

Documental dirigido por Maite Alberdi, que compete por el Oscar, el 25 de abril

# Con fondos de Chile, Estados Unidos, Alemania, Holanda y España: CÓMO SE FINANCIÓ “EL AGENTE TOPO”

Además de los costos de la producción, que triplicaron el promedio de una película chilena, también consiguieron recursos para financiar la millonaria campaña al Oscar. Entre ellos, además de la inversión pública, aportaron Banco de Chile, Caja Los Andes y Fundación Las Rosas. • **CONSTANZA CAPDEVILA DE LA CERDA.**

**C**ontrarreloj y de cabeza. Así está trabajando el equipo creador de “El agente topo” hace dos meses, en la campaña de difusión internacional en la carrera por ganar un Oscar. El próximo 25 de abril se llevará a cabo la premiación número 93 de la Academia, en Los Angeles, Estados Unidos, ceremonia en la que la producción chilena compete en la categoría Mejor Documental.

Dirigido por Maite Alberdi y producido por Marcela Santibáñez, esta realización chilena contó con fondos de Corfo, del Consejo Nacional de Televisión y del Fondo de la Cultura, pero también consiguió levantar financiamiento internacional.

“Primero fue Estados Unidos, con IPBS, la cadena de televisión pública, que aportó el 19% del financiamiento, el más importante después de Chile. Luego se sumó Alemania, con una preventa al canal público SWR, y siguió Holanda, a través de un fondo del IDFA Bertha Fund, que entrega apoyo a las coproducciones europeas con países del tercer mundo. Por último, entraron los co-

productores de España, que han sido *partners* en todo el proceso creativo de montaje”, detalla Marcela Santibáñez, productora general.

La trama narra las vivencias del octogenario viudo Sergio Chamy, que es contratado por un detective privado para ingresar a una residencia de adultos mayores e investigar un presunto caso de maltrato, en una pieza que muestra la realidad que viven los ancianos en Chile cuando sufren abandono.

“¿Cuánto costó hacer “El agente topo”? “Es un presupuesto que no está cerrado todavía. Esta película es como un ser vivo y mucha de la posproducción la hicimos fuera de Chile. Por ejemplo, la musicalización fue en Holanda y eso sube mucho los costos”, explica Santibáñez, quien a modo de referencia indica: “Si en general una película chilena se financia con \$350 millones, a nosotros nos costó el triple”.

La directora de Market Chile —empresa que distribuye el 95% de los filmes chilenos—, Alexandra Galvis, califica como brillante la estrategia de financiamiento de “El agente topo”. “Las creadoras elaboraron una película exportable y lograron algo excepcional: tomar el financiamiento local, que te otorga una credencial, y salir a buscar recursos internacionales”, destaca.

A juicio del presidente de la Academia de Cine de Chile, Giancarlo Nisa, en el país es muy difícil recaudar fondos locales para películas que buscan proyección internacional. El también productor y cineasta advierte con preocupación que en Chile aún no se haya tomado conciencia de que el cine es un



Imagen de la película chilena “El agente topo”.

El proceso de postulación al Oscar de “El agente topo”, con todas sus etapas, ha implicado un costo de US\$ 250 mil.



Maite Alberdi, directora de la película.



Marcela Santibáñez, productora general.



Giancarlo Nasi, presidente de la Academia de Cine de Chile.



Alexandra Galvis, directora de Market Chile.

motor económico, que crea empleos y atrae inversión y recursos.

“Además, tenemos las mejores locaciones del mundo; “El Señor de los Anillos” se podría haber hecho perfectamente en Chile; tenemos buenos profesionales, pero no existen los incentivos tributarios para atraer producciones internacionales, y si el Estado chileno no logra capitalizar los buenos resultados y las ventajas que aquí existen, se lo van a farrrear”, sentencia Nisa.

## La millonaria maratón por el Oscar

La trayectoria de “El agente topo” ha sido meteórica. En enero de 2020 se estrenó en el Festival de Sundance, Estados Unidos, pero

la pandemia obligó a elaborar una nueva estrategia. En agosto se lanzó al mercado chileno a través de plataformas como Cining. En diciembre, la Academia Chilena de Cine la escogió como la representante ante los Oscar y también la abanderada en los premios Goya. El 19 de febrero debutó en Netflix Latinoamérica y este viernes se cerró el contrato con TVN para ser exhibida por las pantallas del canal estatal en el país.

Asimismo, precisa Alexandra Galvis, de Market Chile, “El agente topo” ya se ha estrenado en España, Alemania, Holanda y Reino Unido, y próximamente será el turno de México, Australia, Escandinavia, China, Bélgica, Israel, Luxemburgo, Japón y Francia.

En la carrera por la estatuilla dorada hay una serie de etapas que es necesario financiar y que suman más costos y recursos que la producción en sí. Marcela Santibáñez aclara que el diseño de la campaña para el Oscar fue realizado por Micromundo, la productora de Alberdi, y es coejecutada con la Academia de Cine de Chile.

“Del total, Micromundo aportó con el 41% de los recursos; en su mayoría, capital extranjero de socios exhibidores y distribuidores de Estados Unidos y Alemania”, clarifica la productora.

Por su parte, la Academia de Cine de Chile se encarga de canalizar y ejecutar todos los aportes públicos y encontrar otros apoyos públicos y privados, que sumaron el 37% del financiamiento: el Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio; Prochile, Cinema Chile, Chile Doc y la administradora de fondos Focus.

El restante 21% fue a través de inversión privada chilena —Banco de Chile, Caja Los Andes y Fundación Las Rosas—, gestionada localmente por Market Chile.

Giancarlo Nisa, de la Academia de Cine de Chile, cuenta que entre todas las etapas al Oscar —la prenomiación, la nominación y la carrera antes de la ceremonia de premiación— en el caso de “El agente topo” sumarán US\$ 250.000, pero puntualiza: “Es un tercio de lo que gastan las grandes producciones realizadas por un estudio”.