o Amazon Prime).

En general, las obras transitan por estas ventanas siguiendo un orden o circuito de distribución, el cual se ha modificado vertiginosamente en el último tiempo, debido, entre otras cosas, a las constricciones propias del mercado y a la irrupción de las plataformas OTT.

Entre los profesionales del sector audiovisual encuestados en 2018, durante la realización del estudio por Katalejo, se logró identificar que: las plataformas OTT aparecen como la principal ventana de exhibición (66,2%), seguida por las exhibiciones abiertas a la comunidad (52,3%) y los festivales de cine (44,4%). La principal plataforma utilizada es YouTube, con más de un 50% de menciones, seguida de Vimeo y de diversas plataformas de aplicaciones o videojuegos. El uso de plataformas de suscripción (como Netflix) es inferior al 20%.

En general, las plataformas digitales se utilizan en conjunto con otras ventanas. Un tercio de los profesionales las usa después de haber estrenado en festivales o salas, y de ellos, sólo un 14% lograron distribuir posteriormente por la televisión abierta de forma habitual. Como se observa en la siguiente tabla, incluso hay un 13% no dispone de un circuito predeterminado para distribuir. (Katalejo.cl, 2021)

Comercialización y exhibición internacional: se entiende como una fase siguiente después la asistencia a evento de mercados por que en ellos pueden comenzar gestiones y poder cerrar acuerdos con distribuidores y agentes de ventas. (Katalejo.cl, 2021)

Lucía Castillo explica que:

La siguiente fase, una vez cerrado el acuerdo, es que se pueda exhibir o distribuir la producción audiovisual en otros territorios y es así donde Corfo apoya el empaquetamiento del producto de acuerdo con los requerimientos del distribuidor o agente de ventas internacional, y de esta manera hacer mucho más factible poder enfrentar esta campaña comercialización en otros territorios (comunicación personal, 9 de septiembre de 2021).

Para nosotros fue increíble. Es primera vez que Mega Global Entertainment (distribuidora internacional de los contenidos de Megamedia) lograban entrar con una serie a HBO. Ellos también estaban felices (...) HBO en Estados Unidos tiene mucha, mucha audiencia y su catálogo es muy prestigioso y exigente”, señaló Isabel Miquel en la entrevista con la revista “Vergara 240” (otros C. B., 2021)

Glosario:

BID: Banco Interamericano de Desarrollo

Corfo: Corporación de Fomento de la Producción

HUB: puede traducirse al castellano como intercambiador, centro logístico o punto de conexión, concentrador o nodo. El término hub ha pasado a emplearse recientemente para designar, en sentido figurado, un foco o núcleo, una especie de centro neurálgico en torno al cual se concentra y se mueve un determinado sector, como en «4YFN se ha convertido en el hub europeo preferido por las empresas emergentes de cualquier rincón del planeta para encontrar inversores». (Lavanguardia.com, 2021)

IVA: Impuesto al Valor Agregado, en Chile corresponde al 19%.

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos.

OTT's: en telecomunicaciones, un servicio de libre transmisión o servicio OTT (siglas en inglés de over-the-top) consiste en la transmisión de audio, vídeo y otros contenidos a través de internet sin la implicación de los operadores tradicionales en el control o la distribución del contenido. (Tecnolitas.com, s.f.)

Startup: empresa de nueva creación o edad temprana que presenta grandes posibilidades de crecimiento y comercializa productos y servicios a través del uso de las tecnologías de la información y la comunicación. (Camara.es, 2020)

Streaming: tecnología que permite ver vídeos, escuchar música e incluso presenciar acontecimientos en directo desde su PC, portátil, smartphone, tableta o televisión inteligente conectado a Internet. Esta tecnología abre la puerta a un mundo de nuevas fuentes de entretenimiento e información. (avast.com, s.f.)

Streamers: Ejecutivo que busca y compra producciones audiovisuales ya sean películas, series o documentales, Tiene capacidad de decisión sobre qué película quiere hacer y en algunos casos, dependiendo del contrato que haya firmado y de la legislación de cada país (mediaconsulting.es, 2020)

TIC: convergencia de las tecnologías que conforman la sociedad de la información, tales como internet y las telecomunicaciones, para consultar, producir y transmitir contenido a gran escala y a través de enormes distancias. (INEGI, 2018).

7. Lista De Fuentes

Fuentes Vivas:

Voz de relato:

María José Varas. Educadora de Párvulos, Usuaría Santiago

Yerko Moncada. Usuario Zona Sur, estudiante Ingeniería administración de empresas

Claudia Saldivia. Usuaría Zona Sur

Voces expertas:

Sang Park. Gerente de terminales y nuevos negocios de WOM

Marcelo Morales. Periodista e investigador -Cinechile

Alejandro Fernández. Director y productor

Lucía Castillo. Encargada de Concurso Fondo Corfo

Secundarias:

Felicia Talavera, Periodista - elpeniultimomohicano.com

Lucía Castillo, Encargada de concurso audiovisual Corfo entrevista, 9 septiembre 2021

Nivia Palma, abogada y miembro del CNTVN. Entrevista, 14 agosto 2020

Matías Orrego Castro, actor y realizador audiovisual-productora Parox. Entrevista 30 de agosto 2021.

Cristian Vidal, realizador audiovisual y guionista, miembro de "La Sole" productora. Entrevista 27 de agosto 2021

Sang Park, gerente de nuevos proyectos Wom Chile. Entrevista 29 de agosto 2021

María José Varas, Educadora. Párvulos- usuaria de streaming, entrevista julio 2020, actualización 30 agosto 2021.

Marcelo Morales, periodista e investigador Cine Chile, Entrevista realizada 10 de septiembre 2021

Nisla Spuler, periodista - social media. Entrevista 13 de diciembre 2020

Alejandro Fernández, productor, cineasta y guionista – Mi amigo Alexis, Aquí no ha pasado nada. Entrevista, 9 septiembre 2021.

Alex Montes, actor y periodista, entrevista 3 septiembre 2021

Claudia Saldivia, ingeniera en Turismo, usuaria de streaming, Osorno, región de Los Lagos

Yerko Moncada, usuario streaming, estudiante de ingeniería en administración de empresas, entrevista 22 de septiembre 2021

Nicolás Contreras, periodista, entrevista diciembre 2020

Alex Montes, actor, entrevista 3 de septiembre 2021

Igor Riveros, director de cine, entrevista

Gabriel Aldana, usuario de Antofagasta, ingeniero comercial

Gabriel Fernández, usuario Región Metropolitana

Samuel Sotomayor, director de cine productora ColorinFilms

Fuentes documentales:

Pelayo Covarrubias

Informe Sherlock

La Tercera.cl

Agencia digital Jelly

Dipress

Benavente y Grazzi

Katalejo

El Mostrador.cl

Marca Chile

Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, Plataforma de economía creativa,
web: ec.cultura.gob.cl contenido web año publicación 2020

Informe Política Nacional del Campo Audiovisual Consejo Nacional de la cultura y la
Artes 2017-2022, 13 diciembre 2016

“Made in Chile”: las producciones nacionales que se abren un espacio en el streaming.
Revista Vergara 240, vergara240.udp.cl - Series Camila Bazán y Ariadna Rodríguez,
Periodistas 21 abril 2021.

Ahora sí que si: Los 80 llegó a Amazon Prime” La tercera.com. - Mónica Garrido,
Periodista 6 de noviembre 2020.

“Chile quizá sea el país que ha dado mayores sorpresas en el mundo de las series”:
estudio examina el boom latino del streaming. La tercera.com Gonzalo Valdivia, Periodista
septiembre 2021.

Detrás de cámaras: creatividad e inversión para América Latina y el Caribe:
aprendizajes de una conversación con voces claves del sector audiovisual, septiembre 2021
Olavarría, Diego; Luzardo, Alejandra; Mateo-Berganza Díaz, María Mercedes -

Tres miradas sobre el financiamiento en el campo audiovisual. Informe Nasstia
Velásquez Vidal, septiembre 2020.

Netflix Latinoamérica- RRSS 2021

“Chile marca presencia en Marché du Film, el mercado audiovisual más grande del
mundo” -marcachile.cl, sitio web, 06 de julio 2021.

Constanza Arenas: La embajadora del cine chileno mira al futuro. Diario Financiero,
Periodista Sofía García-Huidobro -31 julio 2021.

Contenidos audiovisuales: El espacio que buscan conquistar las productoras
independientes y las firmas de telecomunicaciones. Revista Achap.cl, sitio web. 10 de febrero
del2020.

“La hicieron: El Reemplazante se consagró como la mejor serie de la década.”
Lacuarta.com, sitio web 04 junio 2021

Publimark.cl – sitio web 30 noviembre 2020

De Amazon a Netflix: este es el día y la hora en que más series ven los chilenos.
Periodista Carlos Montes, La tercera.com - 3 agosto 2020.

Seriopolis.com sitio web -Informe JUST WATCH, 18 agosto 2020.

Informe: streaming en Chile Agencia Marketing digital Jelly enero 2021.

Efecto Netflix, La tercera.com, Periodista Gonzalo Valdivia, 28 mayo 2020

“Radiografía a los referentes audiovisuales de adolescentes chilenos”, -Informe:
MINICAP, octubre 2018.

Televisión Series suscriptores televisión de pago (Período de información mayo 2006 –
marzo 2021) -Informe de la Subsecretaría de telecomunicaciones

Series conexiones internet fija período Información Primer Trimestre 2002 – marzo
2021) -Informe de la Subsecretaría de telecomunicaciones

Series conexiones internet móvil período Información Primer Trimestre 2002 – marzo
2021) Informe de la Subsecretaría de Telecomunicaciones

Series tráfico de datos móvil período Información junio 2017 – marzo 2021) informe de
la Subsecretaría de Telecomunicaciones

Series tráfico de datos fijos período Información enero 2019– marzo 2021) informe
Subsecretaría de Telecomunicaciones

Políticas públicas para la creatividad y la innovación: impulsando la economía naranja
para Latinoamérica y el caribe. Benavente y Grazzi agosto 2017.

Tres miradas sobre el financiamiento en el campo audiovisual. Informe Dadiolette
Chandía Iglesias y otros, septiembre 2020

Entrevista con Gabriela Sandoval y Carlos Núñez, cocreadores de SANFIC.

Cinechile.cl. 23 agosto 2020

Constanza Arena: La embajadora del cine chileno mira al futuro, entrevista de Periodista Sofía García-Huidobro, 31 julio 2021.

Preguntas frecuentes, Chileactores.cl, 2021

Maite Alberdi “Mi rol es mirar cosas que no miramos desde el cine” entrevista Sergio Caro, Periodista –El Mercurio, revista Ya. 28 enero 2020

Entrevista: Rocío Jadue, directora ejecutiva de Fabula, elantepenultimomohicano.com, Periodista Felicia Tavares, octubre 2020

Efecto Netflix, Gonzalo Valdivia, Periodista Latercera.com, 28 mayo 2020

Encuesta al mercado del video streaming en Latinoamérica en Publimark.cl, 30 noviembre 2020

Según estudio, Netflix sigue siendo la plataforma líder en Chile, pero Prime Video le pisa los talones, Seriepolis.com, 18 agosto 2020.

Streaming en Chile, la batalla que viene. Jelly.cl Agencia digital, enero 2021

“Radiografía a los referentes audiovisuales de adolescentes chilenos” Ministerio de la Cultura, las Artes y el patrimonio, octubre 2018.

PERFIL DE ENTREVISTADOS

María José Varas

Se dedica a la educación de párvulos. Tiene aproximadamente 36 años, nació en Santiago, mide 1'55, su cabello es ondulado y corto, tez morena. Vestimenta casual y semi formal y su tono de voz es suave y dulce. Accedió a la entrevista inmediatamente de manera presencial y muy amablemente estuvo abierta a responder todo, destacando que no había problema en contactarla nuevamente en caso de necesitar más información.

Como usuaria de las plataformas audiovisuales de streaming en la Región Metropolitana, notamos que no tiene un tipo de contenido específico que le guste ver, más bien son muchas las producciones audiovisuales chilenas que han llamado su atención, como “El presidente”, “Dignidad” y “La Jauría”.

Principalmente, su interés se ve reflejado en los buenos comentarios de las personas respecto a las producciones nacionales. “Cada vez que escucho buenos comentarios de alguna producción nacional busco el contenido para hacer mi propia opinión” indicó.

Si bien por su trabajo no es mucho el tiempo que puede dedicarle a las plataformas audiovisuales de streaming al día, siempre deja al menos una hora diaria, dos o tres días a la semana para sus series y películas chilenas favoritas.

Alejandro Fernández

Director de cine, guionista y montador, conocido por dirigir películas como “Mi amigo Alexis”, “Huacho”, “Matar a un hombre” y “Aquí no ha pasado nada”.

Alejandro tiene 50 años y nació en Chillán. Es de cabello oscuro y rizado, suele llevar lentes ópticos y barba. Su contextura es maciza y se muestra como una persona bastante neutral, ni muy serio, ni muy carismático.

Es una persona muy cautelosa al momento de dar entrevistas. En esta ocasión, no aceptó hablar de manera presencial, llamada o video, pero sí mediante audios de WhatsApp.

Las cinco preguntas que aceptó responder fueron contundentes, brindando la información justa y precisa. Explicó que no podría seguir con la entrevista ya que Netflix le prohíbe hablar sobre algunos temas sin supervisión.

Alejandro Montes

Actor y periodista chileno de 45 años. Cabello corto y gris, usa barba y se muestra como una persona muy expresiva y abierta al momento de ser entrevistado.

No fue difícil acceder a él mediante Instagram, intercambiando mensajes de audio por esta aplicación y entregó respuestas contundentes a todo lo que se le preguntó durante la entrevista.

Su postura respecto a las plataformas audiovisuales de streaming es positiva y según su percepción es conveniente tanto para los usuarios que pueden elegir el contenido que deseen como para los actores que tienen más oportunidad laboral.

Matías Orrego

Actor y realizador audiovisual. Trabajó en trabajó en productora Parox. Su rango de edad es alrededor de 38-45, contextura delgada, barba y cabello liso.

Se muestra muy accesible al momento de conceder la entrevista y reafirmó un punto muy importante de nuestra tesis sobre el escaso consumo de TV que existe hoy en día y el gran aumento de personas que prefieren el internet debido a la libertad y menos restricciones que ofrece a sus usuarios.

Nivia Palma

Nuestra fuente experta es abogada, ex ministra de Bienes Nacionales durante el gobierno de Michelle Bachelet y Miembro CNTVN. Tiene 62 años, cabello liso hasta los hombros color cobrizo. Suele ocupar lentes ópticos y su vestimenta es formal. Accedió a la entrevista mediante Zoom y fue desarrollada de una manera muy orientativa e informativa respecto al rol del Consejo Nacional de Televisión en Chile y las producciones audiovisuales chilenas.

Al igual que nuestro estudio que demostró que cada vez son más las personas que consumen material audiovisual nacional, Nivia nos confirmó que tanto ella como su equipo de TVN también concuerdan con esto y crearon un ciclo de cine chileno con el que lograron generar más audiencia.

Cristian Vidal

Realizador audiovisual y guionista-miembro productor la Sole.

Tiene alrededor de 35-40 años. Su cabello es oscuro, usa bigote, peinado corto y vestimenta casual.

Durante la entrevista a la cual accedió mediante Zoom, recalcó la importancia de la interacción y feedback de las personas en las plataformas de streaming, lo cual ayuda a los realizadores audiovisuales para saber qué es lo que le gusta a la audiencia, en diferencia a la televisión abierta.

Marcelo Morales

Estudió en la Universidad de Chile y es periodista e Investigador de Cine Chile. También ha realizado el seminario Cine: Expresiones de la Sociedad Contemporánea en la

Universidad del Desarrollo. Tiene aproximadamente 35-40 años. Actualmente reside en Francia y accedió a la entrevista por Zoom. No tuvo problemas para entregar respuestas amplias y contundentes. Si bien no poseía cifras exactas sobre el dinero público y privado que se invierte para las producciones audiovisuales chilenas, compartió información sobre formas de conseguir el financiamiento.

Respecto a los beneficios de la presencia de plataformas digitales como Netflix y Amazon Prime en Chile, su postura fue que "sin duda entraña un beneficio en el sentido de la distribución y el poder

seguir explotando la película de una forma nueva y además complementa la crisis de la distribución física por así decir, que se acentuó con la pandemia pero que ya venía de antes", aseguró el periodista de cine y cultura.

Lucía Castillo

Encargada Concurso Audiovisual CORFO con diplomado en políticas públicas en la Universidad Católica. Tiene aproximadamente 38-40 años, cabello corto y oscuro, flequillo recto y vestimenta semi formal. Durante la entrevista, la cual se realizó por correo, se mostró con una personalidad muy cercana y agradable. Como fuente experta entregó información detallada con datos duros y no tuvo problema al responder y explicar más a fondo el rol de la CORFO en la distribución e internalización de producciones audiovisuales chilenas. También explicó los

criterios principales que evalúa el Estado para asignar recursos y el rol que cumple con la Economía Naranja.

Sang Park

Gerente de Terminales y de nuevos negocios WOM Chile.

Chileno-coreano, de 37 años, cabello oscuro, contextura y cejas delgadas, vestimenta casual y suele ocupar lentes ópticos. Es muy amable y accedió fácilmente a la entrevista entregando datos duros. Posee una vasta experiencia en empresas de telecomunicaciones y tecnología, habiéndose desempeñado en LG, Entel y actualmente en WOM. Brinda amplia información tanto en cifras de sectores socioeconómicos que presentan mayor demanda a servicios de streaming audiovisual.

También nos ayudó a comprender el modo en que operan las compañías para facilitar el uso de plataformas audiovisuales de streaming, para aquellos que no poseen tarjetas de crédito. Nos explicó que, mediante la boleta de servicio, los usuarios pagan el consumo de

aplicaciones como Netflix, Amazon, entre otras y la compañía se encarga de gestionar el pago con las plataformas.

Claudia Saldivia

Usuaria de las plataformas de streaming en la zona sur de Chile, específicamente Osorno. De aproximadamente 34 años. Cabello rizado y vestimenta casual. Accedió a la entrevista mediante zoom y audios de WhatsApp en plena pandemia en el año 2020. Se mostró un poco tímida y la información que entregó fue muy útil y clara, pero sobre todo, breve y conciso.

Alguna de las producciones chilenas que más llamaron su atención fueron “Dignidad” , “Los 80” y al igual que nuestra entrevistada María José Varas, usuaria de la Región Metropolitana, también destacó “La Jauría” en su lista de favoritos.

Principalmente, su mayor interés hacia las producciones chilenas en las plataformas se debe a las medidas de cuarentena durante el confinamiento del COVID-19 y el mal clima de Osorno, que prácticamente obliga a las personas a quedarse en casa y ayudar a llevar el encierro consumiendo material audiovisual.

Si bien destaca que cada vez es más el contenido audiovisual chileno que va agregando a su lista, siente que hay mucho más de Chile que mostrar en estas producciones, como el turismo de Osorno, que tiene muchas historias dignas que contar y paisajes llamativos para mostrar.

Ya que Claudia vive sola, su mayor distracción es ver sus producciones chilenas favoritas, y su consumo de 3 horas diarias a través de su televisor o smartphone es infaltable para pasar el rato.

Nicolás Contreras

Periodista y analista de audiencias, de aproximadamente 38 años. Cabello oscuro, vestimenta muy casual y siempre mostrándose con una actitud relajada. Para la entrevista que se realizó en 2020 vía WhatsApp, no tuvo problema en responder a casi todo lo solicitado siempre y cuando tuviera conocimientos para entregar una respuesta contundente.

Su opinión fue importante en nuestra tesis para tener una contraparte. Si bien muchos entrevistados comentaron de manera positiva el posicionamiento de las producciones audiovisuales chilenas, Nicolás indicó que está muy lejano a los números de las series más “taquilla” o que más se ven en las plataformas y que términos estrictos es muy bajo un posicionamiento entre los países “top”.

8. Conclusión De La Investigación

Tras culminar la investigación, la principal conclusión es que el mayor beneficiado por la presencia de plataformas de streaming en Chile es el consumidor.

También concluimos que: las plataformas de streaming son un factor que ayuda a la democratización de la cultura, facilitando el acceso a material que, de no existir ellas mismas, sería inaccesible para muchos., las plataformas permitieron una mayor visibilización de las producciones chilena en el ámbito internacional, las plataformas de streaming ayudan a la revalorización de producciones audiovisuales chilenas que en su momento de emisión no recibieron la valoración merecida. El estudio también permitió concluir que, si bien la presencia de producciones chilenas en plataformas de streaming ha aumentado, esto no se ha traducido en un estimulante para estas, la industria audiovisual chilena aún se encuentra en desarrollo, por lo que los fondos que entrega el Estado si bien son importantes, estos no alcanzan. Es clave para la adjudicación de fondos, el profesionalismo para enfrentar las convocatorias. A través de la economía naranja, la industria creativa se ha visto revalorizada, y replanteada como un nuevo nicho para el crecimiento del país.

Finalmente queda abierta la interrogante para una nueva investigación de cuánto han ganado las empresas detrás del streaming gracias al impulso en el consumo de material audiovisual a través de sus plataformas.

9. Sinopsis del reportaje

El reportaje trata la llegada de las plataformas de streaming a Chile, con foco en Netflix y Amazon prime video y de qué forma esto benefició a los consumidores y a la industria audiovisual chilena. Para esto hacemos un recorrido por los temas que, luego de la investigación, a nuestro juicio son los principales. Como enfoque central, abordamos el relato con la premisa de que el más beneficiado es el consumidor. Para demostrar esto, en la narración, a partir de una situación cotidiana, se desencadena una serie de argumentos, que a contar de datos, opiniones de expertos y usuarios de las plataformas; evidencian la realidad que se vive en Chile, en relación al consumo de material chileno a través plataformas, la presencia de este mismo en ellas, la industria audiovisual chilena, el acceso a contenidos, la digitalización del consumo, la conectividad y la economía naranja.

10. Cronograma

| | | | | | | |
|--|---------------|----------------|----------------|-------------------|----------------------|--|
| PRESENCIA DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL CHILENA EN LAS PLATAFORMAS DE STREAMING DURANTE EL 2017 Y EL PRIMER SEMESTRE DEL 2021 | | | | | CURSO: PERIODISMO | |
| EQUIPO DE TRABAJO | Daniel Razazi | Kiara Olivares | Pía Valenzuela | Nicolás Fernández | | |

| ACTIVIDADES | JUL. 21 | AGO. 21 | SEP. 21 | OCT. 21 | NOV. 21 | DIC. 21 | EN. 22 | FEB. 22 | MAR. 22 |
|---|---------|---------|---------|---------|---------|---------|--------|---------|---------|
| INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO DE LA IDEA DEL REPORTAJE | █ | █ | █ | █ | █ | █ | █ | | |
| REDACCIÓN DEL REPORTAJE | █ | █ | █ | █ | █ | █ | | | |
| EDICIÓN Y ELABORACION DEL REPORTAJE MULTIMEDIA | | | | █ | █ | █ | █ | | |

11. Tratamiento Multimedia

Las herramientas multimedia que se utilizan para contar la historia, en primer lugar considera elementos gráficos como imágenes e infografías. Las imágenes entregarán contexto, y nos ayudan a narrar de una forma más visual e invitar a leer el reportaje, como también hacer ayudar a que a lectura sea más entretenida. El rol de las infografías es tanto visual como informativo. Además de servir como un descanso a la lectura, aportando con colores e imágenes; en ellas plasmaremos datos que ayuden al desarrollo del argumento.

Respecto de los recursos de audio, incluiremos un podcast, este permite al usuario escuchar cuando desea hacerlo. Puede oírse en diversos dispositivos y esto aumenta las posibilidades de que se interesen en leer el reportaje completo. En el podcast por un lado comentaremos de qué va el reportaje en general y entregaremos una visión personal respecto de las plataformas de streaming.

Como recursos audiovisuales incluiremos un teaser. A idea es que invite a adentrarse en el reportaje. Duración 40 segundos en el que mostraremos sentencias de 3 fuentes. Cada una representa a uno de los diferentes actores que participan de la problemática; consumidores, realizadores, e instituciones gubernamentales.

También incluimos un segundo video. En este mostramos a grandes rasgos, de qué va el reportaje. Para su elaboración utilizamos grabaciones hechas por nosotros, como también material de archivo que ayudan a dar contexto a la locución que hace un resumen de los tópicos desarrollados en el reportaje.

Finalmente señalar que incluimos enlaces internos y externos. Internamente, con el enlace redirigimos a nuestra nota secundaria, que ahonda en una arista específica del tema general tratado en el reportaje. Los externos redirigen a dos estudios que muestran en profundidad lo que

comentamos en la narración. De esta forma damos acceso a trabajos de agencias al público general. A través de estos enlaces, la idea es hacer del reportaje más dinámico e ilustrativo.

12. Estructura General Del Reportaje

La estructura general del reportaje se divide en 6 subtemas, y tendrá como pilar o tema central, al consumidor. La narración comenzará con una representación figurativa de una situación que cualquiera pudo haber experimentado en los tiempos de confinamiento, pero destacando que se desarrolla en el sur de Chile. Esta da pie para introducir la primera temática, que desarrolla la evolución del posicionamiento de las plataformas de streaming en Chile, en la que tratamos la llegada de las plataformas de streaming de video y a Chile, los valores (precios de contratación), primeras producciones audiovisuales chilenas en las plataformas, la guerra de coproducciones nacionales en las plataformas de streaming, Netflix vs Amazon prime video, y finalmente la conectividad – acceso internet- y formas de contratación. La narración continua haciendo un recorrido por los temas que abarca el reportaje: la evolución de la presencia de producciones audiovisuales chilenas en las plataformas de streaming, donde trataremos una reseña de las producciones audiovisuales chilenas en plataformas de streaming desde el 2017 al primer semestre del 2021, la notoriedad de películas, series y documentales chilenas gracias a las plataformas y la revalorización de producciones pasadas por parte de la audiencia; como “El reemplazante”, negociaciones por contenido chileno de parte de las plataformas, y el estado de futuras producciones y coproducciones audiovisuales chilenas con y para las plataformas de streaming. La siguiente arista a desarrollar refiere a la industria audiovisual chilena y el rol que juega el Estado. Los temas tratados son las industrias creativas, las instituciones gubernamentales que participan del ecosistema audiovisual, fuentes de financiamiento y distribución, entre otras más.

Apoyada en opiniones de consumidores de estas plataformas, entre las que destacan la visión de una madre y la de otros usuarios de regiones alejadas de Santiago, los expertos consultados, datos e información extraídos de estudios y reportajes emitidos por otros medios o agencias especializadas en el tema, la idea es que cada uno desde su ámbito, aporte en la fundamentación de las ideas expresadas a lo largo de la historia.

La narración cierra con la conclusión general de la investigación, señalando los beneficios para los consumidores.

Dado que la extensión del escrito es limitada, se escribirá una nota secundaria. En ella abordaremos la internacionalización de las producciones chilenas; revisando los premios y festivales internacionales en los que participan rodajes chilenos, proyecciones para la industria y opiniones de expertos. Se destacará la importancia del circuito de festivales para la promoción y el eventual éxito de las producciones audiovisuales chilenas.

13. Referencias

(s.f.).

2017-2022, P. N. (2017). CNCA. de <https://www.cultura.gob.cl/politicas-culturales/audiovisual/>

Agustín Bertrán, n. (07 de junio de 2020). Netflix estrena su primera producción original realizada en Chile. Obtenido de <https://nextvnews.com/netflix-estrena-su-primera-produccion-original-realizada-en-chile/>

Alcaino, F. (04 de mayo de 2021). duna.cl. <https://www.duna.cl/tendencias/2021/05/04/sayen-la-heroina-mapuche-que-sera-parte-de-amazon-prime/>

Aldana, G. (22 de septiembre de 2021). entrevista, Ing. Comercial, usuario Antofagasta. (N. Fernández, Entrevistador)

Álvarez, C. F. (28 de 05 de 2020). La tercera.com. Obtenido de <https://laboratorio.latercera.com/laboratorio/noticia/cuarentena-producciones-audiovisuales/1014413/>

Anid.cl. (s.f.). anid.cl. Obtenido de anid.cl: <https://www.anid.cl/historia/>

Aspillaga. (15 de agosto de 2020). cultura.gob.cl. (C. N. Artes, Productor) cultura.gob.cl: https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2014/01/mapeo_industrias_creativas.pdf

BCN.CL. (29 de abril de 2021). Alfabetización digital. Santiago, Metropolitana, Chile. <https://www.bcn.cl/delibera/pagina?tipo=1&id=alfabetizacion-digital-1.html>

Becerra, L. (9 de octubre de 2021). La guerra del streaming arrecia en Latinoamérica, ¿quién lleva la delantera? santiago, Chile. Obtenido de <https://www.bloomberglinea.cl/2021/10/03/la-guerra-del-streaming-arrecia-en-latinoamerica-quien-lleva-la-delantera/>

Bisogno, M. (5 de mayo de 2021). Las plataformas de streaming tienen cada vez más fuerza. Las plataformas de streaming tienen cada vez más fuerza. Buenos Aires, Argentina. Obtenido de <http://www.agenciacomunica.soc.unicen.edu.ar/index.php/notas/1109-las-plataformas-de-streaming-tienen-cada-vez-mas-fuerza>

Carillo, A. (s.f.). Psicologiaymente.com: <https://psicologiaymente.com/cultura/diferencias-democratizacion-cultural-democracia-cultural>

Carlos Montes, P. (03 de 08 de 2020). latercera.cl. [latercera.cl/que-pasa/noticia/de-amazon-a-netflix-este-es-el-dia-y-la-hora-en-que-mas-series-ven-los-chilenos/FUI2XWOQVRBFJMXI3Z3ZCIYN5Q/](https://www.latercera.cl/que-pasa/noticia/de-amazon-a-netflix-este-es-el-dia-y-la-hora-en-que-mas-series-ven-los-chilenos/FUI2XWOQVRBFJMXI3Z3ZCIYN5Q/)

Caro, S. (28 de enero de 2020). Revista YA. emol.cl.

Castillo, L. (9 de septiembre de 2021). entrevista. (N. Fernández, Entrevistador)

Chileno”, V. P. (2017). VI Panorama del Audiovisual Chileno”. Santiago: Johanna Whittle y Enrique Núñez (editores) Arte y cultural de la pontificia UC.

CNCA, P. N.-2. (2017). Política Nacional 2017-2022 CNCA. Santiago: CNCA.

CNN Chile. (2 de mayo de 2020). La industria cultural se reinventa en tiempos de pandemia. Santiago, Chile. https://www.cnnchile.com/cultura/la-industria-cultural-se-reinventa-en-tiempos-de-pandemia_20200502/

conicyt.cl. (s.f.). conicyt.cl. <https://www.conicyt.cl/fondecyt/sobre-fondecyt/historia/>

Contreras, N. (13 de 12 de 2020). Análisis de audiencias series chilenas. (K. Olivare, Entrevistador)

Covarrubias, P. (2021). Brecha en el uso de internet: Desigualdad digital 2020. Santiago: Fundación país Digital. <https://www.trendtic.cl/2021/05/equidad-en-la-conectividad-una-obligacion-pais-post-pandemia/>

cultura.gob.cl. (s.f.). Concursos Fondart. <https://www.cultura.gob.cl/visitasartisticas/concurso-fondart/>

Cultural, R. G. (2017). mgcuchile.cl. <http://mgcuchile.cl/wp-content/uploads/2018/04/REVISTA-MGC-10.pdf>

Darío Zambra, L. (02 de junio de 2020). El presidente: la serie de Amazon que entretiene con la historia de Sergio Jadue y el lado más oscuro del fútbol. Santiago, Metropolitana.

Darío Zambra, L. (02 de junio de 2020). Latercera.com.

digital, T. d. (03 de marzo de 2020). tvn.cl. <https://www.tvn.cl/programas/desdecasa/actividades/ondamedia-la-plataforma-de-streaming-gratuita-para-ver-cine-chileno-4060659>

dipres.gob.cl. (agosto de 2014). dipres.gob.cl. https://www.dipres.gob.cl/597/articles-139811_informe_final.pdf

dipres.gob.cl. (2019). dipres.gob.cl. https://www.dipres.gob.cl/597/articles-179416_doc_pdf.pdf

dirac.gob.cl. (s.f.). dirac.gob.cl. https://www.dirac.gob.cl/dirac/prontus_dirac/2016-05-31/171133.html

dos.gob.cl. (2019). dos.gob.cl. https://dos.gob.cl/wp-content/uploads/2019/03/Gu%C3%ADa-de-Fondos_digital_final.pdf

EFE. (22 de 07 de 2017). elmostrador.cl. <https://www.elmostrador.cl/cultura/2017/07/22/la-industria-audiovisual-chilena-se-consolida-gracias-a-la-inversion-publica/>

elmostrador.cl. (17 de febrero de 2021). Como el video streaming se transformó en el panorama favorito de la vida digital. Santiago, Chile. <https://www.elmostrador.cl/agenda-pais/2021/02/17/como-el-video-streaming-se-transformo-en-el-panorama-favorito-de-la-vida-digital/>

Emol.com. (08 de noviembre de 2011). Emol.com.

<https://www.emol.com/noticias/tecnologia/2011/09/08/502285/ya-es-una-realidad-netflix-llega-oficialmente-a-chile.html>

Entel.cl. (s.f.). Entel.cl. <https://ce.entel.cl/grandes-empresas/articulos/economia-naranja-chile/>

expandeonline. (agosto de 2020). expandeonline.cl. <https://expandeonline.cl/blog/ecommerce-chile/>

Facultad de comunicación, h. y. (2020). Tres miradas sobre el financiamiento en el campo audiovisual. Santiago. <https://www.ucsc.cl/wp-content/uploads/2020/12/Tres-Miradas-sobre-el-Financiamiento-Audiovisual.pdf>

Fernández, A. (septiembre de 2021). entrevista. (k. Olivares, Entrevistador)

Fernández, A. (9 de septiembre de 2021). entrevista. (K. Olivares, Entrevistador)

Fernández, G. (22 de septiembre de 2021). entrevista, usuario- región Metropolitana. (N. Fernández, Entrevistador) Santiago, Metropolitana.

fondodecultura.cl. (s.f.). fondodecultura.cl. <https://www.fondosdecultura.cl/fondos/fondo-audiovisual/lineas-de-concurso/>

Francisco Ibáñez, P. (13 de enero de 2019). Pauta.cl. Obtenido de Pauta.cl: <https://www.pauta.cl/economia/bloomberg/por-que-la-cpc-propone-un-19-de-impuesto-a-las-plataformas-digitales>

Frias, L. (2020). Vive el mundo era de vorágine digital. Ciudad de México. Obtenido de <https://www.gaceta.unam.mx/vive-el-mundo-era-de-voragine-digital/>

Galeno, S. (19 de abril de 2016). <https://marketing4ecommerce.net/>. <https://marketing4ecommerce.net/>: <https://marketing4ecommerce.net/amazon-prime-video-compite-en-video-streaming/>

Garrido, M. (6 de noviembre de 2020). Santiago, Metropolitana, Chile. <https://www.latercera.com/culto/2020/11/06/ahora-si-que-si-los-80-llego-a-amazon-prime/>

Garrido, M. (03 de marzo de 2020). Latercera.com. <https://www.latercera.com/culto/2020/03/03/slavoj-zizek-coronavirus/>

Gonzalo Valdivia, L. (09 de septiembre de 2021). Chile quizá sea el país que ha dado mayores sorpresas en el mundo de las series. Santiago, Metropolitana, Chile. <https://www.latercera.com/culto/2021/09/01/chile-quiza-sea-el-pais-que-ha-dado-mayores-sorpresas-en-el-mundo-de-las-series-estudio-examina-el-boom-latino-del-streaming/>

Grazzi, B. y. (2017). Políticas públicas para la creatividad y la innovación. Santiago.

grupo, A. p. (10 de septiembre de 2021). Análisis propio del grupo. Santiago. Obtenido de Análisis propio del grupo.

itu.int.es. (s.f.). itu.int.es. Obtenido de itu.int.es: (<https://www.itu.int/es/ITU-T/ipr/Pages/default.aspx>)

Jadue, R. (octubre de 2020). entrevista Rocío Jadue. (F. Tabares, Entrevistador) Obtenido de <https://www.elantepenultimomohicano.com/2020/10/entrevista-rocio-jadue.html>

Jelly Agencia Digital. (2021). Streaming en Chile, La batalla que viene. Santiago, Chile: sitio web Jelly.cl. Recuperado el agosto de 2021, de <https://www.jelly.cl/streaming-en-chile-la-batalla-que-viene/>

justwatch. (2020). seriepolis. Santiago: seriepolis.cl.

Katalejo.cl. (7 de julio de 2021). Katalejo.cl.

Lacuarta.com. (04 de junio de 2021). La hicieron: El reemplazante consagró como la mejor serie de la década. 04 junio 2021. Santiago, Chile. <https://www.lacuarta.com/espectaculos/noticia/el-reemplazante-mejor-serie-copihue/639642/>

Lanacion.cl. (19 de abril de 2021). Lanacion.cl. <http://www.lanacion.cl/primera-serie-100-chilena-para-netflix-estara-basada-en-la-historia-de-viviana-haeger/>

Lara, J. C. (26 de febrero de 2021). ¿Qué derechos digitales deberían estar en la nueva Constitución? (M. Cifuentes, Entrevistador) <https://laboratorio.latercera.com/laboratorio/noticia/derechos-digitales-nueva-constitucion/1017241/>

Larraín, F. (16 de diciembre de 2018). Latercera.com. Recuperado el 17 de octubre de 2021, de Latercera.com: <https://www.latercera.com/pulso/noticia/la-economia-naranja-desarrollo-chile/447323/>

Latercera.com. (14 de diciembre de 2016). Latercera.com. <https://www.latercera.com/noticia/amazon-prime-video-llega-chile-competir-netflix/>

Latercera.com. (14 de diciembre de 2016). www.latercera.com. <https://www.latercera.com/noticia/amazon-prime-video-llega-chile-competir-netflix/>

Latercera.com. (16 de diciembre de 2018). La economía naranja en el desarrollo de Chile. La economía naranja en el desarrollo de Chile.

Latercera.com, M. C. (26 de febrero de 2021). Latercera.com. <https://laboratorio.latercera.com/laboratorio/noticia/derechos-digitales-nueva-constitucion/1017241/>

Lindner, S. (5 de mayo de 2021). Las plataformas de streaming tienen cada vez más fuerza. (M. B.-A. Comunica, Entrevistador)

López, D. (24 de octubre de 2016). economipedia.com. <https://economipedia.com/definiciones/investigacion-desarrollo-id.html>

López., M. (26 de octubre de 2020). Expreso.com.mx. <https://www.expreso.com.mx/seccion/expresion/e-comunidad/247566-big-data-un-tema-del-cual-todos-creen-saber.html>

Magallanes, S. (6 de mayo de 2021). Las plataformas de streaming tienen cada vez más fuerza. (M. Bisogno, Entrevistador)

Marcachile.cl. (6 de julio de 2021). Chile marca presencia en Marché du Film, el mercado audiovisual más grande del mundo. Santiago, Metropolitana, Chile. <https://marcachile.cl/vida-cultura/chile-marca-presencia-en-marche-du-film-el-mercado-audiovisual-mas-grande-del-mundo/>

Martín Cifuentes, L. (25 de mayo de 2021). Como la pandemia empujó la alfabetización en adultos Mayores. Santiago, Metropolitana, Chile. <https://laboratorio.latercera.com/laboratorio/noticia/alfabetizacion-digital-en-adultos-mayores/1018035/>

- miracomosehace.com. (20 de 03 de 2020). <https://miracomosehace.com/>. [https://miracomosehace.com/como-funciona-ver-amazon-prime-video/](https://miracomosehace.com/:https://miracomosehace.com/como-funciona-ver-amazon-prime-video/)
- Moncada, Y. (24 de septiembre de 2021). entrevista, estudiante Ing. Adm. usuario Coyhaique. (P. Valenzuela, Entrevistador)
- Montes, A. (2021). entrevista, actor y periodista. (N. Fernández, Entrevistador)
- Morales, F. C. (18 de mayo de 2020). economipedia.com. <https://economipedia.com/definiciones/economia-naranja.html>
- Morales, M. (09 de septiembre de 2021). entrevista, Cinechile. (D. Razazi, Entrevistador)
- movistar.cl. (2021). movistar.cl. <https://ww2.movistar.cl/servicios-digitales/movistar-play/amazon-prime-video/>
- Mujica, F. (10 de febrero de 2020). CHILE: Con la mirada puesta en el futuro. ¿Dónde está Chile en el mapa de la economía creativa en Sudamérica? <http://revista.achap.cl/donde-esta-chile-en-el-mapa-de-la-economia-creativa-en-sudamerica/>
- Navas, M. (7 de agosto de 2021). La hoja de la ruta de Netflix. Santiago, metropolitana, Chile.
- Netflix.com/cl. (2021). Netflix.com/cl. <https://www.netflix.com/cl/>
- Nivia Palma, A. (25 de 11 de 2020). CNTVN. (N. Fernández, Entrevistador)
- observatoriocultural.gob.cl. (octubre de 2013). observatoriocultural.gob.cl. <http://observatorio.cultura.gob.cl/index.php/2018/10/01/oc-17-estudios/>
- Oracle.com. (2021). Que es el bigdata. <https://www.oracle.com/cl/big-data/what-is-big-data/>
- Ordoñez, L. (mayo de 2015). goethe.de. <https://www.goethe.de/ins/cl/es/kul/mag/20815316.html>
- Orrego, M. (20 de agosto de 2021). entrevista, actor y realizador. (P. Valenzuela, Entrevistador)
- otros, C. B. (21 de abril de 2021). vergara240.udp.cl. <https://vergara240.udp.cl/isabel-los-prisioneros-la-jauria-el-estallido-series-chilenas/>
- otros, O. y. (2021). Detrás de cámara: Creatividad inversión para américa Latina y el Caribe. Santiago. doi:<http://dx.doi.org/10.18235/0003589>
- Park, S. (19 de agosto de 2020). entrevista, Gerente de terminales y desarrollos de nuevos negocios de WOM. (D. Razazi, Entrevistador)
- Pelayo Covarrubias, T. (18 de mayo de 2021). Equidad en la conectividad, una obligación post pandemia. Santiago, Metropolitana, Chile. <https://www.trendtic.cl/2021/05/equidad-en-la-conectividad-una-obligacion-pais-post-pandemia/#:~:text=En%20los%20%C3%BAltimos%20a%C3%B1os%20Chile,cantidad%20de%20habitantes%20del%20pa%C3%ADs.>

primevideo.com. (s.f.). Primevideo.com.

https://www.primevideo.com/?ref=dvm_pds_amz_cl_dc_s_g|m_rmmp32fpc_c292950245276

prochile.gob.cl. (2021). prochile.gob.cl. <https://www.prochile.gob.cl/sectores-exportadores/industrias-creativas>

Propiedadintelectual.gob.cl. (s.f.). Propiedadintelectual.gob.cl.

<https://www.propiedadintelectual.gob.cl/sitio/Secciones/Quienes-somos/Historia/>

Ramos, F. (7 de agosto de 2021). La hoja de ruta de Netflix para conquistar Chile. (D. Mateo Navas, Entrevistador) Santiago, Metropolitana, Chile. <https://dfmas.df.cl/df-mas/por-dentro/la-hoja-de-ruta-de-netflix-para-conquistar-chile>

rankia.cl. (20 de agosto de 2020). rankia.cl. <https://www.rankia.cl/blog/sii/4705260-impuesto-digital-chile-que-como-afecta>

Red de universidades del Estado de Chile. (8 de diciembre de 2020). uestatales.cl

https://culturalrights.net/descargas/drets_culturals400.pdf

Revista Achap. (2020). Contenidos audiovisuales: El espacio que buscan conquistar las productoras independientes y las firmas de telecomunicaciones. A! Magazine digital, artículos de interez/Tendencias. <http://revista.achap.cl/contenidos-audiovisuales-el-espacio-que-buscan-conquistar-las-productoras-independientes-y-las-firmas-de-telecomunicaciones/>

Revista.achap.cl. (10 de febrero de 2020). revista.achap.cl. <http://revista.achap.cl/donde-esta-chile-en-el-mapa-de-la-economia-creativa-en-sudamerica/>

Riveros, I. (2021). entrevista, (P. Valenzuela, Entrevistador)

Romero, M. T. (04 de noviembre de 2020). Tv Cable vs Netflix, Amazon y Disney Plus: Los pro y costos de la nueva forma de ver televisión en Chile. Santiago, Santiago, Chile.

Saldivia, C. (23 de julio de 2020). entrevista, usuaria Osorno. (D. Razazi, Entrevistador)

Sandoval, C. N. (23 de agosto de 2020). entrevista. (A. Estévez, Entrevistador)

senado.cl. (3 de septiembre de 2021). senado.cl. <https://www.senado.cl/noticias/plataformas-digitales/plataformas-digitales-pionero-proyecto-propone-regularlas>

Sernac.cl. (23 de mayo de 2018). Sernac.cl. Obtenido de Sernac.cl: <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-11724.html>

Sernac.cl. (marzo de 2020). Más de 12 mil reclamos relacionados con el Coronavirus ha recibido el Servicio. Santiago, Santiago, metropolitana.

sii.cl. (s.f.). sii.cl. Obtenido de sii.cl: <https://www.sii.cl/vat/>

Sonda.com. (2019). Sonda.com. <https://www.sonda.com/transformacion/big-data-y-analytics/big-data/>

Spuler, N. (14 de 12 de 2020). entrevista. (P. Valenzuela, Entrevistador)

Sturn, C. (s.f.). Algunas de las novedades sobre Netflix en Chile. <https://www.fayerwayer.com/2011/09/algunas-de-las-novedades-sobre-netflix-en-chile/>

SUBTEL. (4 de marzo de 2021). subtel.gob.cl. <https://www.subtel.gob.cl/conexiones-moviles-alcanzan-los-198-millones-e-internet-fijo-crece-cerca-del-8-a-septiembre-de-2020/>

Valdivia, G. (01 de 02 de 2020). La tercera.com. <https://www.latercera.com/culto/2020/02/02/chile-via-streaming/>

Varas, M. J. (30 de agosto de 2021). entrevista, usuaria región Metropolitana. (D. Razazi, Entrevistador) Santiago, Metropolitana.

Vidal, C. (2021). entrevista, realizador y guionista. (P. Valenzuela, Entrevistador)

voz, T. (23 de enero de 2020). biobiochile.cl. <https://www.biobiochile.cl/noticias/artes-y-cultura/actualidad-cultural/2020/01/23/contribucion-de-las-politicas-en-cultura-a-la-desigualdad-y-la-democratizacion-de-la-participacion.shtml>

Westemann, W. (29 de mayo de 2021). Alfabetización digital. (Bcn.cl, Entrevistador) <https://www.bcn.cl/delibera/pagina?tipo=1&id=alfabetizacion-digital-1.html>

wom.cl. (2021). wom.cl. Obtenido de <https://www.wom.cl/netflix/>

YouTube.com, V. c. (23 de agosto de 2016). El cine chileno la está llevando. Santiago, Metropolitana, Chile. <https://www.youtube.com/watch?v=ryiTaxNI-B0>

Záldivar, L. y. (15 de abril de 2021). blogs.iadb.org. <https://blogs.iadb.org/industrias-creativas/es/economia-naranja-en-la-crisis-del-covid-19/>

14 Anexos

Enlace Reportaje Multimedia

<https://consultordigital.cl/uniacc/plataformas-de-streaming-consumo-a-la-carta/>

Nota Secundaria

<https://consultordigital.cl/uniacc/creacion-audiovisual-chilena-se-abre-paso-en-la-escena->

Figuras

| | |
|---|---------|
| <i>imagen 1: Tabla precios suscripción WOM a Netflix fuente: wom.cl 2021</i> | - 49 - |
| <i>imagen 2: Sitio web Movistar - Activa Amazon Prime Video</i> | - 52 - |
| <i>imagen 3: Captura de pantalla, Opiniones y comentarios obtenidas del canal de YouTube "Críticas QLS" donde los usuarios hacen referencia a la revalorización de esta serie por la plataforma de streaming Netflix.</i> | - 61 - |
| <i>imagen 4: Tabla aplicación de impuesto digital en Chile. Fuente: sii.cl</i> | - 66 - |
| <i>imagen 5: Indicaciones para pago de impuesto digital a SII.cl -Fuente: sii.cl</i> | - 67 - |
| <i>imagen 6: Referencia proyecto ley de plataformas digitales y RRSS- Fuente Senado.cl</i> | - 69 - |
| <i>imagen 7: 4 Sernac. Fuente: Sernac.cl</i> | - 72 - |
| <i>imagen 8: Sectores Industria Creativa. fuente: Observatorio cultural.</i> | - 84 - |
| | |
| <i>Imagen interpretativa 1: Irrupción de las plataformas de streaming en Chile. Autoría propia del grupo</i> | - 40 - |
| <i>Imagen interpretativa 2: Factores del confinamiento social en Chile pandemia Covid-19. Autoría propia del grupo</i> | - 46 - |
| <i>Imagen interpretativa 3: Primeras producciones audiovisuales chilenas en los catálogos de contenidos de las dos principales plataformas de streaming. - Autoría propia del grupo</i> | - 54 - |
| | |
| <i>Infografía 1: Cronología del Derecho de la propiedad intelectual en Chile, Fuente BCN.CL Autoría propia del Grupo</i> | - 22 - |
| <i>Infografía 2 Posicionamiento de las plataformas y penetración por edades. Autoría propia del grupo.</i> | - 44 - |
| <i>Infografía 3: Reseña histórica de producciones audiovisuales chilenas desde el 2017 hasta el primer semestre 2021</i> | - 58 - |
| | |
| <i>Gráfico 1: Usuarios de Internet se conecta a través de smartphone fuente: Internet Media Service</i> | - 37 - |
| <i>Gráfico 2: Fuente SUBTEL 2017</i> | - 38 - |
| | - 123 - |

Gráfico 3: Análisis propio del grupo. fuentes: Latercera.com, Emol, Farewayer.com, Cinechile _____ - 57 -