



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES  
AUDIOVISUALES.**

**TEMA:**

**Identificación de mecanismos para el fomento de las  
producciones cinematográficas en el Ecuador**

**AUTOR:**

Pillasagua Castro, Diana Beatriz

**Componente práctico del examen complejo previo a la  
obtención del título de:**

Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales.

**TUTORA:**

García Velázquez, María Emilia

**Guayaquil, Ecuador**

**17 de septiembre del 2019**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES**  
**AUDIOVISUALES.**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Pillasagua Castro, Diana Beatriz**, como requerimiento para la obtención del título de Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales.

**TUTORA**

f. \_\_\_\_\_

**García Velásquez, María Emilia**

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

f. \_\_\_\_\_

**Guayaquil, 17 de septiembre del 2019**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES  
AUDIOVISUALES.**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, Pillasagua Castro, Diana Beatriz

**DECLARO QUE:**

**El componente práctico del examen complejo: “Identificación de mecanismos para el fomento de las producciones cinematográficas en el Ecuador”,** previo a la obtención del título **Ingeniero en producción y dirección en Artes Audiovisuales**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, 17 de septiembre del 2019**

**EL AUTORA**

f. \_\_\_\_\_

**Pillasagua Castro, Diana Beatriz**



UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES**  
**CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES**  
**AUDIOVISUALES.**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, **Pillasagua Castro, Diana Beatriz**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo: “Identificación de mecanismos para el fomento de las producciones cinematográficas en el Ecuador”**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, 17 de septiembre del 2019**

**LA AUTORA:**

f. \_\_\_\_\_

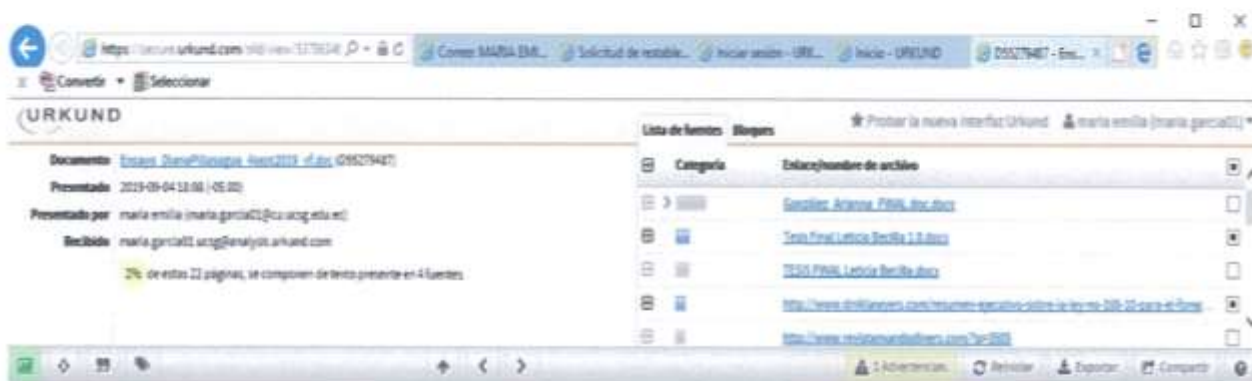
**Pillasagua Castro, Diana Beatriz**

Guayaquil, 17 de septiembre del 2019

Lcda. María Emilia García, Mgs.  
Director de Carrera de  
Ingeniería en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales

Presente

Sírvase encontrar en la presente el *print* correspondiente al informe del software URKUND, correspondiente tema de Trabajo de titulación tema *Identificación de mecanismos para el fomento de las producciones cinematográficas en el Ecuador*, una vez que el mismo ha sido analizado y se ha procedido en conjunto con su autor, el estudiante: *Diana Beatriz, Pillasagua Castro* a realizar la retroalimentación y correcciones respectivas de manejo de citas y referencias en el mencionado documento. Cuyo resultado ha obtenido el siguiente porcentaje: 2%



The screenshot shows the URKUND web interface. On the left, document details are listed: 'Documento: [Trabajo Titulación Pillasagua Diana 2019 .doc](#) (095279427)', 'Presentado: 2019-09-04 13:08 | 05:00', 'Presentado por: maria.emilia (maria.garcia21@caacog.edu.ec)', and 'Recibido: maria.garcia21.scog@analisis.arkund.com'. A note indicates that 22 pages contain text from 4 sources. On the right, a 'Lista de fuentes' (List of sources) table is visible, listing categories and file names such as 'Escritura Armas PNAS.doc.docx', 'Trab final Leticia Beñito 1.1.docx', 'T201 PNAS Leticia Beñito.docx', and two URLs from 'drillkneen.com' and 'molinasmundillo.com'.

Atentamente,



(Firma)

María Emilia García  
Docente tutor

## **AGRADECIMIENTO**

Para el presente trabajo quiero agradecer en primer lugar a Dios, por poner frente a mí las oportunidades a lo largo de mi vida, permitirme conocer a las personas indicadas y el don de la inteligencia para aprender y decidir.

A mi familia por su apoyo y motivación constante para que cumpla mis metas. Es gracias a mis padres: Luz y Jaime que me siento inspirada día a día para ser una mejor persona y profesional.

Mi agradecimiento especial a Normita, a mis profesores de la carrera de producción y dirección en artes audiovisuales, a mi tutora María Emilia y a todas las personas que me transmitieron su conocimiento en la elaboración de este trabajo, sin lo cual no hubiera sido posible llegar hasta aquí.

## **DEDICATORIA**

Este ensayo es dedicado a todos los profesionales del área audiovisual que, al igual que yo, ansían encontrar en el cine su medio de desarrollo profesional, buscando que el sector cinematográfico en el Ecuador sea reconocido por la sociedad y contribuya con el crecimiento de nuestro país.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES  
AUDIOVISUALES.**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

f. \_\_\_\_\_

DECANO O SU DELEGADO

f. \_\_\_\_\_

DIRECTOR DE CARRERA O SU DELEGADO

f. \_\_\_\_\_

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA



# ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN .....	2
PRIMERA PARTE .....	3
<b>1.1 Situación Latinoamérica: breve reseña histórica.....</b>	<b>3</b>
<b>1.2 El predominio e influencia de Hollywood sobre el mercado Latinoamericano .....</b>	<b>5</b>
<b>1.3 Panorama actual del cine Latinoamericano.....</b>	<b>6</b>
SEGUNDA PARTE .....	8
<b>2.1 Situación del cine en el Ecuador .....</b>	<b>8</b>
<b>2.2 Mecanismos de fomento al cine aplicados en Latinoamérica.....</b>	<b>11</b>
TERCERA PARTE .....	15
<b>3.1 Alternativas para fomentar el desarrollo cinematográfico en Ecuador</b>	<b>15</b>
3.1.1 Mecanismo 1: Cambio de Chip .....	15
3.1.2 Mecanismo 2: Diversificación de Financiamiento .....	16
3.1.3 Mecanismo 3: Desarrollo de Figuras locales y la Continuidad .....	17
3.1.4 Mecanismo 4: Políticas Públicas .....	17
3.1.5 Mecanismo 5: Establecer al Ecuador como destino fílmico .....	18
3.1.6 Mecanismo 6: La internacionalización del Cine Ecuatoriano .....	19
CONCLUSIONES.....	21
REFERENCIAS .....	23
ANEXOS.....	26
<b>Entrevista a Juan Martín Cueva, exdirector del CNCine y Director de la Escuela de Cine de la Uartes.....</b>	<b>26</b>
<b>Entrevista a Alberto Pablo Rivera, director, actor y productor.....</b>	<b>30</b>

## ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1. PANORAMA CINEMATOGRAFICO EN IBEROAMÉRICA .....	7
CUADRO 2. PANORAMA CINEMATOGRAFICO EN ECUADOR.....	9
CUADRO 3. CUOTA DE ESPECTADORES POR EL ORIGEN DE LOS ESTRENOS DEL TOP -100. ECUADOR .....	9
CUADRO 4. RANKING DE ESTRENOS CINEMATOGRAFICOS NACIONALES. AÑO 2018. ECUADOR.....	11

## ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. CUOTA ACUMULADA POR ESPECTADORES POR EL ORIGEN DE LOS ESTRENOS DEL TOP-100. PERIODO 2014-2018. ECUADOR .....	10
--	----

## RESUMEN

El presente ensayo tiene por finalidad analizar la realidad de la cinematografía ecuatoriana, en cuanto a su aspecto comercial y la determinación de los principales obstáculos para el desarrollo de una actividad artística audiovisual que sea económicamente rentable y sostenible.

Primero, partimos de una revisión documental sobre el desarrollo de la producción cinematográfica en Iberoamérica desde sus inicios hasta la actualidad incluyendo el caso, Ecuador.

Luego se identifican estrategias e iniciativas que se han dado en la región para fomentar la producción de películas a nivel local y a partir de esta recolección de información, más entrevistas a expertos relacionados al medio, se esbozan una serie de mecanismos que se podrían aplicar a futuro en el Ecuador para potenciar su nivel de producción cinematográfico e impacto en el mercado.

***Palabras Claves:*** industrialización, cine ecuatoriano, financiamiento, estrategias, comercialización

## ABSTRACT

The purpose of this essay is to analyze the reality of Ecuadorian cinematography, in terms of its commercial aspect and the determination of the main obstacles to the development of a film making artistic activity that is economically profitable and sustainable.

First, we start from a documentary review of the development of film production in Latin America from its beginnings to the present time, including the case, Ecuador.

Then, we check the strategies and initiatives that have taken place in the region to promote the production of films at the local level and from this collection of information, and also, the addition of interviews with experts related to the film environment, a series of mechanisms that could be applied in the future are outlined in Ecuador to boost its level of film production and impact on the market.

**Key words:** Industrialization, Ecuadorian cinema, financing, strategies, commercialization

## INTRODUCCIÓN

El cine es un término con muchas acepciones, puede significar desde películas hasta el establecimiento físico donde las mismas son proyectadas a una audiencia. También lo definimos como un arte, pero hay un concepto que tiene vital importancia para la misma subsistencia del cine y que muchas veces parecemos ignorar intencionalmente; el cine también es industria. El aspecto industrial y comercial del cine muchas veces puede llegar a ser visto como un extremo completamente opuesto al arte. Sin embargo, para vivir de este arte es necesario tener rentabilidad y eso solo es posible si existe un proceso industrializado en la ejecución de una actividad económica.

Para ello es necesario que exista un fomento del sector audiovisual en términos económicos y esto no debe ser visto como lujo o incluso gasto, pues el audiovisual permite a un país generar un valor y patrimonio cultural que no tiene precio. Su desarrollo también tiene alcances cuantificables como la generación de ingresos y puestos de trabajo, sin contar con el impacto positivo que deja el rodaje de un filme en las locaciones.

Los realizadores y las producciones de los países de Latinoamérica enfrentan una situación incierta en cuanto a la financiación de sus películas y la escasa presencia del público en las salas de cine. Por ello, se tiene que seguir trabajando en el sector para mejorar las condiciones y llegar a sentar las bases para la consolidación de una industria de cine en el país.

## **PRIMERA PARTE**

### **1.1 Situación Latinoamérica: breve reseña histórica**

El cine es una de las manifestaciones artísticas más recientes de la humanidad. Es la combinación de artes tradicionales con los desarrollos tecnológicos, pero también es uno de los entretenimientos artísticos más lucrativos que hay. Alrededor del cine se ha generado una industria millonaria en apenas más de un siglo de existencia.

Este espectáculo llamado cine nace en París el 28 de diciembre de 1895. Después de su presentación oficial, los hermanos Lumiere creadores del cinematógrafo se dedicaron a conquistar nuevos mercados para su invento, entre esos Latinoamérica. El arribo del primer cinematógrafo se dio el 8 de julio de 1896 en Río de Janeiro y la gira se extendió rápidamente por toda la región, pues en el mismo año se exhibió en varias ciudades de nuestro subcontinente. Por ejemplo, el 18 de julio se presentó el cinematógrafo en Montevideo y Buenos Aires, a la ciudad de México llegaría un 14 de agosto, y en Santiago el 25 de agosto, etc.

De acuerdo al investigador y crítico de cine Nelson Carro, el inicio de la actividad cinematográfica en Latinoamérica comenzaría siendo modesta. Esto es debido a que el cinematógrafo era en sí mismo el único equipo necesario para la producción de una película, pues era cámara y proyector al mismo tiempo. Además, tenía las funciones de reelado y copiado, permitiendo que el invento fuera asequible para empresarios de entretenimiento y exhibidores en su mayoría migrantes europeos quienes se volverían los primeros cineastas latinoamericanos.

En esta aparente igualdad de condiciones el desarrollo de una industria dependería directamente de la estabilidad económica de cada país. No obstante, con la llegada del cine sonoro a comienzos de los años 40 la producción de películas se vio afectada debido al encarecimiento de los costos. Con la brecha económica que suponía hacer cine sonoro solo tres países contaban con la capacidad económica y adaptabilidad para competir con la cinematografía hollywoodense que empezaba a desplazar el cine silente de los países más pequeños de la región. (Vidya-mitra, 2017). El cine latinoamericano entraba en directa competencia con el europeo y el americano dentro de las salas de cine e incluso como caso especial, México experimentó una época dorada de 1936 a 1957 gracias al fervor hacia “lo mexicano” en primera instancia, pero también al hecho que durante la Segunda Guerra Mundial México se pronunció abiertamente a favor de los países aliados, lo

cual le aseguró suministros e inversión, lo que no ocurrió con la neutralidad que manifestaron Argentina o España. El buen momento cinematográfico de este país norteño contrastaba con el cine europeo de post guerra y del cine bélico por parte de Estados Unidos que no eran del gusto del mexicano promedio, y por tanto México se aseguraba no solo el mercado doméstico sino el dominio a nivel latinoamericano. (Requenes, 2014)

Sin embargo, una corriente surge en los años 70 inspirada en ideas de izquierda en lo ideológico y en el neorrealismo italiano en lo artístico. Esta corriente nacería como una tendencia continental y fue llamada “El nuevo cine Latinoamericano”. Aquí el cine pasa a ser una vitrina para la realidad social de la clase trabajadora y otros sectores oprimidos de la sociedad. No obstante, el cine hollywoodense abriría aún más la brecha con filmes de grandes presupuestos y efectos especiales elevando el nivel de espectacularidad que les permitirá seguir dominando las salas y relegando el cine local a un segundo plano.

Por otro lado, el clima político no fue favorable para la consolidación de la tendencia ni para los cineastas mismos, que tuvieron que esconderse en sus países o exiliarse en Europa debido a las dictaduras que atravesaban los países en la región. De acuerdo al portal brasileño Memorial Plural sobre cine Latinoamericano, en el año 1979 se celebra Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano en la Habana. Este Festival sirve como punto de encuentro para los realizadores y la exhibición de sus propuestas que tratan de mantener vivo el movimiento. (Carro, 1997)

El abanico de opciones en cuanto a temática se diversifica un poco más, siguen prevaleciendo los temas sociales, pero también se recurren a adaptaciones literarias, filmes de época e históricos y comedias populares. Incluso hasta finales del siglo XX se abordan temáticas relacionadas a la época de la dictadura y se sostiene la tendencia de películas más realistas sobre la situación de las clases oprimidas y la visibilización de minorías hasta el día de hoy; como es el caso de películas como Una Mujer Fantástica (2017) y Roma (2019). Películas que retratan la pérdida de la pareja de una mujer transexual y la cotidianidad de una empleada doméstica respectivamente. Ambas obras fueron galardonadas con premios de la Academia.



## 1.2 El predominio e influencia de Hollywood sobre el mercado Latinoamericano

Después del caso mexicano de ahí en adelante Hollywood y el sistema de las Majors han mantenido el control de la distribución y exhibición de las películas en Latinoamérica convirtiéndose en la piedra en el zapato para el cine de la región. ¿Por qué? Primero tendríamos que definir que son las *Majors*. Este término proveniente del inglés, es utilizado para referirse a los grandes estudios y casas productoras cinematográficas ubicadas en Hollywood en la ciudad de Los Ángeles, California. En este lugar se fundaron estas grandes multinacionales que a su vez pertenecen a grandes conglomerados corporativos. Muchos de estos estudios han ido surgiendo y devorándose entre sí hasta quedar 5 con más de un centenar de años haciendo películas, entre los que tenemos a *Universal Pictures* fundada en 1912 y quien sería la compañía pionera en trasladarse de la costa este y asentarse en Hollywood, el pequeño y soleado distrito rodeado de acebos. A ésta, le sigue *Paramount Pictures* fundada en 1911, *Warner Bros Pictures* fundada 1919 y *Columbia Pictures* también fundada en ese mismo año y finalmente *Walt Disney Pictures* fundada en 1923 quien recientemente adquirió a 20th Century Fox. (Saberia, s.f.)

No es casual que estos estudios tengan dominado el mercado mundial, incluido el latino, puesto que desde el punto de vista del norteamericano el cine siempre ha tenido un trato de bien de consumo masivo, de producto con inmensas posibilidades comerciales. El asentamiento de todas las productoras de películas en un solo lugar conllevó a que muchos inversores supieran donde poner su dinero y con ello ganancias. La internacionalización de Hollywood también es otro factor que se responde desde su historia. (VisualPolitik, 2017)

Precisamente la industria del cine en su afán por complacer a su floreciente mercado y buscando estrategias que engancharan al público crearon el “Star System” y así nacieron las primeras celebridades, figuras públicas que simpatizaban con la gente ya sea por belleza o talento y que por tanto llevaban su propio público a las salas. También la diversificación de temas expresada a través de los géneros llevó a que la audiencia encontrara uno que sea de su gusto. (Salazar, 2009)

En la actualidad la influencia de Hollywood no es solo artística o cultural sino tecnológica. La tecnología que existe hoy en día para hacer cine la debemos a que

los mismos estudios invierten en ello, las cámaras, los softwares, la utilería, las grúas, las luces, etc. han sido desarrollados para que se filmen y proyecten películas. De ahí que se den Los Oscar técnicos o al mérito científico. Incluso se pueden conectar ciertos títulos de películas con desarrollos tecnológicos específicos. (Riano, 2014)

### **1.3 Panorama actual del cine Latinoamericano**

En la actualidad el consumo de cine local a nivel Latinoamericano es mínimo. Según la publicación digital “Panorama Audiovisual Iberoamericano 2017”, la cuota del cine estadounidense en términos de espacio en cartelera, supera el 90% frente al 5% de lo que países como Ecuador, Bolivia, Venezuela y los países centroamericanos juntos representan. En el mismo informe que incluye a España y Portugal se describe un mercado a nivel Iberoamericano con casi 650 millones de una potencial audiencia y cuyo ingreso en dólares supera los 3000 millones por año.

A esto le podemos sumar que ir al cine no es un hábito para los latinoamericanos. Según el portal de noticias Sputnik en algunos países el porcentaje de población que nunca en su vida ha ido al cine supera el porcentaje de los que sí. Incluso se manifiesta que algunos no van en años, pues el cine dejó hace más de 100 años de ser una novedad y se percibe como algo “viejo” el hecho de que para ver películas no se tenga que salir de casa también influye pues existen opciones online, plataformas streaming, DVD, etc. En general, el espectador promedio no va simplemente por la película, lo hace por compartir con amigos, charlar, o comer según María José Santacreu, directora de la Cinemateca Uruguay consultada por Sputnik. (Sputnik, 2016)

En Latinoamérica también hay que tener en cuenta la demografía. De acuerdo a Axel Kuschevatzky, Productor de cine argentino, quien participó en la película ganadora del Oscar, “El Secreto de sus Ojos”, en Latinoamérica las películas familiares tienen mucho peso debido a ser una región con alta natalidad, más que por ejemplo, Europa. (Mango, 2019)

Este mercado de películas familiares generalmente está copado por productoras fuertes como Disney, mientras que la producción a nivel iberoamericano tiende a inclinarse más por el género dramático.

Cabe mencionar que, a más del bajo promedio de asistencias, apenas el 1.4 veces al año, estaríamos sumando otra situación de riesgo como es: el fenómeno de la piratería. Esto impide que los productores puedan recuperar su inversión por la venta directa de copias en formato DVD o Blu-ray y por ende vivir del cine en Latinoamérica.

En el siguiente cuadro se observan datos cuantitativos en relación a lo comentado anteriormente sobre la diferencia en el número de estrenos y taquilla de películas extranjeras vs Iberoamericanas desde el 2014 hasta el 2018:

Cuadro 1. Panorama Cinematográfico en Iberoamérica

<i>Panorama cinematográfico en Iberoamérica</i>					
<b>Datos</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
Población (millones)	637,9	643,4	648,6	654,4	660,0
PIB-PPA (billones USD)	10,82	11,17	11,30	11,64	11,92
PIB per capita (USD)	15.030	15.565	15.850	16.340	16.700
Número de pantallas de cine	16.951	17.608	18.242	18.861	19.782
<b>Ingresos cine (millones USD)</b>	<b>3.634,4</b>	<b>3.345,9</b>	<b>3.292,4</b>	<b>3.616,2</b>	<b>3.354,9</b>
<b>Espectadores cine (millones)</b>	<b>727,0</b>	<b>836,2</b>	<b>903,5</b>	<b>921,1</b>	<b>870,1</b>
<b>Espectadores cine nacional (millones)</b>	<b>87,2</b>	<b>83,1</b>	<b>101,3</b>	<b>75,6</b>	<b>92,5</b>
Cuota de mercado cine nacional (%)	12,0	10,0	11,2	8,2	10,6
Número de estrenos totales	4.639	5.154	5.786	5.668	6.271
Número de estrenos extranjeros	3.958	4.373	4.966	4.755	4.839
Número de estrenos nacionales	681	781	822	913	1.432
Asistencia anual por habitante	1,1	1,3	1,4	1,4	1,3
<b>Precio medio entrada (USD)</b>	<b>5,0</b>	<b>4,7</b>	<b>4,5</b>	<b>4,0</b>	<b>3,9</b>

Fuente: Panorama Audiovisual Iberoamericano

## SEGUNDA PARTE

### 2.1 Situación del cine en el Ecuador

El panorama general del cine latinoamericano también tiene su incidencia en Ecuador, en términos del predominio de Hollywood sobre la distribución y la poca inversión para el fomento del cine nacional.

En nuestro país desde que la primera organización relacionada al ámbito cine se formó llamada “Asocine”, en 1977, se viene presionando para que exista una ley de fomento al cine. (Blanco, 2015)

Sin embargo, no fue sino hasta el 2006 que la “Ley de Fomento al Cine Nacional” entró en vigencia desde su publicación en el registro oficial el 3 de febrero de ese año. Con esta ley se crea una entidad pública para el fomento del cine nacional llamada CNCine (Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador) dicha institución fue la primera encargada de manejar un fondo para la producción cinematográfica cuyos montos no son reembolsables. Fondo que, para Alberto Mite, catedrático de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, no tenía el condicionante por parte de CNCine hacia los realizadores de obligar que una parte del dinero sea destinada a la promoción y distribución de la película y en su defecto, era íntegramente usado para producción.

El CNCine supone un antes y un después en la historia del desarrollo de nuestra cinematografía, desde su creación se estima un incremento del 300% en la producción de películas según Jorge Luis Serrano, director ejecutivo del Consejo Nacional de Cine en el 2012 en una entrevista dada al periódico EL TELÉGRAFO. Pues hay ahora más estrenos por año como en ninguna otra época, aunque todavía se debe trabajar en atraer las audiencias. (Criollo, 2017).

En el plano técnico según EGEDA (Sociedad de Gestión Colectiva de Derechos de los Productores Audiovisuales y organizadora de los premios Platino al cine iberoamericano) el Ecuador es un país con una población de 16 millones de personas hasta el 2016. La audiencia anual es de 1.1 películas por habitante en el año 2018, hay un total de 374 pantallas de cine, una tarifa promedio de 4.5 dólares por entrada y asistieron al cine 18.8 millones de espectadores lo cual permitió una recaudación de 84.7 millones de dólares en dicho año. El cine nacional representa apenas el 7.2 % y la asistencia de los ecuatorianos para ver películas ecuatorianas

es apenas un 0.7% como se puede observar en el siguiente cuadro tomado del informe “Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019”:

Cuadro 2. Panorama Cinematográfico en Ecuador

<i>Panorama cinematográfico en Ecuador</i>					
Datos	2014	2015	2016	2017	2018
Población (millones)		15,8	16,0	16,2	16,4
PIB-PPA (billones USD)		0,190	0,188	0,188	0,193
PIB per capita (USD)		11.500	11.400	11.500	11.800
Número de pantallas de cine		302	302	302	374
Ingresos cine (millones USD)		54,8	67,5	82,5	84,7
Asistencia espectadores (millones)		13,7	14,5	18,1	18,8
Espectadores cine nacional (millones)		0,07	0,13	0,10	0,12
Cuota de mercado cine nacional (%)		0,5	0,9	0,6	0,7
Número de estrenos totales		211	258	243	250
Número de estrenos extranjeros		198	248	229	232
Número de estrenos nacionales		13	10	14	18
Asistencia anual por habitante		0,9	0,9	1,1	1,1
Precio medio entrada (USD)		4,0	4,6	4,6	4,5

Fuente: Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019

Tiene sentido revisar también, el consumo de los espectadores y los ingresos, como se aprecia en la siguiente tabla los ecuatorianos tienen una amplia preferencia por los filmes extranjeros de origen norteamericano:

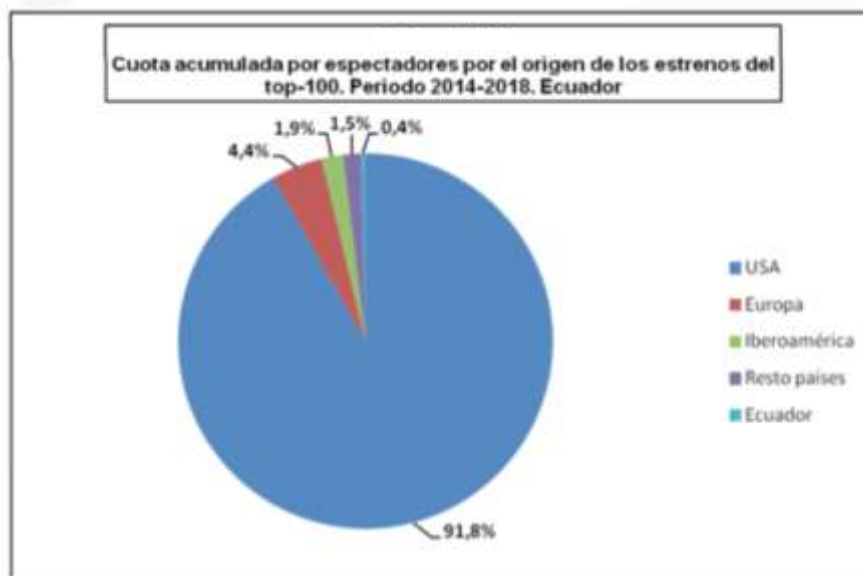
Cuadro 3. Cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top -100. Ecuador

<i>Cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100. Ecuador</i>						
<b>ESPECTADORES</b>						
Origen	2016	%	2017	%	2018	%
USA	12.758.089	93,9	15.603.748	93,2	15.400.852	88,6
Ecuador	85.530	0,6	35.513	0,2	0	0,0
Iberoamérica	116.124	0,9	209.078	1,2	281.606	1,6
Europa	542.177	4,0	639.314	3,8	1.246.618	7,2
Resto países	83.873	0,6	256.397	1,5	447.576	2,6
<b>Total</b>	<b>13.585.793</b>		<b>16.744.050</b>		<b>17.376.652</b>	
<b>INGRESOS</b>						
<i>Cuota de espectadores por el origen de los estrenos del del top-100. Ecuador</i>						
Origen	2016	%	2017	%	2018	%
USA	59.995.216	94,4	72.121.395	93,6	70.636.141	89,5
Ecuador	361.706	0,6	150.654	0,2	0	0,0
Iberoamérica	466.824	0,7	859.439	1,1	1.032.616	1,3
Europa	2.411.563	3,8	2.871.520	3,7	5.504.698	7,0
Resto países	338.208	0,5	1.074.142	1,4	1.752.149	2,2
<b>Total</b>	<b>63.573.517</b>		<b>77.077.150</b>		<b>78.925.604</b>	

Fuente: Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019

Esa hegemonía del cine norteamericano en el mercado ecuatoriano puede ser mejor graficada con la siguiente imagen que representa el promedio combinado de los periodos 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018 en relación al número de espectadores de acuerdo al origen de los estrenos.

Figura 1. Cuota Acumulada por espectadores por el origen de los estrenos del top-100. Periodo 2014-2018. Ecuador



Fuente: Panorama Audiovisual Iberoamericano

En cuanto situación financiera, el costo promedio de una película ecuatoriana está por alrededor de \$ 130 000 de acuerdo a un estudio del mercado cinematográfico ecuatoriano en el 2015 (García, 2015) y para la promoción se requieren \$ 100 000 más. La exportación de la cinta es un caso aparte y la inversión puede llegar a \$ 500 000 u \$ 800 000 dólares. En las salas de cine a nivel nacional la vida en cartelera de una película ecuatoriana puede ser hasta 4 semanas y durante la primera semana puede tener de 3 a 4 funciones dependiendo de la aceptación. Lo que nos permite resumir que a pesar de los elevados costos de hacer cine en el país aun así se hace. (Maldonado, 2014)

Ahora la rentabilidad de los filmes es un punto aparte, de los 18 estrenos nacionales del 2018 vamos a tomar solo los diez primeros para revisar cuántas personas vieron las obras y cuánto dinero se hizo durante su exhibición. Por ello tenemos la siguiente tabla.

Cuadro 4. Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2018. Ecuador

<i>Ranking de estrenos cinematográficos nacionales. Año 2018. Ecuador</i>				
Nº	Título	Origen	Espectadores	Ingresos (\$)
1	No todo es trabajo	Ecuador	26.284	109.631
2	3-03 Rescate	Ecuador	16.409	73.268
3	La dama tapada	Ecuador	15.704	70.664
4	Agujero negro	Ecuador	15.673	64.798
5	Del núcleo al sol	Ecuador	8.228	37.871
6	Verano no miente	Ecuador	8.866	35.900
7	Propagandia	Ecuador	7.162	34.607
8	Siguiente round	Ecuador	5.331	23.290
9	Minuto final	Ecuador	4.095	18.163
10	Ecuadorian shetta	Ecuador	3.157	15.091

Fuente: Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019

Como se pudo constatar con el cuadro anterior, ni la recaudación por taquilla de la película ubicada en lo más alto del ranking supera los 130 000 dólares que es la media del costo de una película en Ecuador. Bajo estas cifras se puede concluir que no hubo rentabilidad en los cines y que el público tampoco esté expectante de observar la producción cinematográfica nacional.

## **2.2 Mecanismos de fomento al cine aplicados en Latinoamérica.**

El financiamiento de una película sigue siendo el primer obstáculo a superar de cualquier realizador. En el Ecuador hacer cine depende de la autogestión, donde se exploran estrategias como: solicitud de créditos de consumo, venta de bienes, uso de ahorros, préstamos familiares y parcialmente del financiamiento por parte de ICCA, cuyo presupuesto depende enteramente de la voluntad del gobierno y la situación económica del país. Otro de los fondos del que pueden echar mano nuestros cineastas son los de Ibermedia desde que el Ecuador se adscribió en el 2008. Pero ¿qué otras opciones existen?

En primer lugar, todas las actividades productivas están regidas en un marco que establece los alcances de las mismas, es decir, en la mayoría de los países de la región se promueven leyes de fomento al cine con diferentes matices. Dichas leyes tienen como denominador común administrar y alimentar fondos y subvenciones que son redirigidos al cine a través de concursos que buscan en los productos audiovisuales calidad, cultura e identidad. Hacer una revisión de lo que se hace en

otros países permitiría al Ecuador mejorar las condiciones en la que nuestros realizadores tienen que hacer cine.

Existen casos con mejores resultados que otros. Un ejemplo es México donde la aprobación de la ley de incentivos fiscales, conocida como EFICINE 189 ha permitido que las personas naturales o jurídicas obtengan beneficios respecto al Impuesto sobre la renta, re-direccionándolo hacia empresas que tengan a cargo proyectos cinematográficos en fase de producción o distribución que cumplan con los requisitos y estén registrados. Además, los grandes incentivos fiscales que ofrecen han permitido que el sector privado sea el gran impulsor de la cinematografía de ese país. (Secretaría de Hacienda y Crédito Público, s.f.)

Otro grande en términos de cine en Latinoamérica es Argentina, al menos hasta el 2016 financiaba su cine a través de impuestos que son administrados por el INCAA (Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales), básicamente se cobra un 10 % al costo de las entradas del cine y el impuesto a los servicios audiovisuales (TV) cuyo pago del 0.5% de sus ingresos por publicidad representan el 60% del presupuesto del Instituto. (Barrero, 2017)

Por supuesto nuestra revisión no estaría completa sin el análisis del caso brasileño. Este país ha vivido en su historia reciente una fuerte recesión económica y crisis política que afectó a todas sus industrias, excepto el cine que ha mantenido en crecimiento constante desde hace 15 años de acuerdo al diario El País. ¿A qué se debe esto? El sector público siempre ha promovido políticas públicas sólidas a favor del sector audiovisual. En el 2001 se fundó Ancine (Agencia Nacional de Cine, en Brasil) y en el 2008 se creó el Fondo Sectorial audiovisual (FSA). Este fondo surge de la misma industria, a partir del pago de tributos por concepto de difusión, producción, licenciamiento y distribución de obras audiovisuales con lo cual se financia el cine, pero no ha pérdida pues este dinero tiene que ser retornado al fondo. Como dato anecdótico este fondo llegó a tener 224 millones de dólares en el 2016, mismo año en el que Dilma Rousseff era destituida. (Moraes, 2017)

Argentina, Brasil y México son los países con las cinematografías latinoamericanas más grandes y reconocidas a nivel mundial. Pueden contar con buenas leyes que fomentan de manera efectiva a su cine, pero replicar sus medidas sin considerar nuestra economía podría resultar arriesgado.

No obstante, existe un país con condiciones demográficas más parecidas a las nuestras que en menos de una década ha creado una industria fílmica bien



consolidada y se ha convertido en un destino fílmico de primera. Este es el caso de República Dominicana que en el 2011 aprobó una ley de cine (Ley 108-10).

Esta ley promueve los mismos estímulos (incentivos fiscales) que otras legislaturas y también posee un fondo (Fonprocine), pero va más allá: otorga exenciones fiscales para la construcción y establecimiento de nuevas salas de cine, aunque este es de carácter temporal para evitar que las salas se concentren en un territorio específico y se abran en zonas más apartadas. Para atraer la inversión y fomentar el rodaje de filmes extranjeros existe la figura del Crédito Fiscal Transferible y exenciones fiscales a los bienes y servicios que la industria cinematográfica emplee. Además de que está previsto dar incentivos al establecimiento de estudios de filmación o grabación en suelo dominicano y la importación temporal de equipos y bienes para hacer las películas. Los incentivos no solo se concentran en la producción, para las etapas posteriores está contemplado que los soportes físicos del material rodado correspondiente a los largometrajes y sus respectivas copias ya sean de origen dominicano o filmes extranjeros hechos en República Dominicana puedan ser exportados o importados a este país sin pagar ningún tipo de impuestos, tasas, arancel o derechos de aduana. (DMK abogados, 2019)

Estas medidas le han permitido a República Dominicana subvencionar su cine en base a la inversión extranjera y privada adicional al impuesto al boleto. Adicionalmente, en infraestructura, todas las salas de cine del país son digitales, poseen la tecnología de proyección Imax. Tienen un Water Tank para grabaciones acuáticas (tanque de agua), 3 estudios de filmación y en el área de educación 5 universidades ofrecen carreras relacionadas al cine. Para Juan Basanta, Presidente de Adocine y cineasta, "...van 26 premios internacionales, la marca país ha crecido, de fuera del cine dominicano lo único que tienen son buenas noticias..." según manifestó en un debate televisado sobre la ley en el programa "Esta noche Mariasela" por el canal dominicano Color Visión en el enero del 2018.

La presencia del cine de la isla ha llegado a importantes festivales como Sundance, Tribeca e incluso Cannes en el 2016. Cabe recalcar que el cine dominicano es ampliamente consumido por sus connacionales ocupando los primeros puestos en el box office y superando a películas de como Ironman, Transformer y Fast and Furious. Además, del 2012 al 2016 han contado con todos los top 1 de las películas más vista del año. (Global Foundation for Democracy and Development, 2017)

Aunque los incentivos en República Dominicana han ayudado mucho al desarrollo del cine local, hay que resaltar que los dominicanos tienen una gran aceptación de

su cine, lo que permite a la empresa privada invertir con confianza en las producciones cinematográficas, pues es una actividad económica con mucha rentabilidad. En Ecuador no tenemos estas condiciones, pues como ya hemos visto en nuestro estudio el ecuatoriano apenas consume el cine nacional y en la práctica la empresa privada no tiene gran presencia en el sector cinematográfico.

## TERCERA PARTE

### 3.1 Alternativas para fomentar el desarrollo cinematográfico en Ecuador

Antes de delinear el cómo, primero debemos tener claro quiénes son los llamados a sentar las bases para el desarrollo de un sector como el cine a niveles industriales. Según la Reforma de la Ley De Fomento del Cine Nacional (2015) se contempla a toda producción audiovisual, incluida la actividad cinematográfica, como un conjunto de varios procesos que tienen relación con la creación, las locaciones, fases técnicas de la producción en sus distintas etapas, envuelve a la distribución y la exhibición para público, ya sea en las salas de cine como cualquier otro medio o plataforma de difusión y en cualquier formato o soporte material en el que se presente la obra. Esto amplía el rango de los actores involucrados, pues contempla a toda la cadena de producción hasta el consumidor final, sin dejar de lado el papel del estado.

#### 3.1.1 Mecanismo 1: Cambio de Chip

Nuestro cine necesita contemplar la idea que para existir en el mercado tiene que venderse bien. Esto lo pude constatar en una entrevista con el productor, director y actor de cine y televisión ecuatoriana, Alberto Pablo Rivera, quien afirma que el futuro está en el sector privado en cuanto al financiamiento, pero también refiriéndose con ello a que el empresario actúa como un filtro muy difícil que sirve para determinar la posible aceptación del público general.

Rivera, quién estrenó su ópera prima “*Sexy Montañita*” (2014) a la edad 27 años tiene el mérito de haber financiada su producción sin la necesidad de concursar por fondos públicos. Para él hay que reconocer que los empresarios necesitan ver el potencial de la película en un teaser o piloto y partir de una negociación en igualdad de condiciones, hacer que el inversionista vea cómo su marca puede formar parte de una película. De acuerdo a sus propias palabras, su forma de ver el cine dista mucho de sus pares en Quito, haciéndolo verse a sí mismo como un rebelde por su aproximación al cine comercial. Por ello, se defiende de las críticas diciendo:

*“¿Quién es más artista, el que trabaja por amor al arte cada 10 años o el que puede vivir haciendo cine y dando trabajo a los demás?”* (Rivera, 2019)

Pero la postura de Alberto Pablo no es aislada de hecho responde a una tendencia que se viene presentado en la ciudad de Guayaquil según lo muestra Leticia Becilla, productora audiovisual, quién para su tesis de posgrado en Administración de Empresas desarrolló un modelo de financiamiento para la producción cinematográfica independiente en Guayaquil en el 2018.

Para ello se entrevistó con algunos realizadores como Josué Miranda (La Dama Tapada); Luís Avilés (Minuto Final); Juan Pablo Asanza (Entre sombras: Averno) y otros más incluido el propio Alberto Pablo Rivera. En su trabajo obtuvo como resultados de las entrevistas que el cine de la ciudad está auge y que la mayoría de sus entrevistados le están apostando a un cine comercial de género, donde la etapa de financiamiento suele ser de máximo un año. También entre sus datos están que al menos una de cada diez empresas se interesa por financiar proyectos cinematográficos y que nueve que cada diez personas consultadas en su tesis sigue trabajando en el sector audiovisual.

### 3.1.2 Mecanismo 2: Diversificación de Financiamiento

Para que la inversión privada llegue a una producción se puede optar por formas como:

- Canjes publicitarios, estos son intercambios que se hacen entre la producción y una empresa o persona natural que está interesado en aportar en la película por algún tipo de publicidad como estar en los créditos; aunque no necesariamente signifique dinero en efectivo, sino también préstamos de ropa, permisos para usar equipos o locaciones, etc. Cómo y qué se canjee depende del tipo de película y puede representar abaratar costos, con lo que la producción se vuelve menos cara y permiten invertir el dinero en otras áreas como en la promoción.
- Product Placement: consiste en la colocación de marcas dentro de películas como si fueran parte del decorado y aunque esta práctica no es nueva en el cine, en nuestro país no ha sido del todo explotada, de acuerdo Rivera la razón es que no existen muchos referentes éxitos en nuestro cine local.
- Mecenas privados: para Alberto Pablo Rivera, según su propia experiencia existe un perfil de empresarios ya mayores dispuestos a invertir en el cine

motivados por la curiosidad de experimentar en nuevas áreas por su disposición de tiempo y capital. Si el proyecto les interesa estarán dispuestos a aportar.

### 3.1.3 Mecanismo 3: Desarrollo de Figuras locales y la Continuidad

Previamente se había mencionado cómo el “*Star System*” contribuyó a lo que hoy conocemos como Hollywood. A nivel doméstico también podríamos aplicar en cierto grado esta fórmula. Por las condiciones de nuestro mercado las figuras que más visualiza y reconoce el público ecuatoriano están en la televisión, por tanto, se podría apostar en otorgar papeles protagónicos o relevantes a talentos ya conocidos de la TV nacional y con una presencia regular en la pantalla chica.

Pero no solo los actores, el equipo de producción debe tener la suficiente experiencia y exposición al trabajo cinematográfico porque en palabras de Miguel Mato, cineasta argentino que ha trabajado como secretario de la Asociación de Directores Independientes de Cine argentino:

*“La cantidad no es sinónimo de calidad, sin embargo, las cinematografías para consolidarse necesitan producir y los directores tener continuidad para encontrar su propio lenguaje. Producir muchas películas abre el espacio a nuevos directores y crea un semillero del cual, seguramente, surgirán buenos realizadores, buenas películas y buenas historias.”* (Revista Mundo Diners, 2014)

### 3.1.4 Mecanismo 4: Políticas Públicas

El Estado aún tiene un rol muy grande por cumplir, en los 90 la cinematografía nacional no estrenaba más de un título por década y hoy hemos llegado al punto en donde casi se estrena una película por mes.

Para el productor, director, catedrático y último director del CNCine, Juan Martín Cueva, el impacto de la ley de fomento al cine del 2006 marca un antes y un después. Antes el estado solía invertir en el cine casi como “encargo de instituciones”. Esto le quitaba el carácter de cine independiente. Además dichas producciones se hacían de manera no reglamentada y no normada, pero con la creación de una entidad estatal y la regulación de un fondo la situación se vuelve transparente, debido a que son fondos concursables y cumplen con una serie de requisitos en pro de la cultura y el arte. Según lo manifiesta el propio Cueva, está

en la Constitución que el Estado garantice a sus ciudadanos el acceso a expresiones culturales diversas y de calidad. Esto en contraparte a la hegemonía de un solo tipo en las salas de cine, pues él considera que el Estado no solo interviene en el cine por los productores sino también es por los derechos del espectador que paga lo mismo por una superproducción de Hollywood como por una producción ecuatoriana chiquita.

Además, el hecho de que exista una institución pública que fomente la actividad cinematográfica, permite al Ecuador adherirse a plataformas internacionales como Ibermedia. Esto abre la puerta para la coproducción y la posibilidad de concursar por fondos en otros países con lo cual se potencia la capacidad de financiamiento de películas ecuatorianas. Pero, no comparte el hecho de que sea sólo el sector público quién financie el 100 por ciento de una producción y que se debe crear un mecanismo para la participación del sector privado. El cual no se incluyó en el momento de la elaboración de la ley de cine porque en el 2006 no se visualizaba el aporte económico sino solo artístico del cine.

Otro de los grandes avances desde el gobierno es la importancia de la firma del Decreto Ejecutivo 829 que establece IVA cero para servicios vinculados con la producción y gestión cultural de las industrias creativas en el Ecuador. Nuestro entrevistado resalta la importancia del decreto presidencial y de la toma de conciencia por parte del Estado sobre el movimiento económico que se está gestando a través de la cultura, entre la que se encuentra beneficiado el cine y los que trabajan en ello, pues ahora pueden formalizarse, ya que sus servicios no grabarán IVA y según su apreciación la gran mayoría de los que trabajan en arte y cultura no está formalizados con el respectivo RUAC, cuya siglas quieren decir “Registro Único de Artistas y Gestores Culturales” del cual hasta ahora solo se registran 8543 personas. (Agencia EFE, 2019)

### 3.1.5 Mecanismo 5: Establecer al Ecuador como destino fílmico

Si hacemos un paralelismo con República Dominicana el Ecuador tiene un verdadero potencial como destino fílmico. Posee una variedad de escenarios naturales debido a su cualidad de país mega diverso. Según el Centro de Seguimiento de la Conservación Mundial de las Naciones Unidas, Ecuador se encuentra dentro de los 17 países del mundo que concentran el 70 % de la biodiversidad de la Tierra. El tamaño del país también representa una ventaja pues

reduce sustancialmente costos de movilización y logística de equipos. Es conocido que en Ecuador se puede “*desayunar en la selva, almorzar en la montaña y merendar en la playa*” debido a lo compacto del país. También debemos mencionar que nuestras principales ciudades poseen una riqueza arquitectónica reconocida por la UNESCO con la declaratoria de patrimonio de la humanidad a las ciudades de Quito y Cuenca.

Aunque nuestra biodiversidad, ciudades y la cercanía es importante no sería nada, sino contáramos con carreteras aptas para el desplazamiento por nuestro territorio. Pero en este campo también se ha hecho mucho. El fondo Económico Mundial en su Informe Global de Competitividad 2015-2016 colocó a Ecuador en el puesto número 25 a nivel mundial con respecto a la calidad de sus carreteras. Sin embargo, convertir al país en un destino fílmico requiere de mucha inversión sobre todo pública. También requiere tener una legislación que normalice la inversión extranjera que entra por los gastos en la producción de películas y el uso de espacios destinados a ello. Por tanto, este es uno de los mecanismos que al menos se quiere poner en consideración para el desarrollo del sector fílmico. Ser un espacio para la filmación extranjera generaría divisas y ampliaría considerablemente el campo laboral que la oferta de la cinematografía local no logra cubrir.

### 3.1.6 Mecanismo 6: La internacionalización del Cine Ecuatoriano

Es innegable que debemos exponer más nuestro cine a otros mercados. En este sentido, los festivales internacionales son una importante plataforma. Un ejemplo es “Alba” película de Ana Cristina Barragán que fue seleccionada para participar en la categoría de Bright Future o Futuro Brillante en el Festival Internacional de Cine de Rotterdam en Países Bajos. (El Telégrafo , 2016) De hecho, en el mercado europeo el cine iberoamericano vendió 7,7 millones de entradas en el 2018. Los países europeos que más cine latino consumen son: Francia, Italia y Países Bajos. (Espinel, 2019)

Sin embargo, cabe señalar algunos problemas que deberá enfrentar nuestro cine en pro de la internacionalización: en Sudamérica las empresas distribuidoras de cine son muy pocas, los espacios para la exhibición limitados y estas dan preferencias y ventajas a los filmes extranjeros, en términos de concederles más

tiempo en cartelera, mejores horarios, mejor exhibición de sus promocionales, etc. (Larrea, 2017)

En el 2016 Iberoamerica produjo 900 películas, pero estas solo generaron 355,6 millones de dolares y contaron con una asistencia de 102,6 millones de espectadores, es decir, el 0.92 % de la recaudación mundial. La razón detrás de esta cifra recae en que las películas locales se consumen principalmente en sus países de origen. Otro dato importante es que la coproducción en este mismo año llegó al 22.8 %, por lo que se puede afirmar que una de cada cinco películas hechas en en la región son coproducidas. (La Razón Digital-EFE, 2017)

Sin embargo, a pesar de los factores en contra, buscar la internalización es un paso vital para consolidar el desarrollo del cine ecuatoriano y renovar la credibilidad del público en éste.



## CONCLUSIONES

A partir de las entrevistas realizadas y la información recolectada en este trabajo se puede concluir que el cine ecuatoriano atraviesa un buen momento en términos de producción. Esto se ve manifiesto en el número de producciones por año, como el mismo Director de la Escuela de Cine de UArtes, Juan Martín Cueva, manifestó en la entrevista realizada para este ensayo: “ya sabemos cómo hacer una película”.

En la etapa de financiamiento, aunque hay mucho por hacer los realizadores están encontrando formas de resolver esto en tiempos cada vez más cortos. Antes el realizador se encontraba absolutamente solo, las actividades culturales como el cine eran insignificantes en términos económicos. Sin embargo, cifras del 2016 registran que el 1.93 del P.I.B. corresponde a lo generado por las industrias culturales llegando a representar 1300 millones de dólares de los cuales el 44 % corresponden al sector audiovisual de acuerdo a cifras provistas por el Sistema Nacional de Cultura y el Ministerio de Cultura y Patrimonio (ICCA, 2019). Cifras como estas han motivado a que el país tome más en serio a las industrias creativas.

Por ello, el gobierno está llevando a cabo el plan “Ecuador Creativo” para que industrias culturales como la cinematográfica tengan un crecimiento del 1.93 al 3% de P.I.B. para el 2021 según las proyecciones del Ministro de Patrimonio y Cultura Juan Fernando Velasco.

Sin embargo, ya no se puede simplemente aspirar a llegar a las salas de cine, falta generar interés, consumo e invertir en promoción, que nuestras películas se no se estrenen solas, sino con la respectiva campaña promocional y el seguimiento respectivo que estudie cuál fue el comportamiento del espectador ante el producto ofrecido en cartelera.

Mejorar la distribución es la siguiente etapa, que los audiovisuales nacionales puedan tener presencia en varias ciudades al mismo tiempo; que dónde haya una sala de cine exista la posibilidad de proyectar la producción nacional. También se debe ampliar la cobertura, incrementar los espacios, tenemos 374 pantallas concentradas en pocas ciudades; hay lugares a donde el cine no llega dentro de nuestro territorio, por lo cual tenemos un público por conquistar, pero esto ya es competencia del sector privado y no de los realizadores.

Comprender que el cine es un sector que no necesita dádivas sino inversión y que esta necesita venir también del sector privado. Para ello los inversionistas deben evidenciar que los proyectos estén dirigidos a públicos cada vez más amplios o sectores del mercado que sean de su interés.

Por otro lado, el crecimiento de la producción cinematográfica representa también el crecimiento de la riqueza del país y que es una actividad que puede generar empleos. El potencial económico del cine nacional aún no ha sido explotado. Todos podemos contribuir a su desarrollo, desde el sector público a través de políticas que fomenten la sostenibilidad hasta el empresario quien podría ver en el cine una plataforma para llegar a potenciales consumidores y por supuesto, contando con el aporte de creatividad de los realizadores que generen contenido de calidad.

Finalmente, solo creyendo en lo nuestro es como vamos a industrializar al cine para que la economía no se centre en áreas como: la construcción, petróleo, banano, rosas, atún o camarón y que la diversidad pase de los afiches de cine a la economía.

## REFERENCIAS

- Agencia EFE. (7 de agosto de 2019). *Ecuador elimina el IVA para los servicios artísticos culturales.* Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/tendencias/ecuador-eliminacion-iva-servicios-artisticos.html>
- Álvarez, Y. (1 de marzo de 2019). *Destino filmico: RD se fortalece como escenario para rodajes extranjeros.* Obtenido de El Dinero: <https://www.eldinero.com.do/78826/destino-filmico-rd-se-fortalece-como-escenario-para-rodajes-extranjeros/>
- Barrero, R. (18 de abril de 2017). *El cine argentino abre otro frente de conflicto a Mauricio Macri.* Obtenido de El País: [https://elpais.com/cultura/2017/04/17/actualidad/1492461247\\_465139.html](https://elpais.com/cultura/2017/04/17/actualidad/1492461247_465139.html)
- Blanco, V. L. (19 de diciembre de 2015). *Tras los pasos del Cine en Ecuador: la producción nacional y políticas de apoyo.* Obtenido de Comhumanitas: <http://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/20156/pdf>
- Carro, N. (1997). *Un siglo de cine en.* Obtenido de Redalyc.org: <http://www.redalyc.org/pdf/267/26700811.pdf>
- Criollo, F. (27 de marzo de 2017). *El CNCine se alista para convertirse en Instituto.* Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/tendencias/cncine-alista-convertirse-instituto.html>
- DMK abogados. (2019). *Resumen ejecutivo sobre la ley No. 108-10 para el fomento de la actividad cinematográfica en la República Dominicana y su reglamento por decreto No. 370-11.* Obtenido de DMK abogados: <http://www.dmklawyers.com/resumen-ejecutivo-sobre-la-ley-no-108-10-para-el-fomento-de-la-actividad-cinematografica-en-la-republica-dominicana-y-su-reglamento-por-decreto-no-370-11/>
- El Telégrafo . (7 de enero de 2016). *Alba, película ecuatoriana, se estrenará en Rotterdam.* Obtenido de El Telégrafo: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cultura/10/alba-pelicula-ecuadoriana-se-estrenara-en-rotterdam>
- El Universo. (3 de junio de 2018). *Factor económico, el obstáculo para cine de Ecuador.* Obtenido de El Universo: <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2018/06/03/nota/6789953/factor-economico-obstaculo-cine-ecuador>
- Espinel, R. (28 de junio de 2019). *7 cifras sobre el cine iberoamericano actual que debes conocer.* Obtenido de Producción Audiovisual : <https://produccionaudiovisual.com/produccion-cine/7-cifras-sobre-el-cine-iberoamericano-actual-que-debes-conocer/>
- García, M. E. (21 de julio de 2015). *Estudio del comportamiento del mercado ecuatoriano en el año 2012 y de la inferencia de los planes de negocios para la generación de ganancias.* Obtenido de Fotocinema. Revista científica del cine y fotografía:

file:///C:/Users/DELL%20G3/Downloads/Dialnet-  
EstudioDelComportamientoDelMercadoCinematograficoE-5410837.pdf

Global Foundation for Democracy and Development. (19 de julio de 2017). *Ley de Cine 108-10: 6 años de constante crecimiento*. Obtenido de Youtube :  
<https://www.youtube.com/watch?v=5WedkzuZcbc>

ICCA. (2019). *Planificación Estratégica 2019-2022*. Obtenido de Instituto de Cine y Creación Audiovisual:  
<http://www.cineyaudiovisual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/03/Plan-Estrategico-ICCA-2019-2022-.pdf>

La Razón Digital-EFE. (17 de julio de 2017). *Iberoamérica produjo 900 filmes y logró 0,92 % de la taquilla mundial en 2016*. Obtenido de La Razón: [http://www.la-razon.com/la\\_revista/espectaculos/Iberoamerica-produjo-filmes-taquilla-mundial\\_0\\_2747725209.html](http://www.la-razon.com/la_revista/espectaculos/Iberoamerica-produjo-filmes-taquilla-mundial_0_2747725209.html)

Larrea, C. (2017). *Políticas públicas: su influencia en las dinámicas de producción y consumo de cine ecuatoriano (2006-2016)*. Obtenido de Inmovil:  
file:///C:/Users/DELL%20G3/Downloads/26-Texto%20del%20art%C3%ADculo-189-2-10-20171217.pdf

Leticia, B. (22 de mayo de 2018). *Diseño de modelo de financiamiento para la producción*. Obtenido de Universidad Católica Santiago de Guayaquil:  
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/10793/1/T-UCSG-POS-MAE-166.pdf>

Maldonado, C. (21 de febrero de 2014). *El cine ecuatoriano entre la cantidad y la calidad*. Obtenido de Revista Mundo Dineros: <http://www.revistamundodineros.com/?p=3505>

Mango, A. (10 de febrero de 2019). *Cinco claves de los mercados latinoamericanos que emergen a la sombra de Hollywood*. Obtenido de The Hollywood Reporter :  
<https://www.hollywoodreporter.com/lists/5-key-latin-american-markets-emerging-hollywoods-shadow-1184758/item/brazil-5-key-latam-markets-berlin-2019-1184761>

Moraes, C. (6 de enero de 2017). *El cine y las producciones brasileñas dan la espalda a la crisis*. Obtenido de El País:  
[https://elpais.com/cultura/2017/01/05/actualidad/1483654660\\_439512.html](https://elpais.com/cultura/2017/01/05/actualidad/1483654660_439512.html)

Nodal. (12 de agosto de 2019). *Ecuador elimina el IVA a servicios culturales y busca impulsar las industrias creativas*. Obtenido de Noticias de América Latina y el Caribe :  
<https://www.nodal.am/2019/08/ecuador-elimina-el-iva-a-servicios-culturales-y-busca-impulsar-las-industrias-creativas/>

Requenes, K. (27 de marzo de 2014). *Breve historia del cine Mexicano*. Obtenido de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=3HBjuD8MvcM>

Saberia. (s.f.). *¿Cuáles son las majors de Hollywood?* Obtenido de Sabería :  
<http://www.saberia.com/cuales-son-las-majors-de-hollywood/#comments>

Salazar, G. G. (2009). *Los inicios de Hollywood*. Obtenido de duiops.net:  
<https://www.duiops.net/cine/inicios-de-hollywood.html>

- Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (s.f.). *Estímulo Fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción y Distribución Cinematográfica Nacional (EFICINE)*. Obtenido de Gobierno de México : <https://www.estimulosfiscales.hacienda.gob.mx/es/efiscales/eficine>
- Serrano, J. A., Encinas, E., & Berrendo, O. (2019). *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2019*. Obtenido de Egeda: <http://www.egeda.com/documentos/PanoramaAudiovisualIberoamericano2019/Panorama%20Audiovisual%20Iberoamericano%202019.pdf>
- Sputnik. (19 de octubre de 2016). *Ir al cine: un hábito en declive en América Latina*. Obtenido de Sputnik: <https://mundo.sputniknews.com/america-latina/201610191064211892-asistencia-cine-latinoamerica/>
- Vidya-mitra. (15 de octubre de 2017). *Historia del cine latinoamericano I: Inicios y la era muda*. Obtenido de Youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=bU5RZkDQW0E>
- VisualPolitik. (11 de septiembre de 2017). *¿Por qué HOLLYWOOD fue creado por INMIGRANTES?* Obtenido de Youtube : <https://www.youtube.com/watch?v=HqoLya5v9Zg>

## ANEXOS

### **Entrevista a Juan Martín Cueva, exdirector del CNCine y Director de la Escuela de Cine de la Uartes.**

*¿Cómo siente usted que los fondos han aportado al desarrollo de la cinematografía en el Ecuador? ¿Hay un antes y un después? ¿Hay un impacto?*

Yo, pienso que el impacto es evidente y si se puede hablar de un antes y un después, pero no es solamente el financiamiento directo. En febrero del 2006, se expide la ley de Fomento del Cine Nacional, uno de los componentes importantes de esa ley son las convocatorias al Fondo de Fomento Cinematográficos. Primero es importante recalcar la incidencia que tiene la existencia que tienen los fondos públicos que además son concursables, reglamentados, transparentes con un mecanismo de selección técnico adaptado a la realidad de la producción cinematográfica. Antes, si había de alguna manera la inyección de recursos públicos en producciones cinematográficas, pero no reglamentada, no normada y muchas veces como encargos de instituciones, entonces ya, le cambia la naturaleza de la obra, si es que uno hace una película para el Banco Central del Ecuador ya no es una película independiente, entonces en ese sentido si hay un antes y un después.

Aparte de los fondos hay otros mecanismos de fomento, por ejemplo, a partir del momento que existe el CNCine, es decir, existe una institución pública encargada del desarrollo de cinematografía local, el Ecuador puede adherirse a programas y proyectos internacionales como Ibermedia. En Ibermedia, inmediatamente hay la posibilidad de coproducir y de acceder a fondos nacionales y del otro país también. Eso potencia la capacidad de financiamiento de las películas ecuatorianas.

*¿Cree que por la fluctuación en el presupuesto hay una incidencia en el número de producción?*

Hay una precisión que hay que hacer, hay muchísimas películas que se estrenan en el Ecuador que no acceden a los fondos del ICCA (Antes CNCine). Un fondo de fomento desde el Estado no puede reemplazar un movimiento económico que tiene que darse y también está la posibilidad de que el sector privado invierta en cinematografía, para eso se pueden dar cierto tipo de incentivos, de estímulos, cierto tipo de exoneraciones fiscales, beneficios, que tiene una empresa o un

inversionista que en lugar de invertir en algún otro ámbito de la economía pueda invertir en producción cinematográfica.

La manera de fomentar el cine no es solo desde un fondo, puede ser a través de mecanismos que faciliten la inversión privada en cine, puede ser a través de mecanismo de apoyo de fomento a mejor circulación de las películas. Es decir, si yo invierto 500 000 dólares en hacer una película, si el estado me ha dado 200 000 dólares para hacerla y si además me ayuda a que mi película circule mejor y se venda mejor, circule de manera más amplia, sea vista por televisión, sea distribuida a través distintas plataformas, finalmente también me beneficio. No puedo apostarle a que el estado invierta directamente todo el presupuesto que yo necesito para hacer una película, también es una actividad de riesgo y a mí me parece sano que así sea.

*¿Por qué el estado tiene que financiar el cine? ¿Qué pasaría si no lo hiciera?*

El problema es que estamos hablando de un campo del mercado que está totalmente distorsionado por factores externos. A qué me refiero las salas de cine del Ecuador están prácticamente copadas por producción de un solo tipo que es la gran producción hollywoodense de entretenimiento. El espectador paga lo mismo para entrar a ver una súper producción hollywoodense o una película chiquita ecuatoriana, no le están diciendo cual es más barata. No, la entrada cuesta tanto, y se acabó.

Si el estado no interviene en un mercado tan inequitativo le niega la oportunidad al espectador, no estoy hablando solo de los cineastas, pero al espectador se le está negando al acceso establecido en la constitución nuestra de que, el ciudadano tenga acceso a expresiones culturales diversas y de calidad. Entonces si yo dejo que las leyes del mercado sean las que rijan en el mercado cinematográfico, estoy desapareciendo el cine minoritario, el cine independiente, el cine de otros países y el cine nacional frente a una hegemonía absoluta de un solo tipo de producción que es Hollywood.

No me parece justificable que el estado diga *“bueno es una actividad privada ustedes encuentren una la manera de auto sustentarse yo no tengo nada que ver con eso”*. ¿Por qué? Porque al Estado le debería interesar que existan que expresiones de nuestra diversidad cultural, no solo en cine, en teatro, en pintura, en música, es decir, no es un lujo, no es una cosa imprescindible, no es algo que da

igual. Ahí hay una responsabilidad del Estado que es fundamental con la cultura, con las artes, con la diversidad cultural de la nuestra sociedad, pero también con la población.

*¿Por qué no se incluyó al sector privado con respecto a los incentivos fiscales en la Ley de Fomento al Cine Nacional desde el comienzo?*

No creo que (esto) haya sido consiente, pensado en vamos a excluir a esto. Lo que pasa es que cuando se discute la ley, el cine todavía no era una actividad que visibiliza su aporte a la economía, entonces no es un negocio, creo que podemos afirmar hoy que el cine no es un negocio en términos capitalistas. Si yo tengo cien mil dólares soy un inversionista, quiero invertir en alguna cosa que me de plata, no hagas una película, no te va a dar plata. Invierte en camarones, café, cacao, en banano, más allá de sus gustos o de las ganas que tenga (el inversionista) de ver su nombre asociado a proyectos culturales distintos, tengo que tener un incentivo para invertir y eso no se visibiliza.

El cine no es solo la parte artística también es la parte del movimiento económico que genera. Una película puede generar fácilmente cien puestos de trabajos. Cuando se filma una película en Loja, la ciudad recibe una serie de gente que viene, que se aloja en hoteles, que consume en restaurantes, que le contrata a la costurera para hacer el vestuario, le contrata al carpintero para hacer la escenografía, pero eso no se visibiliza, entonces es bien difícil que el estado tome conciencia, pues lo asume solo como arte como cultura.

El gobierno actual ha firmado un decreto que establece el IVA 0 para servicios vinculados con la producción cultural, eso es fundamental, pero recién ahora es posible. Ahora es que se ha convencido a las distintas instancias del gobierno de que aquí hay una actividad económica y si fomentamos eso vamos a permitir que un movimiento económico se beneficie y se haga aquí en lugar de otros países o incluso que se haga formalmente en lugar de hacerse informalmente.

*¿Cuándo se va a desarrollar una industria cinematográfica en el Ecuador? ¿Qué nos falta para convertirnos en una industria?*

Para que haya una actividad industrial tiene que haber patrones de producción, de consumo y circulación que sean estables. Antes cuando se estrenaba una película



en el Ecuador no se tenía apoyo ni del estado, ni en el mercado, ni en la sociedad. El cineasta tenía que hacer todo. Ahora hablamos de un sector que se va industrializando, se van creando oficios que poco a poco se van convirtiendo en profesiones diferenciadas, antes era imposible encontrar a alguien que se dedicara solo a los efectos visuales, porque no había necesidad, era absurdo; ahora tu puedes plantearte tu proyecto, hacer la película y decir: *bueno necesito a alguien que haga efectos visuales, necesito alguien que haga la promoción y marketing de mi película*. Entonces tengo alguien que puede hacer, lo que saber hacer porque ya lo ha hecho varias veces y se empieza a mover todo el aparato, eso todavía no tenemos en el Ecuador, pero estamos en ese camino.

El riesgo es que esa industria no genere sus consumidores, ese es gran problema ahora, podemos resolver el problema de la producción, ya sabemos cómo se hace una película, hay distintos tipos de estéticas, de temáticas, géneros, pero casi la regla general es que cuando se terminan las películas tienen una circulación muy insuficiente, un resultado de taquilla muy frustrante para todo el mundo y el retorno no llega; o sea si no hubiera subvenciones, estímulos y ayudas estatales estarían en la quiebra todos los cineastas, porque es imposible en este momento recuperar la inversión. Ahora el territorio por conquistar ya no es tanto el de la producción, es la difusión. Hay que dejar de pensar en las salas de cine como la única opción, pero si solo le apunto a eso, estoy destinado al fracaso. Quiero que la película esté en salas, pero también quiero se venda en plataformas digitales, que tenga difusión por televisión, que se estrene en el exterior, eso ya se está consiguiendo poco a poco.

Hay ejemplos interesantes como *La Mala Noche* de Gabriela Calvache, esa película ya se vendió en Japón, Corea, en México o sea ya tuvo resultados en otras economías antes que la nuestra. Eso es interesantes porque el cineasta ya empieza a pensar más allá. Si hago una película pensando solo en el mercado local y solo para salas de cine, si tengo la mala suerte de que mi película estrena con "*El Rey León*" no voy a tener más de 2000 espectadores y con eso no pagas ni la décima parte de lo que has invertido de riesgo sin contar las subvenciones.

## **Entrevista a Alberto Pablo Rivera, director, actor y productor.**

*Aparte de los fondos del ICCA ¿Qué otros mecanismos de financiamiento pueden aplicar los realizadores?*

Antes de que se convierta en el ICCA, cuando aún se llamaba el Consejo Nacional de Cine yo estaba ahí como representante de los actores y técnicos y luego el de los directores se fue y me convertí en el representante de los directores, éramos dos, los únicos representantes civiles de todo el sector de cine del país para los fondos concursables del Consejo Nacional de Cine junto con otros ministros y abogados que decidían para donde iba la plata para fomento. Entonces, habiendo estado ahí adentro desde mi experiencia siento que es bastante difícil acceder a los fondos estatales como única forma de financiar películas.

Porque cuando estrenan los hacen después de casi ocho años, porque tienes que ganar en todas las fases. Digamos que intentas ganar en guion, si ganas en guion eso es un fondo solo para guion, luego intentas ganar para producción, no es obligado, pero tienes más oportunidad porque ganaste el premio anterior, si ganas en producción tienes que esperar hasta el siguiente año, ganas el siguiente año tienes que esperar un año para que te den la plata, recién ahí puedes producir, después tienen que aplicar para el fondo de post producción un año después para aplicar y otro año para recibir el dinero y luego recién viene el fondo de distribución. Digamos que tienes excelente suerte y tu proyecto es magnífico y es justo lo que el gobierno quiere financiar, etc. te lo pueden condicionar en temática y aparte de eso se puede demorar cinco años solo en recibir todos los fondos de la película. Para mí no tiene sentido, yo en cinco años puedo hacer tres películas.

En dinero vs tiempo para mí no es económicamente rentable hacer eso, entonces como yo vengo de un background más comercial porque empecé a trabajar en televisión, incluso llegué al punto de vender mi propia serie a un canal de televisión, ya entendía como era eso de invertir con tu propio dinero en hacer un piloto, con el piloto poder mostrarlo a diferentes empresarios. La mayoría va a decir que no, pero alguno va a decir que sí hasta por interés. Si tu producto es interesante para el empresario va a ser interesante para un público porque ellos son el público más difícil es la gente que va a dar dinero. Así funciona el negocio, el primer filtro son los empresarios si ellos te pueden dar veinte mil, cincuenta mil y cien mil dólares es porque es un tema que el público le va a gustar. Entonces, para mí tiene más sentido buscar el financiamiento de la empresa privada.

### *¿Cómo logró el financiamiento de Sexy Montañita?*

Hice un piloto eso me costó siete mil dólares de mi dinero, pagué actores, alquilé las cámaras, los equipos y el viaje a Montañita, que dura como unos ocho minutos que te contaba unas tres a cuatro escenas de la película para que se puede percibir un saborcito aparte de tener el guion, nadie iba a leer el guion para darte la plata, sino que tienen que ver algo extra, tienen que ver un video y esos *pitch(es)* que aprendí a hacer en Estados Unidos es como vender un piloto de TV tienes que hacer un capítulo uno para que el canal o la cadena te compren el resto de la temporada basado en el capítulo uno.

Es lo mismo, si alguien te va a dar dinero tienes que demostrarles por qué. Algo que es como regla de oro en ventas es la gente no compra productos, la gente compra gente. Al ir tan preparando con una carpeta financiera que explicaba todo el proyecto, al ir con el guion terminado, que igual no lo iban a leer, al ir con este video demo para que puedan ver cómo se va a ver la película sin financiamiento completo, si así se ve sin plata imagínate con plata. Pero la parte más importante es uno como artista, cómo uno se vende, como el visionario, como el líder de este barco en el cual ellos van a querer invertir. Tienen que confiar en ti, tienen que saber que es una buena estrategia apostar por ti.

### *¿Por qué cree que el Product Placement es una estrategia poco explotada?*

Simplemente porque no hay referentes anteriores aún. Yo creo que el Product Placement va a ser la salvación del cine en el Ecuador. Soy de los pocos rebeldes que piensan que es una forma de hacer cine; actualmente tengo una empresa de cine publicitario y veo como se mueve bastante dinero en ese negocio y son solo en piezas comerciales de treinta segundos a un minuto. Imagínate replicada esa fórmula ¿cuánto se podría mover para algo más largo? Entonces, yo sí creo que las marcas son quienes tienen el capital y tienen el recurso y tienen las intenciones y tienen la necesidad de invertir en publicidad, entonces ¿por qué no pagar lo mismo que gastan en un comercial o dos en ser parte de una película? Que sumado al resto de marcas ya tienes el presupuesto completo.

De hecho, yo en este momento estoy trabajando en una película basada en ese modelo de negocios. Le cobro a las marcas por estar en mi proyecto, lo cual es un poco rebelde, en lugar de pedir plata como si fuera caridad, esa simple inversión

psicológica hace que ellos (los empresarios) se quieran sentir parte de esto. Creo que a través de la publicidad se puede financiar el cine como en Hollywood.

*¿Cree que es cultural que vemos al cine solo en el aspecto artístico?*

Es cultural, es la educación en las universidades que te dicen que esto está mal. Te dicen que si haces dinero con el arte estás vendido. Pero ¿alguien duda que Quentin Tarantino es un artista?, ¿alguien duda de que sus trabajos son obras de arte? ¿Alguien duda que él se gane millones con sus películas? No necesariamente lo uno, es lo uno y lo otro es lo otro.

El mundo no es blanco y negro, yo pienso que el arte exitoso merece ser valorado y bien remunerado como cualquier otro negocio. Debemos sacarnos ese chip, de que para ser artista todo tiene que ser gratis. Hay que pensar en públicos, hay que pensar en dinero, porque si no piensas en dinero no vas a poder continuar con este proceso. Vas a hacer una vas a luchar cuesta arriba, te vas a deprimir, te vas a cansar, nadie la va a ver, no porque sea buena o mala simplemente porque no tuviste el dinero para promocionarla, porque no hay suficiente dinero alrededor del producto para que se atractivo. Pienso que todo eso influye en el negocio del arte y yo lo veo como un negocio porque vivo de esto. Tengo muchos compañeros que son artistas, que son cineastas, pero hacen una película cada cinco años o cada diez años y no viven de eso, viven de cualquier otra cosa que no está relacionada a las artes entonces finalmente ¿quién es más artista el que trabaja todos los días en el arte, pero gana dinero de ello y da empleo a otra gente, o el que dice ser artista y trabaja una vez cada diez años?

*¿Quiénes en el sector privado tienden a financiar proyectos fílmicos?*

Generalmente, marcas publicitarias que ya tienen su capital para marketing y destinan del 15 a 20 por ciento de sus ingresos anuales como Coca Cola, Pilsener que superan el millón o dos millones al año en publicidad; si de eso dieran el cinco por ciento al cine solo con una marca, imagínate el resto, ese es el camino uno.

Ahora camino dos hay empresarios que puede que estén jubilados, sus hijos están grandes, señores económicamente estables, que no tienen ya gastos o inquietudes en la vida porque ya hicieron todo lo que querían hacer a ello les parece interesante (invertir en el cine) porque el mundo del cine es bastante mágico y cualquier

persona no importa de qué profesión sea le va a interesar ser parte de una película y muchos de ellos están interesados en ser productores ejecutivos, en darte el dinero, tomar unas tres cuatro decisiones del proyecto, acompañarte y ser como testigo y sentirse parte de (la película) sin haber estudiado cine, sin saber cómo funciona, pero les da mucha curiosidad. El perfil de hombre o mujer con dinero de cierta edad en la que quiere experimentar o invertir (en cine) y no le va a afectar psicológicamente en caso de algo vaya mal, ese es el perfil adecuado (de empresario) para financiar películas.



## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Pillasagua Castro, Diana Beatriz**, con C.C: # 0926729229 autor/a del **componente práctico del examen complejo: Identificación de Mecanismos para el fomento de las producciones cinematográficas en el Ecuador**, previo a la obtención del título de **ingeniero de producción y dirección en Artes Audiovisuales** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

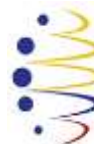
2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 17 de septiembre del 2019

f. \_\_\_\_\_

Nombre: **Pillasagua Castro, Diana Beatriz**

C.C: **0926729229**



## REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

### FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Identificación de Mecanismos para el fomento de las producciones cinematográficas en el Ecuador.		
AUTOR(ES)	Pillasagua Castro, Diana Beatriz		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	García Velásquez, María Emilia		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Artes y Humanidades		
CARRERA:	Ingeniería en producción y dirección en artes audiovisuales		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en producción y dirección en artes audiovisuales		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	17 de septiembre del 2019	No. DE PÁGINAS:	33
ÁREAS TEMÁTICAS:	Arte, Cultura, Humanidades		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Industrialización, Cine Ecuatoriano, Financiamiento, Estrategias, Comercialización		
RESUMEN/ABSTRACT:	<p><i>El presente ensayo tiene por finalidad analizar la realidad de la cinematografía ecuatoriana, en cuanto a su aspecto comercial y la determinación de los principales obstáculos para el desarrollo de una actividad artística audiovisual que sea económicamente rentable y sostenible.</i></p> <p><i>Primero, partimos de una revisión documental sobre el desarrollo de la producción cinematográfica en Iberoamérica desde sus inicios hasta la actualidad incluyendo el caso, Ecuador.</i></p> <p><i>Luego se identifican estrategias e iniciativas que se han dado en la región para fomentar la producción de películas a nivel local y a partir de esta recolección de información, más entrevistas a expertos relacionados al medio, se esbozan una serie de mecanismos que se podrían aplicar a futuro en el Ecuador para potenciar su nivel de producción cinematográfico e impacto en el mercado.</i></p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-2670772 0990078344	E-mail: <a href="mailto:diana.pillasagua.castro@gmail.com">diana.pillasagua.castro@gmail.com</a>	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: TOMALÁ CALDERÓN BYRONE MAURICIO		
	Teléfono: +593-4-0960283943		
	E-mail: <a href="mailto:byrone.tomala@cu.ucsg.edu.ec">byrone.tomala@cu.ucsg.edu.ec</a>		
<b>SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA</b>			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			