

Fecha: 21-01-2026

Medio: La Tercera

Supl.: La Tercera

Tipo: Noticia general

Título: Susana García, directora ejecutiva de TVN, y Alfredo Alonso de Bizarro: "Este no va a ser nuestro último Olmué"

Pág.: 52

Cm2: 816,0

VPE: \$ 8.117.936

Tiraje:

78.224

Lectoría:

253.149

Favorabilidad:

No Definida



► El Festival del Huaso de Olmué es organizado por el canal público desde hace más de diez años.

Susana García, directora ejecutiva de TVN, y Alfredo Alonso de Bizarro: "Este no va a ser nuestro último Olmué"

Las cabezas tras la organización del último Festival del Huaso de Olmué realizan un balance positivo del evento. En un año marcado por una próxima nueva licitación del festival, los directores ejecutivos reflexionan sobre qué distingue al evento de otros festivales, sus complicaciones y cuáles son sus planes respecto a volver a organizar el espectáculo en un futuro.

Vicente Fontecilla

Susana García asumió la dirección ejecutiva de Televisión Nacional de Chile (TVN) en marzo de 2024, tras reestructuraciones internas. La semana pasada fue una de las figuras más involucradas en la gestión del Festival del Huaso de Olmué, organizado por el canal público desde hace más de diez años y cuya última edición finalizó el pasado domingo. Su mayor apoyo ha sido Bizarro Live Entertainment, productora internacional que se ha establecido como una de las más importantes en la organización de conciertos en el país. Su director ejecutivo, Alfredo Alonso, ha participado activamente en el festival desde hace años, aunque su productora colaboró a gran escala con TVN desde la edición de 2025.

En un diálogo con **Culto** realizado en la previa de la última jornada del evento, am-

bos reconocieron la importancia histórica del Festival del Huaso de Olmué y cómo se ha vuelto una parte fundamental no solo para Chile, sino también para TVN y Bizarro. Ahora, con el fin de la licitación y una posible nueva puja entre canales que determinará el organizador de los próximos festivales, reflexionan sobre organizar eventos de esta magnitud y cómo esto va más allá de individualidades e ingresos económicos.

¿Qué consideran que es lo más valioso de organizar el Festival del Huaso de Olmué?

Susana García: Olmué es distinto a los otros festivales. Cuando se habla del Festival del Huaso de Olmué se está evocando la identidad de Chile. No solo es un espectáculo artístico, sino que intenta promover otros valores. Por lo tanto, para nosotros, desde la televisión pública, surge una conexión natural. Por ejemplo, me acuerdo

que cuando yo era niña iba a ver la competencia folclórica. Tratamos de resaltar eso con Bizarro y la municipalidad, además de promover la música chilena en forma significativa. Eso hace que el festival sea distinto. Lo otro es lo que significa estar en Olmué. Te das cuenta de la intimidad, la conversación con quien te recibe y la gente de la zona. Están todos trabajando para el lugar, en parte por lo que significa el evento en términos de promoción de la ciudad.

Alfredo Alonso: Solo quiero agregar que es un festival con 50 años de vida. Hay que cuidarlo y mantenerlo; es parte del ADN de los festivales de nuestro país. Ojalá no se pierda esta tradición por Olmué, la televisión y la música.

Susana García: Se enciende la zona durante el festival. No solo la zona, sino la provincia. Nos ha tocado compartir con los alcaldes de toda la provincia anoché, por

ejemplo, y todos estuvieron fascinados. Entienden que el Festival de Olmué está en otro espacio, pero igual los impulsa a todos.

En línea con la experiencia que tienen tanto TVN como Bizarro en la organización del evento, ¿cuáles han sido los cambios más perceptibles en la gestión del festival que han podido notar con el paso de los años?

Alfredo Alonso: Uno va aprendiendo con los años a tratar de ir buscando que las cosas mejoren. Siempre todo es perfectible y todo es mejorable. Creo que las noches temáticas han logrado que el festival esté lleno desde la primera canción hasta la última. Son muchas horas, el calor es fuerte y durante mucho tiempo vimos que algunas personas venían al primer show o el segundo y se iban antes. Creo que el armar estas noches con alguna lógica entre el artista que abre, el del medio y el de cierre ha hecho que la gente llegue temprano y se vaya al final. Ahora, hasta las dos y tanto de la mañana el Patagual ha estado lleno. Eso ha generado que la gente que lo ve por televisión también esté cómoda, porque ve una parrilla que tiene una lógica interesante.

Alfredo Alonso: Por otro lado, el darle más espacio a los artistas chilenos e ir desde artistas consagrados como Myriam Hernández o Américo hasta un Gepe, que vino a hacer algo distinto con raíces más folclóricas, ayuda mucho a que el ecosistema funcione. Ya nos había pasado el año pasado cuando trajimos a artistas como Saiko, por ejemplo; nadie se imaginaba a Saiko tocando en el Festival de Olmué. También ayuda poner oberturas folclóricas todos los días y trabajar con artistas como Entremares, que en otros festivales quizás no tendrían tanto espacio.

Susana García: Nosotros produjimos en forma completa el festival por muchos años y también, a propósito de la crisis de los medios y la televisión en el mundo, cada uno empezó a tomar expertises distintas. Bizarro ha profundizado muchísimo en lo que ha sido promover y traer artistas en este periodo. Siento que lo que pasó fue que cada parte de esta sociedad Municipalidad-Bizarro-TVN puso lo mejor de sí en el desarrollo y evolución de lo que han sido estos 10 años. Nosotros soltamos la producción artística porque consideramos que hay un experto mejor para hacerla, por lo que nos enfocamos en lo que creemos que hacemos bien. Ahí también ha habido una evolución interesante en cómo, en el mundo de los medios, cada uno tiene que mutar al espacio donde se pueda aportar mejor y haya mayor desarrollo y conveniencia económica. Pasteleo a tus pasteles, digamos.

¿Cuáles son las principales complicaciones que trae consigo organizar un festival de esta magnitud?

Susana García: Es difícil responder esa pregunta porque, cuando estás haciendo una producción de este tamaño o una

Fecha: 21-01-2026

Medio: La Tercera

Supl.: La Tercera

Tipo: Noticia general

Título: **Susana García, directora ejecutiva de TVN, y Alfredo Alonso de Bizarro: "Este no va a ser nuestro último Olmué"**

Pág. : 53

Cm2: 827,2

VPE: \$ 8.230.073

Tiraje:

78.224

Lectoría:

253.149

Favorabilidad:

No Definida

LT CULTO

transmisión televisada, siempre estás en un mundo complicado. Todo tiene que funcionar perfecto, tiene que haber una coordinación tremenda entre los equipos y hay que estar atentos a millones de situaciones que pueden pasar. Yo diría que la complicación es tener el producto en sintonía con el nivel de complejidad que necesita su realización. Por ejemplo, cuando estás en un evento de esta categoría, se trabaja muchísimo la seguridad de las personas que asisten a él. Se te puede caer la transmisión, te puedes fallar el audio y pueden pasar un montón de cosas técnicas (aunque en este festival creo que hemos estado diez sobre diez), pero lo que no puede pasar es que haya lugares y espacios inseguros.

Alfredo Alonso: Estoy 100% de acuerdo. Por otro lado, también está el explicarle lo que es Olmué a los artistas internacionales. Tienes que decirles: "vas a llegar a un lugar donde no van a haber mega hoteles de cinco estrellas, donde no va a haber esto, esto, esto y esto", pero eso mismo termina siendo algo que los artistas adoran de Olmué. Tú llegas a las 2 de la mañana y están jugando ping pong abajo o almorzando juntos. Otro de los cambios que se hizo fue armar una especie de Artist Village chiquito atrás del escenario, donde se juntan todos. Los artistas internacionales están acostumbrados a un cierto tipo de rider técnico en que llegan y está todo organizado de cierta manera... y cuando llegan a un lugar como Olmué, se encuentran con una ciudad que es tremendamente hermosa y llena de tradiciones, pero que no tiene quizás lo que está en sus riders técnicos. Esas también son pequeñas cosas que uno tiene que hacer, pero yo de fe de que el 100% de quienes han venido se han maravillado.

Susana García: Además, yo creo que eso es lo que lo hace significativo también para nosotros. De repente encontrarte en la mañana con un artista que estuvo la noche anterior, abrazarlo, hablar con él y después verlo a la hora de almuerzo potencia esa intimidad que se produce en Olmué. Alfredo lo relata muy bien a nivel de los artistas, pero también ocurre a nivel del equipo, porque aquí todos somos uno. Yo también he estado en el Festival de Viña y claro, es maravilloso, pero no es íntimo. Creo que Olmué tiene la magia de la intimidad.

Alfredo Alonso: A mí no me gusta comparar (entre festivales)... son como los hijos. Uno los quiere a todos por igual (entre risas).

A pesar de que opinan que "el festival ha ido diez de diez", ¿creen que ha habido cosas por mejorar?

Alfredo Alonso: Siempre hay puntos a mejorar. Cuando uno siente que no hay nada que mejorar es cuando empieza a empeorar. Hemos aprendido desde la programación, la forma de estructurar, la forma de hacer, la forma de producir, la forma de televisar... todo lo hemos ido

Pág. : 53

Cm2: 827,2

VPE: \$ 8.230.073

Tiraje:

78.224

Lectoría:

253.149

Favorabilidad:

No Definida



► El certamen significó un éxito en sintonía para TVN, ya que fue visto por más de 5,1 millones de espectadores únicos.

aprendiendo y después nos juntamos a fin de año y decimos qué estuve bien, qué estuve mal, qué podemos mejorar y qué podemos arreglar. Hoy tendríamos que esperar a que termine mañana (última noche del festival) y hacer la reunión para saber qué arreglar, pero siempre estamos con esa postura en pos de mejorar.

Susana García: Comparto lo que dice Alfredo, pero además en este minuto estamos super arriba de la pelota (entre risas). Las cosas se van decantando al final. También tiene que ver con cómo cada año uno trata de conectarse con las audiencias de mejor forma, no solo en el evento mismo sino que en pre y postproducción y cómo se desarrollan las plataformas. Uno mira hoy los resultados en plataformas y dan resultados increíbles. Eso también tiene que ver con el trabajo que hemos hecho y qué hemos mejorado de los años anteriores. Hoy día siento que estamos perfectos.

Nueva licitación

Ya es noticia que este es el último año del periodo de TVN con el Festival de Olmué antes de una nueva licitación (NdR: las bases ya están en Mercado Público). Considerando la compleja situación económica en que está TVN, ¿cómo ha afectado el Festival del Huaso de Olmué a la gestión del canal desde un lado económico? ¿Creen que vale la pena la inversión en el evento?

Susana García: En este contexto conocido, nosotros estamos motivados siempre a poder hacer todo de la forma más eficiente posible. Si bien ha sido real que, en el caso de Olmué, nos ha costado mucho generar resultados positivos, el año pasado ya nos fue bien. Siempre entramos a un festival con las expectativas de no necesariamente generar ganancias, sino que con el propó-

sito de hacer el mejor evento posible y que no nos genere un impacto financiero. El año pasado logramos esto último y estamos seguros que este también.

Susana García: También creemos que esto es parte de nuestro ADN. En los últimos 10 años el Festival de Olmué pasó a ser parte constitutiva de TVN. No tenemos la idea de armar un recuerdo de "oye, este podría ser nuestro último festival", porque esto no va a ser nuestro último festival. Vamos a ir para adelante. Para nosotros significa partir el año coronando la misión pública de qué queremos lograr y qué queremos preservar. Por eso nos esforzamos tanto en que sea un balance positivo para nosotros. No estoy viviendo como el último festival de ninguna manera.

¿Entonces está en los planes de TVN sumarse a la puja por el próximo periodo del festival?

Susana García: Por supuesto. Tenemos que buscar buenas formas y partners porque es una licitación muy desafiante, pero nosotros vamos a agotar todo lo que está dentro del marco y las posibilidades de TVN para hacer una muy buena apuesta para los próximos años. Para nosotros, nuestro equipo, nuestra cultura y nuestro propósito es significativo el Festival del Huaso de Olmué.

Y por el lado de Bizarro... ¿está en sus planes seguir siendo parte íntegra del Festival de Olmué durante los próximos años?

Alfredo Alonso: Sí, obvio. El interés y las ganas están. Los festivales nos gustan. Tienen que ver con lo que dijo Susana: el expertise televisivo que tienen los canales, junto al expertise de producción y artístico que tienen las productoras, han hecho que los festivales se optimicen y den mejores resultados. Hace 6 o 7 años atrás tú

veías los reportes de los festivales y podías revisar que daban pérdidas enormes a los canales. En los últimos años, estos eventos han estado dando números azules o pérdidas muy chicas. Eso se ha dado precisamente por el trabajo en equipo, porque cada uno hace lo que sabe hacer, negocia lo que tiene que negociar y produce lo que tiene que producir.

Alfredo Alonso: También esto ha hecho que los canales vuelvan a querer hacer festivales. Hace años atrás este mismo festival tuvo una licitación que fue media desierta y estuvo a punto de morir. Viña tuvo licitaciones donde hubo un solo ofertante y empezó a pasar eso porque los golpes financieros para los canales eran muy grandes. En esta nueva fórmula de hacer coproducción, trabajar juntos y buscar esquemas distintos para poder sacar todo adelante, los festivales no solo empezaron a ser atractivos de nuevo, sino que puedes ver este año 6 o 7 espectáculos que antes no habían. Aparecen varias comunas queriendo hacerlos y no solamente por el tema financiero, sino porque se dan cuenta que estos eventos son muy buenos para ellos.

Traer un festival televisado a tu ciudad significa muchas cosas: desarrollo, turismo, cultura y un millón de cosas. Entonces, si me preguntas si queremos seguir en este trayecto, mi respuesta es sí.

El Festival de Olmué 2026 cerró siendo un motor solidario, junto a Desafío Levantemos Chile, en ayuda de los damnificados por los incendios en Ñuble y Bío Bío. También significó un éxito en sintonía para TVN, ya que fue visto por más de 5,1 millones de espectadores únicos. El peak de audiencia del Festival lo marcó El Flaco (Paul Vásquez) con 1.2 millones de personas, seguido por Américo, Ráfaga y Erwin Padilla. ●