



RADIOGRAFÍA DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL

EN LA PRIMERA DÉCADA DEL SIGLO XXI

La investigación *Estado actual de la distribución y comercialización del documental chileno*, realizada por ChileDoc, entrega información hasta ahora desconocida sobre los caminos que recorre el documental chileno, a partir de 135 títulos, en su mayoría largometrajes, estrenados entre 2000 y 2010.

Por Pachi Bustos
Gráficos Mariano Xerez

El documental chileno es un género consolidado en la cinematografía nacional. Su producción crece cada año, se destaca en festivales alrededor del mundo, y su valor artístico cada vez es más apreciado dentro y fuera del país.

El interés por la realización documental se ha renovado de generación en generación. Es un cine con identidad, tradición y referentes importantes. Desde los años 50 acompañó movimientos y transformaciones sociales. Sobrevivió en dictadura, fue prolífico en el exilio y pilar de la memoria histórica en los '90. A partir del 2000 se ha multiplicado en realizadores, estilos y temáticas.

Sin embargo, no pasa lo mismo con la distribución de estos trabajos. Los espacios de exhibición para el documental son escasos y los espectadores reducidos. Según consta

en el **II Panorama del audiovisual chileno**, publicado por el programa **Acción Audiovisual** de la **Universidad Católica de Chile**, el 2011 los espectadores de documentales chilenos sumaron apenas 23.843, incluyendo salas comerciales y de cine arte. Menos de 500 personas a la semana. El mismo año, la televisión abierta emitió 14 títulos, poco más de uno al mes.

El estudio **Estado actual de la distribución y comercialización del documental chileno 2000–2010**, efectuado por ChileDoc con apoyo del **Fondo de Fomento Audiovisual** del **Consejo Nacional de la Cultura y las Artes**, se propuso diagnosticar estos aspectos, en busca de información más precisa que ayudara a generar iniciativas y propuestas tendientes a transformar este escenario.

UN CAMINO SOLITARIO

La primera certeza es que no se conocen los caminos que recorre el documental chileno desde la producción a la distribución. Hasta ahora la información es vaga y no está sistematizada, por lo mismo es difícil encontrar datos exactos sobre cómo se financia, dónde se estrena o a cuántos espectadores convoca. La mayoría intenta un circuito de festivales, pero a cuáles asiste, qué ventas logra y a qué precios, es algo que sólo su producción conoce. Sin información es difícil aprender de otras experiencias. La distribución es una etapa que se transita en solitario.

Esa zona gris es la que busca esclarecer el estudio de ChileDoc. Para la investigación se seleccionaron 135 documentales chilenos, la mayoría sobre 50 minutos, estrenados entre 2000 y 2010.

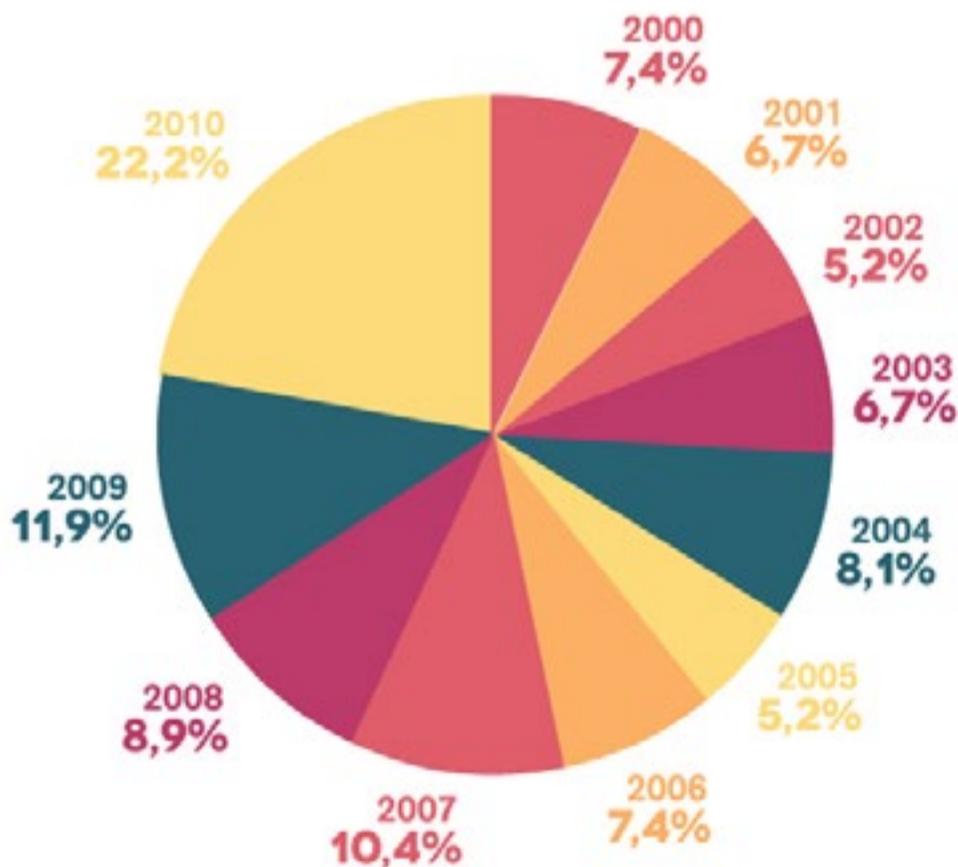
Cabe señalar que para el mismo período, [Cinechile](#), enciclopedia del cine chileno en Internet, registra casi 500 títulos, entre los trabajos realizados por profesionales y estudiantes, de cortos a largometrajes. En este sentido, la selección de ChileDoc no es un catastro definitivo de todas las obras estrenadas en la década, sino una muestra

elaborada a partir de diversas fuentes como el propio Cinechile, el inventario de la Asociación de Documentalistas de Chile (ADOC), los catálogos impresos del [Festival Internacional de Documentales de Santiago](#) (FIDOCS) y la programación de siete festivales chilenos durante el período estudiado: el [Santiago Festival Internacional de Cine](#) (SANFIC), el [Festival Internacional de Cine de Valdivia](#) (FICV), el [Festival Internacional de Cine Documental Musical IN-EDIT](#), el [Festival de Cine Documental de Chillán ChileReality](#), el [Festival de Cine Documental de Puerto Varas SurDocs](#), y los festivales de cine de Valparaíso y [Viña del Mar](#).

La información del estudio se obtuvo aplicando una encuesta, presencial o virtual, a los directores o productores ejecutivos de las películas. A través de 40 preguntas, se buscó conocer su experiencia en términos de producción, costo y financiamiento de sus obras. En cuanto a la distribución, se indagó la presencia en salas y festivales, ventas en distintas ventanas, coproducciones, asistencia a mercados, premios y utilidades. Aquí se presentan algunos de los principales resultados.

NUESTRO DOCUMENTAL EN CIFRAS

El estudio de ChileDoc reflejó un importante crecimiento de la producción de documentales durante la década estudiada. Mientras el 2000 se estrenaron diez películas, el 2010 la cifra se triplicó, llegando a los 30 estrenos en salas, festivales o muestras. Como muestra el gráfico 1, el 60% de ellos se realizó en la segunda mitad del período estudiado.



Línea de Tiempo

NÚMERO DE PELÍCULAS POR AÑO INCLUIDAS EN EL ESTUDIO

***135.**
PELÍCULAS

Gráfico 1

La mayor presencia en festivales, los premios y buenas críticas que recibieron muchos documentales chilenos hablan del crecimiento del género, pero también de su profesionalización. Se trata de obras cada vez más completas, que han fortalecido su narrativa y construcción audiovisual. Los recursos invertidos, su nivel de producción y el tiempo que tarda la realización de las películas, sin duda han influido en esto.

El estudio mostró que el tiempo promedio de producción de un documental es de tres años. Como se aprecia en el gráfico 2, de

las 135 películas catastradas, el 68% tardó tres años o menos en realizarse. Siguiendo esta tendencia es posible proyectar que siete de cada diez documentales que se inicien este año se estrenarán el 2017.

Los largos tiempos de producción podrían reflejar la madurez que requiere una obra, sin embargo, también expresan lo poco sustentable del quehacer documental. La extensión del proceso torna difícil su financiamiento y afecta negativamente el desarrollo de una industria, por su falta de continuidad.

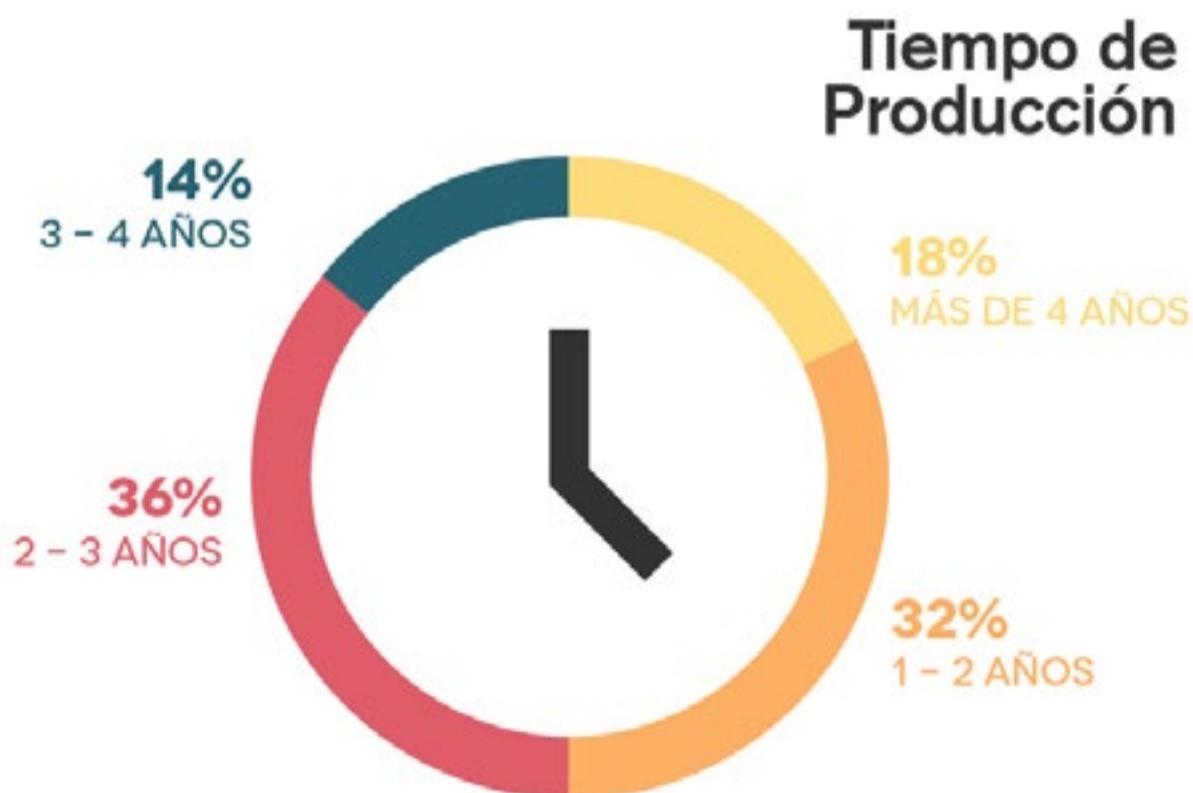


Gráfico 2

MAYOR INVERSIÓN

Durante el período estudiado se desarrollaron simultáneamente proyectos de menor y mayor inversión. Sin embargo, los datos indicaron que los costos por documental se incrementaron entre el 2000 y 2010. Mientras a comienzos de la década el promedio por película fue alrededor de 30 millones de pesos, durante los últimos años éste bordeó los 48 millones.

AÑO	CANTIDAD	COSTO DE PRODUCCIÓN (Millones de pesos chilenos*)	COSTO PROMEDIO POR DOCUMENTAL (Millones de pesos chilenos*)
2000	9	282.500	31.388,9
2001	8	249.500	31.187,5
2002	7	198.371	28.338,7
2003	9	238.000	26.444,4
2004	11	337.608	30.691,6
2005	7	127.200	18.171,4
2006	10	539.100	53.910,0
2007	14	712.120	50.865,7
2008	12	782.640	65.220,0
2009	13	395.048	30.388,3
2010	27	1.288.885	47.736,5

Tabla 1

* Al 30 de julio 2014, el valor de un dólar estadounidense equivale a 572 pesos chilenos.

El 80% de los documentales estudiados obtuvo algún tipo de financiamiento para sus etapas de desarrollo, producción o postproducción. Entre ellos destacan los fondos públicos nacionales -**Corporación de Fomento** (CORFO), Fondo de Fomento Audiovisual del CNCA, y **Consejo Nacional de Televisión** (CNTV)- cuyos aportes fueron recibidos por el 53% de las películas catastradas.



Gráfico 3

Otra fuente de financiamiento muy importante para los documentales estudiados fue el aporte propio. El 83,7% de los encuestados dijo haber contribuido al financiamiento de sus películas con trabajo, equipos y/o dinero en efectivo. El monto de sus aportes osciló entre los 400 mil y los 42 millones de pesos. El 18% de los documentales de la muestra, correspondiente a 25 obras, fue financiado exclusivamente con recursos personales.

Financiamiento

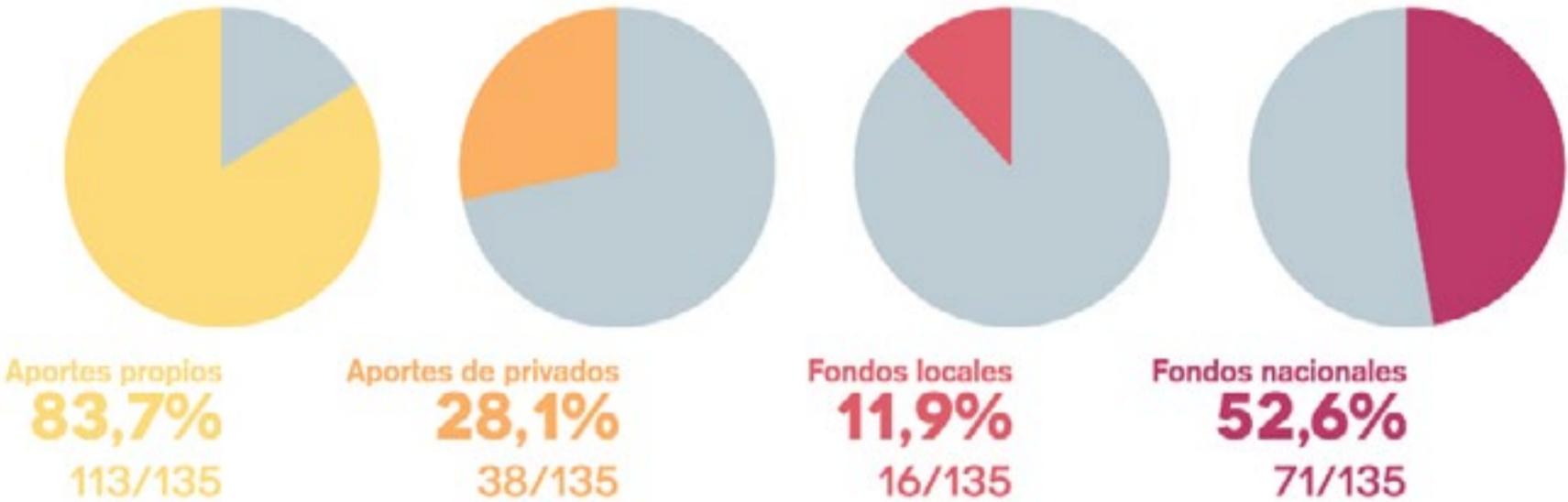


Gráfico 4

Con menor incidencia en la muestra y montos menos significativos, los encuestados también mencionaron diversas instituciones de las cuales recibieron aportes económicos para financiar sus películas. Entre ellas destacaron empresas privadas, canales de televisión, universidades, productoras, empresas mineras, reparticiones públicas, embajadas, fundaciones (Ford, Andes, América, Ford a través de Sundance, y Para Superación de la Pobreza) y fondos internacionales (Jan Vrijman, Visions SudEst). El gráfico 5 refleja la incidencia, según la muestra, de estos aportes al documental chileno entre 2000 y 2010.

Fuentes de Financiamiento

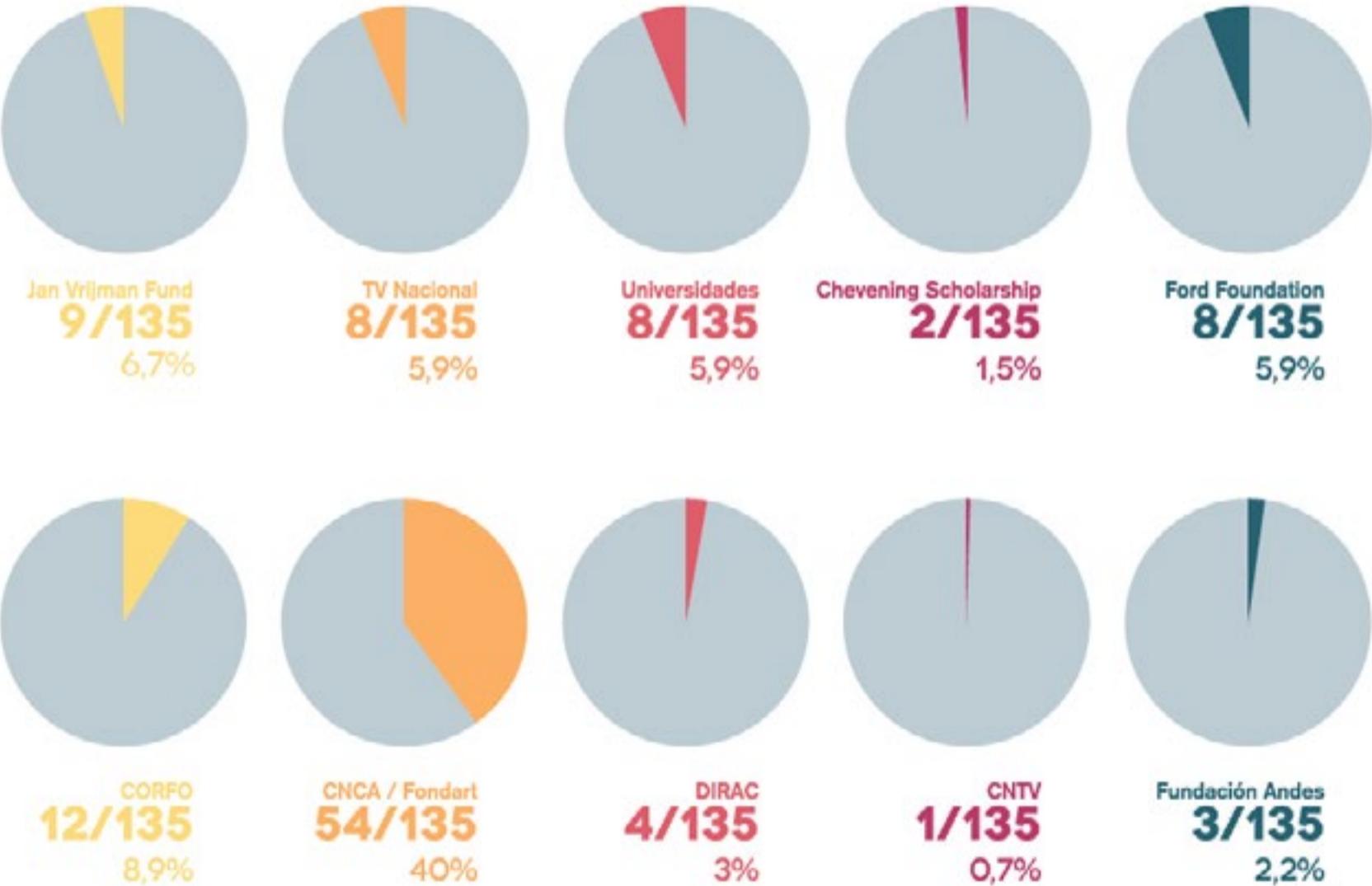


Gráfico 5

COSTOS POR DOCUMENTAL

El costo promedio por documental en el período estudiado fue de 40 millones de pesos chilenos. Sin embargo, como se observa en el gráfico 6, el 49,6% de las películas costaron hasta 20 millones de pesos chilenos. Un dato interesante, pues refleja que la mitad de los documentales estudiados se realizó con un bajísimo presupuesto, en comparación con los costos actuales, que han ido incrementándose.

Costos

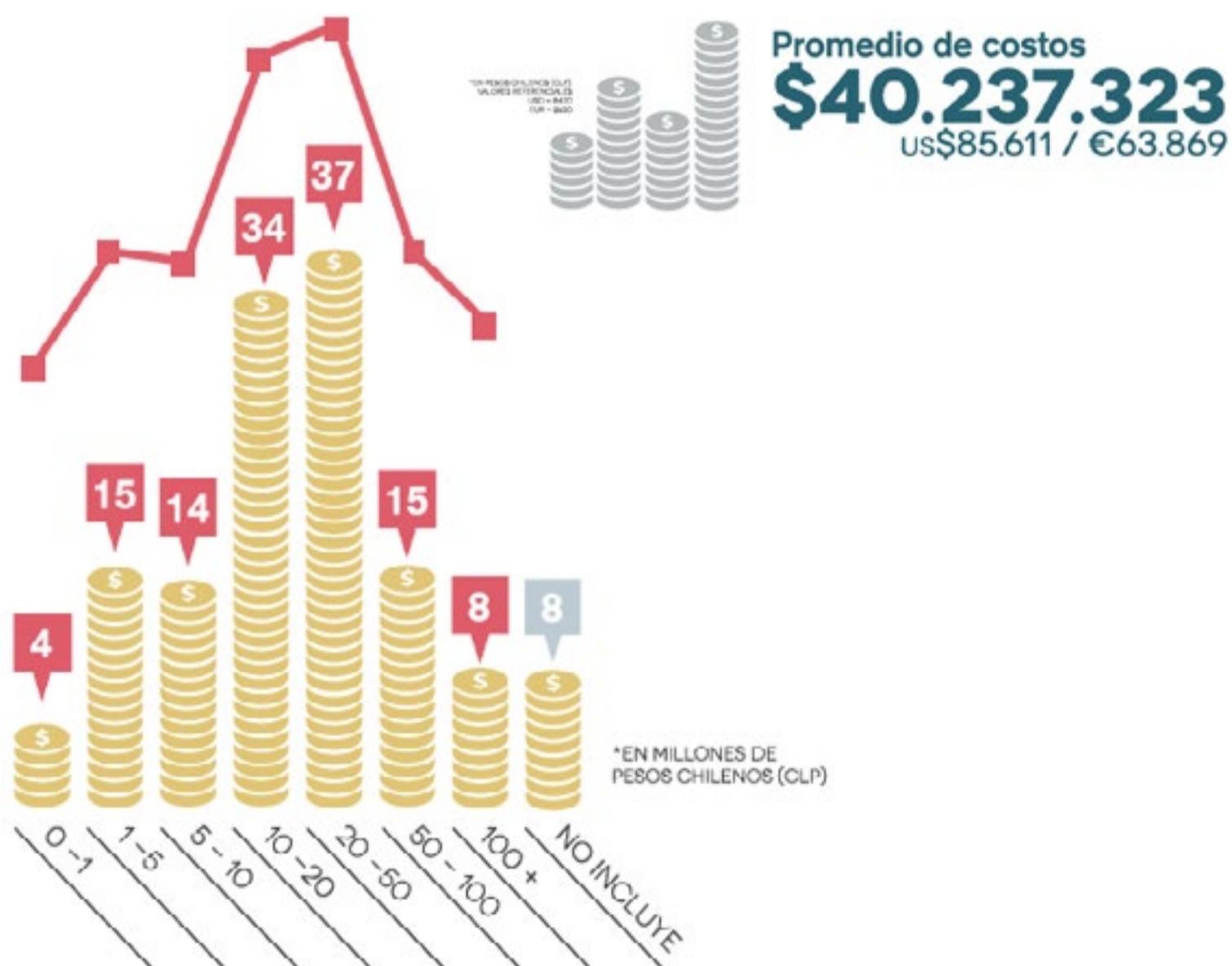


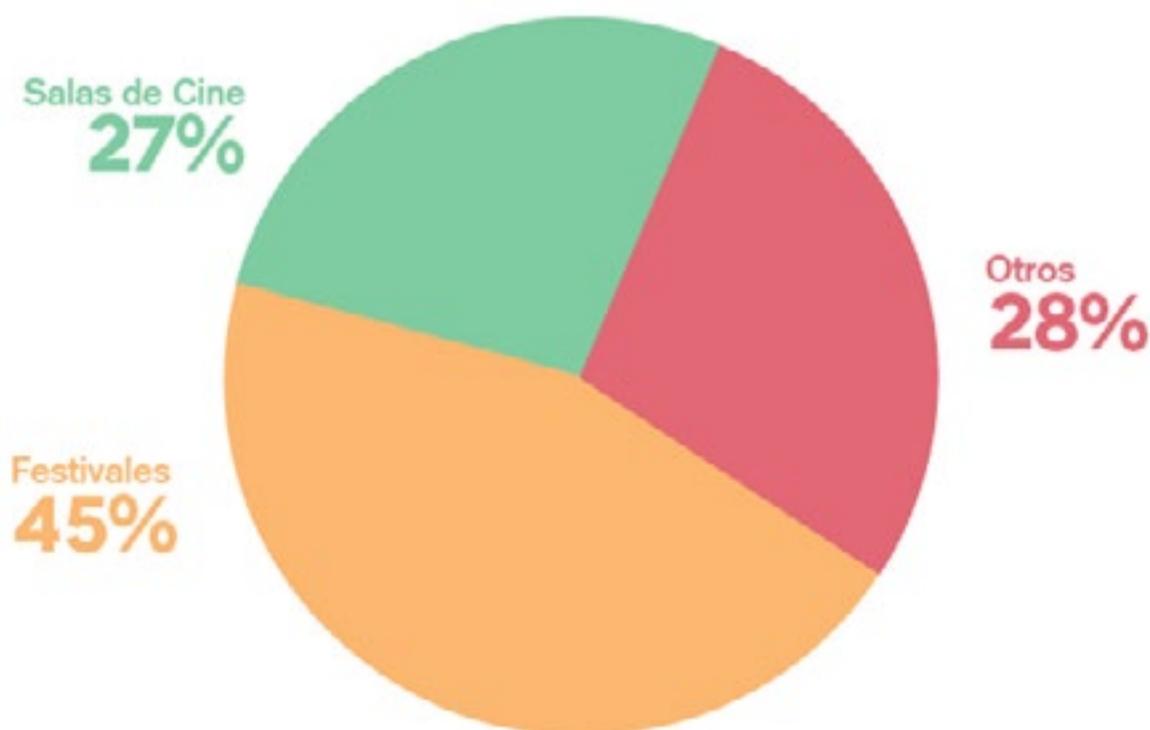
Gráfico 6

LA CONSOLIDACIÓN DE LOS FESTIVALES

La falta de espectadores y espacios para exhibición de documentales fueron los principales problemas que enfrentaron los realizadores chilenos. Si bien existe y se ha consolidado un circuito de distribución, sus alcances son todavía reducidos. Festivales, salas de cine, televisión y dvds son las ventanas tradicionales, pero su impacto aún es bajo.

El 98% de las películas producidas entre 2000 y 2010 fueron estrenadas. Un 95% lo hizo en Chile y casi un 70% estrenó también en el extranjero. Los festivales fueron el espacio preferido por los directores para exhibir por vez primera sus obras: un 45% estrenó en festivales versus un 27% que eligió salas de cine arte o comerciales, y un 28% que exhibió en otros espacios como universidades, museos o teatros.

Estrenos de documentales en Chile

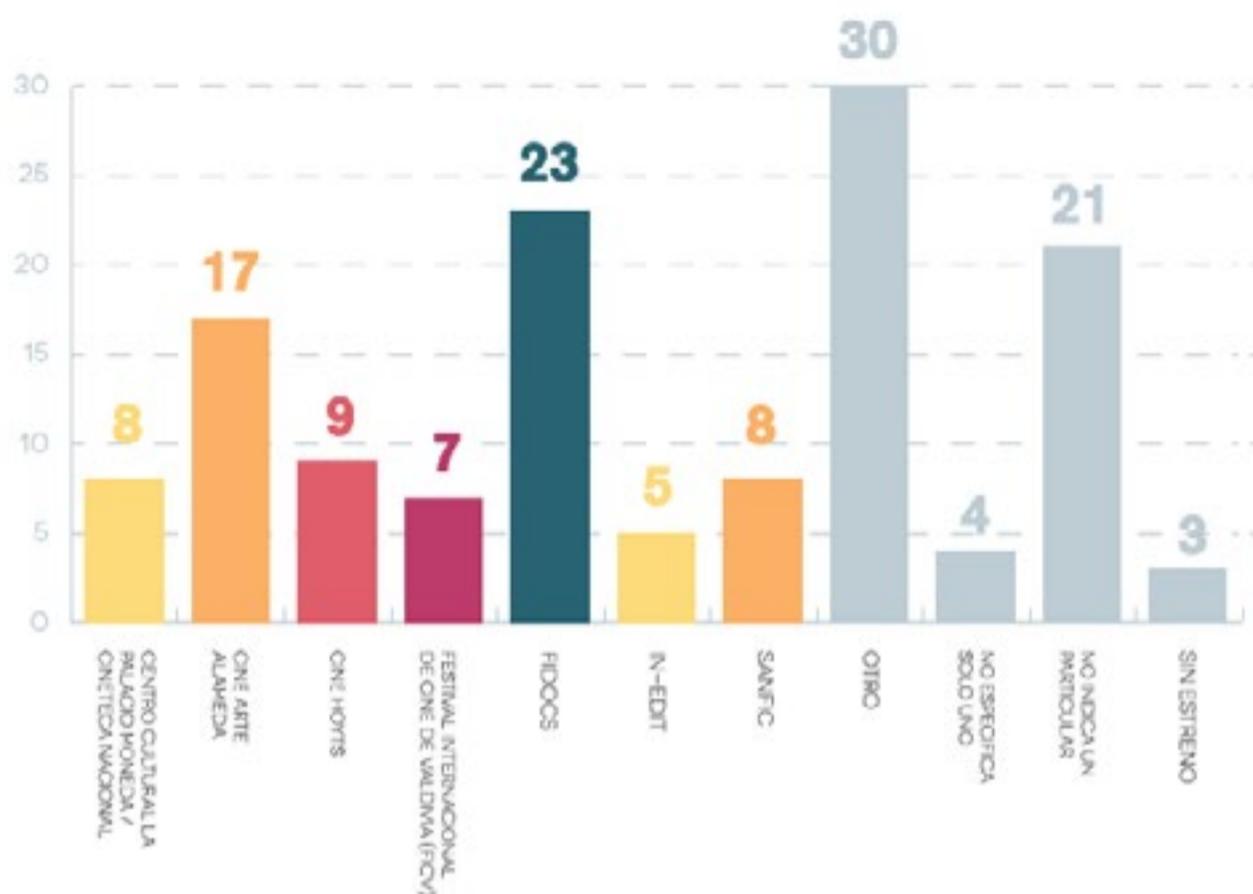


El Festival Internacional de Documentales de Santiago (FIDOCS), que ya cuenta con 16 ediciones, fue el que más estrenos concentró, seguido del Santiago Festival Internacional de Cine (SANFIC), el Festival Internacional de Cine de Valdivia (FICV), y el Festival Internacional de Cine y Documental Musical de Chile (IN-EDIT).

- El Festival Internacional de Documentales de Santiago –FIDOCS– se ha consolidado como el espacio preferido por los documentalistas para estrenar sus películas. Gentileza FIDOCS.



Lugar del estreno nacional



*135.
PELÍCULAS

Gráfico 8

PRESENCIA EN SALAS

Según los datos de la encuesta, tras el estreno, un 48% de las películas producidas en el período estuvo en salas de cine, porcentaje que corresponde a 63 documentales. El **Centro Arte Alameda**, con 34 películas; **Cine Hoyts**, con 22 menciones; y la **Cineteca Nacional** del Centro Cultural Palacio de La Moneda, con 11 obras; fueron los espacios más nombrados por los encuestados.



Del total de películas con presencia en salas, sólo 43 informaron sus espectadores: 296.000 personas en total, durante todo el período estudiado (2000 a 2010). Sin embargo, esta cifra puede resultar engañosa si se considera que 119.037 –el 40%– corresponden al público de *Ojos rojos*, caso único en la historia del documental chileno.

Cabe precisar que esta información, proporcionada por las productoras o directores de las obras, es aproximada y difícil de confirmar. La mayoría de las salas donde se exhiben documentales no está registrada en la Cámara de Exhibidores de Multisalas y en el caso de Cine Hoyts, muchas películas se presentaron en el contexto de una muestra o ciclo de documentales. Con todo, es una referencia interesante.

- Documental *Ojos rojos*, de J.I.Sabatini, I.Larraín, J.P. Sallato. Gentileza Productora Villano.



TELEVISIÓN Y DVD

La mitad de los documentales producidos entre 2000 y 2010 fueron exhibidos por canales de televisión, nacionales o internacionales. En este período la televisión chilena compró 50 documentales y 27 fueron adquiridos por canales extranjeros.

Ventas para televisión

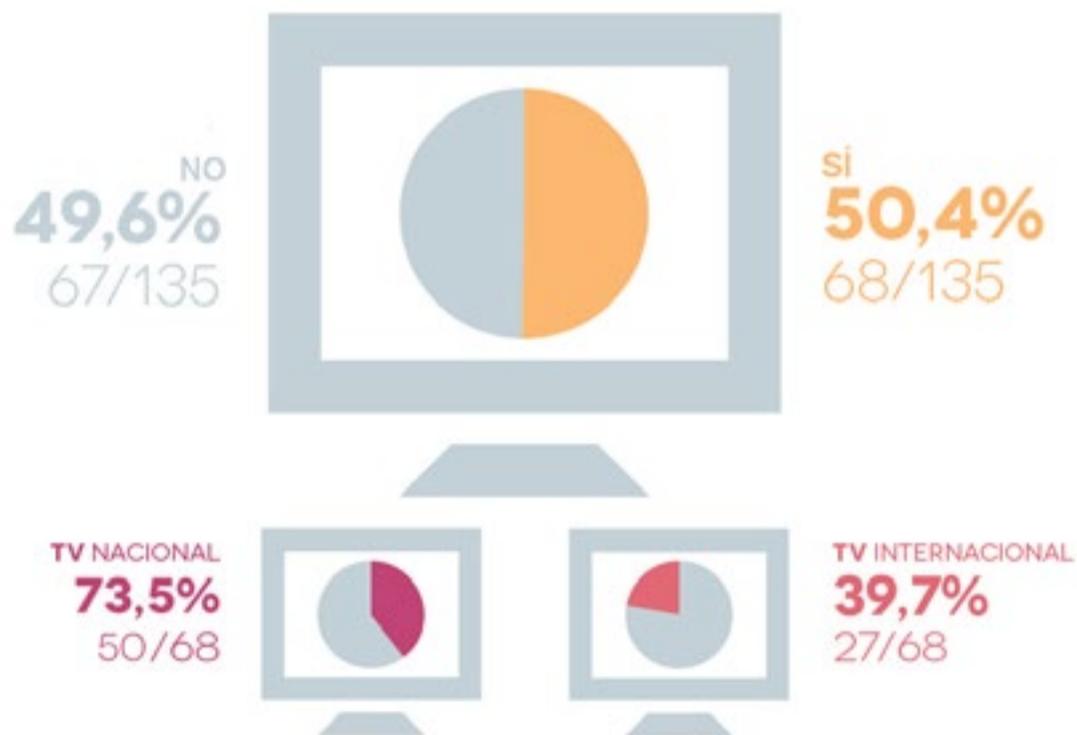


Gráfico 9

50 documentales en 10 años -casi todos adquiridos- con apenas tres coproducciones, confirman una severa cifra: la televisión local emite, en promedio, apenas cinco documentales chilenos al año. Menos de 10 horas anuales.

El 0,001 del tiempo de transmisión de cualquier canal de televisión. De todos, Televisión Nacional de Chile (TVN) es donde los documentales tuvieron mayor presencia, como se aprecia en el gráfico 10.

Canales Nacionales

DEL TOTAL DE 50 OBRAS CON VENTAS A CANALES NACIONALES DE TV

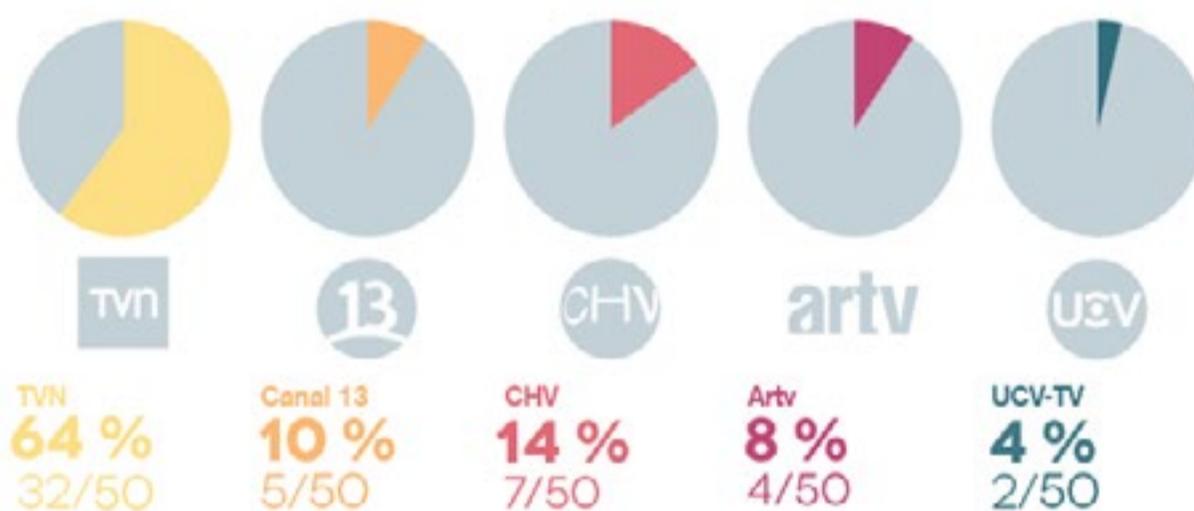


Gráfico 10

El 40% de las películas estrenadas en el período tuvo ventas en DVD, que ascienden a 147.000 ejemplares. En esta cifra hay fenómenos asociados al fútbol: *Ojos rojos* con 32.000 copias vendidas, y *Sabor a victoria* con 15.000. Aunque estos casos

disparan excepcionalmente los números, las ventas por concepto de DVD son una cifra importante y un interesante nicho a explorar para la distribución del documental chileno.

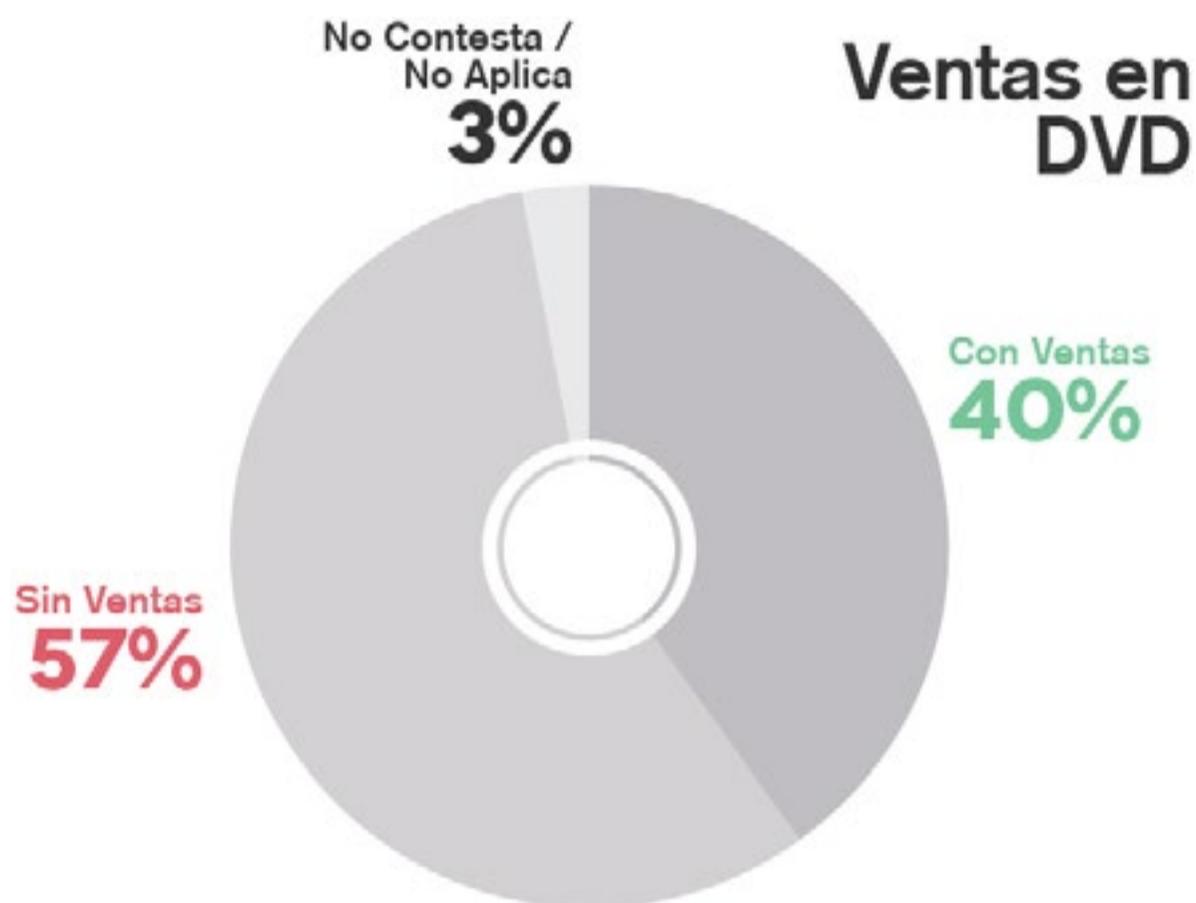


Gráfico 11

Los puntos de venta fueron diversos, pero se repiten espacios como los periódicos *The Clinic* y *Le Monde Diplomatique*, la Cineteca Nacional, las extintas cadenas de venta y arriendo de películas Blockbuster y Bazuca, las tiendas Feria del disco y *Alerce*, librerías especializadas y, en muchos casos, ventas personales. Sólo el DVD de *Ojos Rojos* fue distribuido por una multitienda: Almacenes Paris.

PRESENCIA INTERNACIONAL

A nivel internacional la mayor presencia de documentales chilenos fue a través de festivales. Sólo tres películas hicieron su estreno en salas y cinco en canales de televisión. El resto –o sea 84- se estrenaron en una extensa lista de festivales de todo el mundo. Los que más se repitieron fueron el **Festival Internacional de Documentales de Ámsterdam, IDFA** con diez títulos, y el **Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano de La Habana** con siete;

ambos festivales importantes, pero donde la presencia chilena no fue relevante en términos cuantitativos si se considera que hay menos de un filme nacional al año como promedio.

El resto de los festivales fueron de distinto nivel, pero se cuentan por decenas. En ellos se estrenaron casi 70 documentales chilenos entre 2000 y 2010.

DISEÑO DE LA DISTRIBUCIÓN, UNA TAREA PENDIENTE

Hoy está bastante instalada la necesidad de contar con un plan de distribución desde el inicio de cualquier proyecto documental. En la década pasada, la mayoría de los realizadores no pensaba así. Por desconocimiento u otras demandas de la producción el 78% de las películas

catastradas, inició su distribución durante la post producción (24,4%) o una vez finalizada la obra (53,3%). Sólo un 6,7% de los documentales la consideraron desde la etapa de desarrollo y el 14%, correspondiente a 20 documentales, nunca llegó a distribuirse.

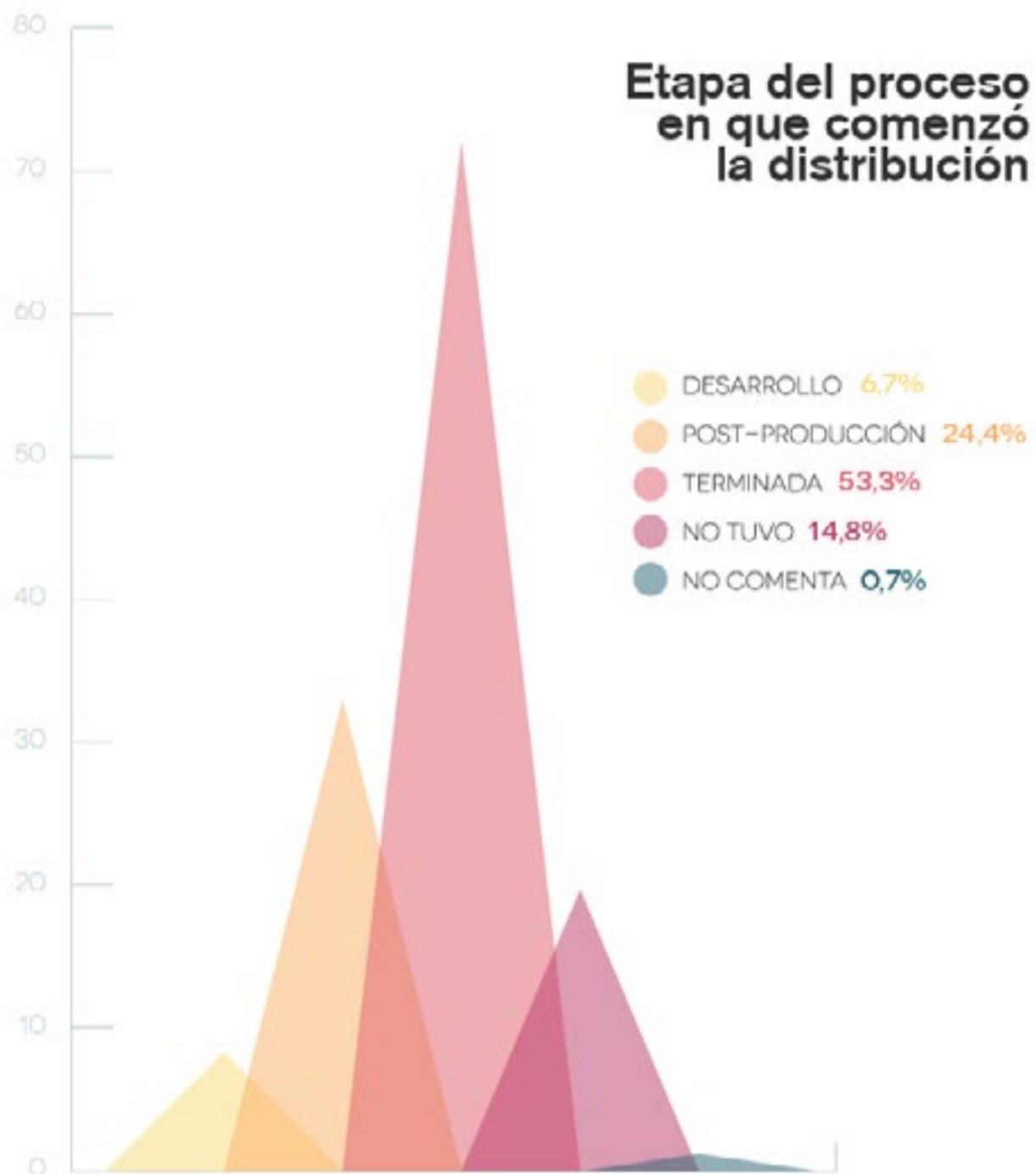


Gráfico 12

Los datos confirman que la inmensa mayoría pensó dónde mostrar o cómo vender, recién al finalizar la película. Es posible que ésta sea -entre otras- una de las razones por las cuales el documental chileno no ha logrado un mejor posicionamiento.

La investigación de ChileDoc muestra que en el período estudiado los aportes propios fueron una fuente importante de financiamiento de la distribución de documentales: el 78% de quienes distribuyeron aportó recursos propios a este proceso.

Entre 2000 y 2010 los fondos para la distribución eran inferiores a los que hoy existen. El 54,8% de quienes distribuyeron sus películas señaló no haber recibido apoyo para este proceso.

Quienes sí recibieron ayuda financiera en esta etapa indicaron, en primer lugar, a los

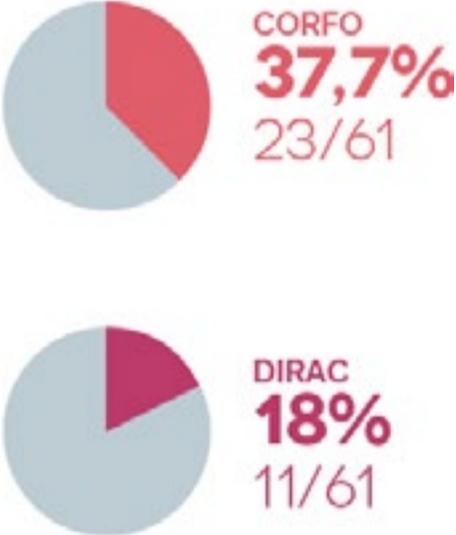
fondos públicos y luego a los privados, como los principales apoyos a su distribución.

Desde los fondos públicos los recursos más frecuentes para el apoyo a la distribución fueron los de CORFO y DIRAC. El 37,7% de los documentales de la muestra recibió apoyo de CORFO, a través de sus programas de Distribución Audiovisual o de PROFO, programas asociativos entre tres empresas para materializar un negocio. En el caso de DIRAC, el 18% de las películas reconoció su apoyo a través de la organización de muestras internacionales, subtítulo de películas y envíos por valija diplomática a diversos festivales.

Apoyo de Distribución



Fuente de Distribución



MERCADOS INTERNACIONALES

Los mercados de documentales son espacios cada vez más consolidados en el concierto mundial. Para Chile, sin embargo, entre 2000 y 2010 no fueron instancias significativas en la distribución de películas. Sólo el 28% de los encuestados dijo haber participado en mercados o foros internacionales. De ellos, el 20% obtuvo resultados concretos.

Pese a los pobres resultados y a la reconocida falta de experiencia para participar en estos espacios, la mayoría evaluó positivamente su participación. Si bien sólo siete de 39 asistentes obtuvo ventas, la mayoría ganó visibilidad para sus películas y contactos para participar en festivales.



▪ *El edificio de los chilenos.* Gentileza de Macarena Aguiló

Entre los mercados a los que han asistido, directores y productores enumeraron hasta 27 instancias en 12 países distintos. De todos ellos los que más se repitieron fueron **Docs for sale** de IDFA (13 menciones), **Mercadoc del Festival de Málaga**, cuya última versión fue el 2009 (6 menciones), **Doc Meeting** de Buenos Aires (5 menciones), **Mercado de Cine Iberoamericano del Festival Internacional de Cine de Guadalajara** (4 menciones), **Ventana Sur** de Buenos Aires (4 menciones), mercado creado por el **Instituto del Cine y las Artes Audiovisuales (INCAA)** y **Marché du Film** del Festival de Cannes.

Cabe señalar que, con posterioridad al período estudiado, la presencia de documentales chilenos en mercados internacionales ha aumentado. La participación de productores y realizadores en encuentros de coproducción o sesiones de pitching internacionales como las de IDFA; Hot Docs, Dok Leipzig, DocMontevideo o Visions du Réel, es cada vez más frecuente y relevante.



▪ *Actores secundarios.*
Gentileza de Pachi Bustos.

COPRODUCCIÓN EN CIERNES

La coproducción es poco frecuente en el documental chileno y particularmente marginal en los años estudiados. De 135 películas, sólo 34 llegaron a esta colaboración durante el desarrollo del proyecto. La mayoría, es decir tres de cada cuatro películas, no tuvo coproducción.

Quienes realizaron coproducciones -23 documentales- lo hicieron a través de una variada colaboración artística y/o de producción: desde recursos técnicos y humanos, pasando por servicios de montaje, asesorías académicas, difusión, préstamo de archivos, alojamiento y colaboración económica.

Ocho películas establecieron cooperaciones económicas con países con los que hay acuerdos de coproducción bilateral vigentes, y cinco con países con los que no hay acuerdos de este tipo. Entre los documentales catastrados, la mayoría coprodujo con Francia.

NUEVOS ROLES PARA LA DISTRIBUCIÓN DEL DOCUMENTAL

La profesionalización del documental ha ido fortaleciendo ciertos roles en la realización audiovisual. El productor ejecutivo es uno de ellos, presente en el 54% de los documentales catastrados, y evaluado satisfactoriamente con nota 5,4 en escala de 1 a 7. Se destacó su figura como un aporte a la producción pero, al mismo tiempo, se reconoció la falta de experiencia como limitación para un mejor desempeño.

De los 115 documentales que hicieron un camino de distribución, la gran mayoría lo hizo por cuenta propia y sólo un 23% trabajó con un distribuidor. De ellos, el 60% lo hizo con uno nacional y el 40% con uno internacional. Su evaluación, sin embargo, fue baja. Aprobó apenas con un 4,3. Se criticaron los escasos resultados obtenidos pero, sobre todo, la falta de comunicación y transparencia en la información, principalmente en torno a ventas de dvds.



▪ *Noticias.*
Gentileza de Perut+Osnovikoff.

Más severa aún fue la valoración de los agentes de venta: apenas un 6%, o sea ocho películas, contrató a esta figura. A excepción de uno, todos fueron agentes de venta extranjeros que, según el estudio, reprobaron con nota 3,8 en su desempeño. Se acusó poca claridad en las ventas, falta de comunicación, información y gestiones mínimas. Sólo en dos casos se valoró la experiencia, destacando la visibilidad que su trabajo dio a las obras, algunas ventas para televisión y proyecciones en salas especializadas.

UN TRABAJO COLABORATIVO

El estudio *Estado actual de la distribución y comercialización del documental chileno 2000 - 2010*, plantea grandes desafíos. Los principales son trabajar creativamente en la consolidación de espacios de exhibición pero, sobre todo, en el acercamiento del documental a los espectadores. El *II Panorama del audiovisual chileno*, en este sentido, anunció buenas noticias: los títulos exhibidos en cine durante el 2011 aumentaron y los resultados de audiencia también reportaron una leve mejoría.

Según la publicación, sólo en las multisalas se exhibieron diez títulos sumando 9.614 espectadores. La misma fuente señalaba en su **primera edición** que entre los años 2007 y 2010 las multisalas exhibieron apenas 5 documentales, sumando 122.418 espectadores. Una cifra alta pero ilusoria pues, como se indicó, 119.037 entradas correspondieron a *Ojos rojos*.

El trabajo recién comienza y es de largo aliento. El crecimiento numérico del documental debe estar acompañado de algo que ya se está haciendo: fortalecer la calidad de las películas para cambiar la visión que muchos espectadores tienen del documental como un género más bien informativo y a veces “aburrido”. Es fundamental superar este prejuicio y posicionar a los documentales como películas, con buenas historias, personajes y un alto valor cinematográfico.

Aunque esto no basta: en Chile cuesta ver documentales. Como en un círculo vicioso, la baja audiencia desanima a los dueños de salas a programarlos, por no constituir una opción rentable. Al mismo tiempo, potenciales espectadores no los ven porque no los encuentran, los horarios son poco atractivos o las películas no pasan de una semana en cartelera. En este aspecto, es fundamental consolidar el circuito ya existente, así como abrir nuevos espacios y lograr que el cine de no ficción llegue a todas las regiones del país.

El programa **MiraDoc**, promovido por ChileDoc con financiamiento del Fondo de Fomento Audiovisual, se planteó justamente este desafío: estrenar comercialmente, una vez al mes entre abril y noviembre, un documental chileno reciente a lo largo del país.

El programa se inició el 2013 con el estreno de ocho películas en ocho ciudades y 11 salas, asegurando la exhibición de cada documental al menos durante dos semanas, y la visita del director o productor a cada lugar para conversar con el público después de una función. El 2014, MiraDoc creció a 11 ciudades y 16 salas. Bajo el lema “Estrenamos los mejores documentales chilenos en TU ciudad” y gracias a una programación estable, ha logrado incrementar su público en todas las salas, estreno a estreno.

Adicionalmente, es necesario multiplicar y fortalecer redes dentro América Latina, como en el resto del mundo. Aquí, el aporte de **ChileDoc** también ha sido valioso. Con tres años de existencia se ha consolidado como plataforma para potenciar la distribución y comercialización del documental local, trabajando en

la difusión masiva de contenidos y alternativas de financiamiento, facilitando relaciones directas entre productores locales y distribuidores, agentes de venta, representantes de fondos y festivales extranjeros, trabajando en la formación de productores, organizando asesorías de expertos internacionales a proyectos en desarrollo y charlas abiertas a la comunidad.

Éstas y otras iniciativas están abriendo nuevos escenarios que, se espera, permitan revertir otro de los resultados arrojados por la investigación: entre 2000 y 2010 el 78% de las películas estudiadas no tuvo utilidades, y al 77% nunca se le cancelaron honorarios por su participación en festivales o muestras. Todo indica que estas cifras están cambiando, aunque estamos lejos de un desarrollo comercial óptimo. Si bien el 2012 fue un buen año para la producción local, el 2013 aún está lleno de desafíos.

Descarga completo en PDF el estudio **Estado actual de la distribución y comercialización del documental chileno 2000–2010**.