



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

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

TEMA:

**Análisis de la importancia del tráiler para las películas y como lo están
manejando las producciones cinematográficas en Guayaquil.**

AUTOR:

Hugo Orlando Franco Oñate

**Componente práctico del examen complejo previo a la
obtención del grado de
INGENIERO EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES**

TUTORA:

Lcda. Romero Morán Diana Edith, Mtr.

Guayaquil, Ecuador

8 de marzo de 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Hugo Orlando Franco Oñate**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales**.

TUTORA

f. _____

Lcda. Romero Morán, Diana Edith, Mtr.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Lcda. García Velásquez María Emilia, Mgs.

Guayaquil, al 8 del mes de marzo del año 2021



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Hugo Orlando Franco Oñate**

DECLARO QUE:

El **componente práctico del examen complejo, Análisis de la importancia del tráiler para las películas y como lo están manejando las producciones cinematográficas en Guayaquil**, previo a la obtención del título de **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, al 8 del mes de marzo del año 2021

EL AUTOR

f. 

Hugo Orlando Franco Oñate



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

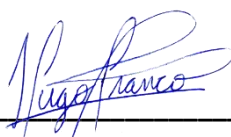
AUTORIZACIÓN

Yo, **Hugo Orlando Franco Oñate**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **componente práctico del examen complejo, Análisis de la importancia del tráiler para las películas y como lo están manejando las producciones cinematográficas en Guayaquil** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, al 8 del mes de marzo del año 2021

EL AUTOR:

f.  _____

Hugo Orlando Franco Oñate

REPORTE URKUND

Guayaquil, 28 – 02 – 2021

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

Presente

Sírvase encontrar a continuación el presente el print correspondiente al informe del software antiplagio URKUND de “Análisis de la importancia del tráiler para las películas y como lo están manejando las producciones cinematográficas en Guayaquil”, una vez que el mismo ha sido analizado y se ha procedido en conjunto con el estudiante: **Hugo Orlando Franco Oñate** a realizar la retroalimentación y correcciones respectivas de manejo de citas y referencias en el documento del Trabajo de Titulación del mencionado estudiante.



Atentamente,

Lcda. Diana Romero Morán, Mtr.
Docente Tutor

Agradecimiento

Con el presente trabajo de titulación agradezco a mi familia por su apoyo incondicional en todas las etapas de mi formación, a mis queridos padres que nunca dejaron de brindar su cariño y atención, en especial a mi padre Hugo Franco, que sin él no hubiera sido posible esta titulación, gracias a su ardua labor como padre. De la misma forma agradezco a madre Marina Oñate con su increíble amor que junto a mi hermana Valeria Franco Oñate me han impulsado en todos los aspectos de mi vida.

De igual forma, agradezco a mi Tutora de Tesis la Lic. Diana Morán, gracias por el apoyo y la comprensión se logró culminar la tesis con éxitos a pesar de las diversas adversidades.

Dedicatoria

El presente trabajo de titulación va dedicado a mi abuela el Georgina Piedad Villalva que su amor incondicional me ha llenado por años, en todos momentos ha estado para mí.

Así mismo a mis padres Hugo Franco y Marina Oñate quienes nunca dejaron de alentarme este largo camino de aprendizaje. A mi hermana que siempre me estuvo empujando a seguir adelante.



**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

INDICE

Agradecimiento.....	VI
Dedicatoria	VII
INDICE	IX
Resumen	X
ABSTRACT	XI
INTRODUCCIÓN.....	2
1. CONTEXTO HISTORICO DEL TRÁILER	5
1.1Tráiler	5
1.2 Características del Tráiler	6
1.3 Estructura Tráiler	6
1.4 Tipos de tráileres	7
2. EL ORDEN DE LA CAMPAÑA.....	8
2.1 Un año previo del estreno	8
2.2 Seis meses previos del estreno	9
2.3 Tres meses previos del estreno.....	9
2.4 Un mes previo y durante la semana del estreno.....	9
3. CONTEXTO NACIONAL E INTERNACIONAL	10
3.1 Industria de tráiler en Estados Unidos	10
3.2 Industria Tráiler en Ecuador	11
4. CONTEXTO LATINOAMERICANO.....	12
5. IMPORTANCIA DEL TRÁILER.....	13
6. ACTUALIDAD DEL TRÁILER EN LA INDUSTRIA ECUATORIANA.....	14
6.1 From core to sun	15
6.2 La dama tapada	17
CONCLUSIÓN.....	19
Bibliografía.....	21
ANEXOS	23
Anexo 1	23
Anexo 2	25
Anexo 3.....	30
Anexo 4.....	33

Resumen

El presente ensayo resalta la importancia del tráiler como pieza cinematográfica propia, e independiente de un largometraje. Si bien, la industria cinematográfica ecuatoriana tiene poco tiempo y compite en un campo ya desarrollado con respecto a Estados Unidos que nos lleva casi medio siglo de ventaja; cuenta con el personal y equipo técnico capacitado para competir internacionalmente gracias a las tecnologías actuales, por ello se identifica y plantea la necesidad de crear una industria de tráiler pionera en Ecuador. Para comprender un tráiler se analizan sus características y evolución en la industria del cine a través de las décadas. Este ensayo se basa en información obtenida de recopilación de datos procedente de la investigación de este género, mediante entrevistas a expertos; Shanna Robalino, productora de “From Core to Sun,” producción privada del Ecuador y Josue Miranda, director de “La Dama Tapada”. Desde esta experiencia se expone la necesidad que surja una industria de producción de tráileres donde se centra toda la atención en la creación, producción y distribución del tráiler.

Palabras clave: tráiler, cinematografía, largometraje, industria y producción

ABSTRACT

This essay highlights the importance of the trailer as its own cinematographic piece, independent of a feature film. Well, the Ecuadorian film industry has only been competing there in a field already developed with respect to the United States, which is almost half a century ahead of us; It has the personnel and technical equipment trained to compete internationally thanks to current technologies, which is why it identifies the need to create a pioneering trailer industry in Ecuador. To understand a trailer, its characteristics and evolution in the film industry through the decades are analyzed. This trial was based on information obtained from data collection from research on this Genre, through interviews with experts; Shanna Robalino, producer of "From Core to Sun", a private production from Ecuador and Josue Miranda, director of "La Dama Tapada". From this experience he exposes the need for a trailer production industry to arise where all attention is focused on the creation, production and distribution of the trailer.

Keywords: trailer, cinematography, feature film, industry and production

INTRODUCCIÓN

El tráiler es más que una herramienta de marketing, posee autenticidad ya que en menos de dos minutos de manera dinámica trata de atraparte a ver el largometraje completamente, creando una expectativa al espectador. Hay otras herramientas que atrapan al espectador como los afiches, volantes, fotos, sinopsis, entre otros. Cabe recalcar que el único indicado para causar la mejor primera impresión de un producto es el tráiler mostrando de que va a tratar todo el proyecto, apelando a la intriga del consumidor.

Dentro de la industria del cine, el tráiler es el producto más adaptable a diferentes medios de comunicación actuales, a pesar de la importancia del tráiler aún no existe una industria ecuatoriana que se dedique exclusivamente a la creación del tráiler. A nivel internacional esta industria tiene su realce, por lo tanto, se ha manejado de mejor manera a través de las décadas a diferencia del contexto nacional. (Isabel & García, n.d.)

La industria cinematográfica ecuatoriana está atrasada 29 años a consideración de Estados Unidos que empezaron en 1895 de la mano de los hermanos Lumiere mientras que en nuestro país se encontraba a una próxima revolución liderada por Eloy Alfaro. Demostrando un claro atraso a nivel nacional solo por el desarrollo tercermundista del país, no fue hasta los 80s donde hubo un segundo “boom” del cine ecuatoriano, tomándose varias décadas para su inicio y su progreso posterior. (Galeano Galea, 2019)

En 1919 Estados Unidos crea la National Screen Service (NSS) iniciando con ello la producción y distribución de tráileres de las películas de esas épocas, mientras que en Ecuador recién en 1930 empieza a llegar el cine sonoro con ello trayendo recién los primeros tráileres televisados. Todo esto muestra el continuo retraso por ende poco interés mostrado al tráiler ecuatoriano ya que teniendo varios años de retraso tuvo que nivelarse al nivel extranjero antes de enfocarse en un tema específico, que actualmente todavía no se ha logrado desarrollar. (Violeta Yalilé Loaiza Ruiz, n.d.)

El tráiler ha evolucionado junto al cine, desde la época del cine mudo, mostrando un montaje lineal de lo que iba a tratar el largometraje, pasando por la era blockbuster, donde se adapta más al formato televisivo masivo, hasta nuestra actualidad donde el impacto sonoro y de imágenes impone. Cada vez se crean nuevas formas de consumo audiovisual, gracias al internet y a las empresas que buscan satisfacer las necesidades de los espectadores. (Francisco Jose Valdivia Clavijo, 2018)

Este análisis trata revolucionar el pensamiento que se tiene del tráiler en Ecuador, principalmente en Guayaquil, ya que en la ciudad de Quito han intentado crear una industria destinada al marketing de tráileres, pero sin mayor logro, quedándose exclusivamente en propuestas. Teniendo en cuenta que actualmente la globalización nos ha permitido tener una competencia más pareja entre países, nacionalmente ya se debería haber creado una industria exclusiva para el tráiler y con ello que las productoras se encarguen únicamente del producto, es decir, del largometraje.

Pese al claro ejemplo de diversas industrias extranjeras que han avanzado, actualmente en nuestro país no se ha realizado un cambio por introducir una industria del tráiler, conociendo que esta es una carta de presentación de todo largometraje audiovisual. Actualmente el tráiler es muy versátil se adapta a nuestras circunstancias y medios tecnológicos, debido a todo esto es necesario conocer más del tráiler, generando una mayor importancia, conciencia del desarrollo de la industria productora y distribuidora de tráileres dentro de Ecuador. (Dornaletche Ruiz, 2009)

El objetivo es cambiar la perspectiva de la cultura ecuatoriana acerca de trailers y su industria, se procede a realizar una comparación entre nuestro país y Estados Unidos, que han dedicado su tiempo y esfuerzo en emerger una industria que cumple con las expectativas deseadas. Como referencia tenemos Mark Woollen de exponente, quien antes de interesarse en cifras busca representar la identidad de la película, dando importancia al mensaje y gracias a ello poder llegar al espectador promedio que pocas veces tiene conocimiento de cultura cinematográfica.

Actualmente en nuestro país no se muestra un índice de crecimiento al contrario se encuentra detenido y las producciones no aumentan cada año como en la década anterior. Por ello la importancia de resaltar el papel que tiene el tráiler en la película. El auge de esta industria puede sacar a flote a la industria del cine del estancamiento ya que la cultura ecuatoriana considerando para este estudio no tiene una enseñanza adecuada, viendo al cine como un mero entretenimiento, sin darle su aprecio como industria. (Shahzad Amer et al., 2019).

1. CONTEXTO HISTORICO DEL TRÁILER

1.1 Tráiler

La industria cinematográfica empezó su apogeo con el descubrimiento del kinetoscopio en 1843. se emplearon diferentes soportes para realizar publicidad estos eran carteleras y prensa (Dornaletche Ruiz, 2009). Según dato obtenidos de la revista científica edición complutense:

“En 1904 se utilizó al inicio la linterna mágica, evidentemente su objetivo fue promover el cortometraje *Mephisto en su laboratorio* cabe recalcar que en el año de 1904. Recién 1909 los productores no era relevante promocionar las películas, ya que las primeras piezas producidas eran muy cortas y no existía suficiente información sobre el material cinematográfico” (Dornaletche Ruiz, 2009).

En el año de 1912 empezó a contar con estrategias publicitarias donde se ubicaban rótulos que pretendían asegurar la atención del espectador en próximos episodios, al pasar los años fueron perfeccionándolos en 1915- 1916 el tráiler incorporó por primera vez algunas escenas de la película; el objetivo de aquel era presentar pistas sobre lo que trataría la película, posteriormente en 1920 fueron perfeccionando la técnica donde esta incluida una breve introducción, título inicial, pequeño desarrollo y título final de forma suspensiva Además, en 1933 se empieza a utilizar por primera vez lo que se llamó la imprenta óptica, que se basaba en generar efectos visuales mezclando sonido, música, diálogos y algunas escenas. (Bort Gual et al., 2011)

Esta última estructura es la más parecida a la que se utiliza en la actualidad, efectivamente con cambios narrativos, retóricos significativos y diferentes diversidades haciendo más llamativo para la audiencia. Cabe recalcar que los cambios que se efectúan van adecuando a una demanda creciente del público. (Bort Gual et al., 2011)

1.2 Características del Tráiler

Uno de los parámetros más importantes que presenta el tráiler es atraer la atención del público, ya que se implementa diversas estrategias según la campaña. La principal característica es mostrar el producto, el segundo punto es prometer, esta es una acción que permite al espectador descubrir que todavía hay más. En la primera característica se presenta una acción informativa sobre los diferentes puntos que se llevara a cabo en la trama. En su segundo punto hace referencia hacia la argumentación es decir crea un engranaje publicitario del marketing para promocionan películas.(Ruiz Dornaletche, 2007)

Además, un punto específico de los tráileres cinematográficos es que adaptan la forma audiovisual del producto que promocionan como código expresivo y además éste se estructura en torno a una narración. Esta última característica está relacionada con la naturaleza discursiva de los tráileres. Al igual que muchos spots publicitarios, los tráileres giran en torno a una narración (Ruiz Dornaletche, 2007).

Las características anteriormente mencionadas, las tres tiene una referencia de gran importancia donde lo destaca, según Jon Dornaletche Ruiz:

“El progreso a un nivel mimético y diegético, también se lo emplea como componente de material audiovisual lo cual lo hallamos en una narración principal. Por lo que hace referencia que se volverá al observar iguales características como imágenes sonidos y diálogos que se escucha en el tráiler” (Ruiz Dornaletche, 2007).

1.3 Estructura Tráiler

El Tráiler debe de contener una introducción, una exposición, una argumentación y una conclusión pues cabe recalcar que son puntos clave para el desarrollo del mismo. Estos elementos se organizan en tres secciones: títulos de crédito, escenas representativas y fechas de estreno.(Valdivia Clavijo, 2018)

La Introducción se expresa con imágenes donde se estará introduciendo el tema, se introducen los títulos y normalmente las imágenes de la productora para empezar a captar la atención. Por otra parte, el desarrolla la acción definiendo claramente el tema de la película, el espacio, los conflictos principales y se conocen a los personajes, por ende, intenta despertar el interés del espectador.

La argumentación muestra diferentes parámetros insumos que aseguran que la película va a ser un éxito, los personajes más valorados, los premios adquiridos por parte del equipo, el cineasta y todo elenco. La conclusión expone los recursos para captar al público en algunos casos se deja la trama abierta y se incluyen los créditos. (Valdivia Clavijo, 2018)

1.4 Tipos de tráileres

Existen una diversidad y cada uno tiene su finalidad de los cuales estaremos mencionando:

- Teaser Trailer: " Es usualmente empleada en el cine lo cual permite una mención preliminar del largometraje. Como características tiene que es de corto tiempo, de muy breve duración en una campaña publicitaria, generalmente la intención es cautivar la atención del público un poco antes de que empiece la campaña publicitaria". (Ruiz Dornateche, 2007)
- Theatrical Trailer: "Es el tráiler tradicional, el comúnmente expuesta en los salones de cine. Generalmente el tiempo postulado por Motion Picture Association of America el cual corresponde entre un dos minutos y los dos minutos y medio".(Ruiz Dornateche, 2007)
- Clip trailers: " Particularmente tratan de mostrar escenas propias del filme que se publicara. El objetivo es presentar cortas secuencias, estas deben de presentarse en una duración menor al minuto, y sin

necesidad obligatoria de un fondo musical, por lo que las escenas propuestas son de una producción anticipada por ende no contienen todos los materiales definitivos tanto como el código visual ni el sonido completamente bien determinados".(Ruiz Dornaletche, 2007)

- Creative trailers: "El tráiler emplea material propio, no empleara material facilitado, el cual se emplea en la presentación de la película que se expone, es decir, la necesidad de crear material inédito".(Ruiz Dornaletche, 2007)
- Featurette: Se conoce a este tipo de tráiler como un pequeño avance de las secuencias del tras cámaras del largometraje. A su vez se podrá agregar entrevistas del elenco en general y de la parte de producción". (Ruiz Dornaletche, 2007)

2. EL ORDEN DE LA CAMPAÑA

Existe una clasificación de trailers, según la fecha de estreno de una película, cada una tiene una función diferente. En las cuales las mencionaremos a continuación:

2.1 Un año previo del estreno

- Creative Teaser trailers en Internet: Tiene una duración breve de 50 segundos, a diferencia de su los trailers standards de 1 minuto y medio, no incluyen imágenes de la película por lo que generan mucha incógnita que se revela en tráileres posteriores (Ruiz Dornaletche, 2007).
- Clip teaser trailer: Con una duración parecida a la de creative trailer, intenta ser una alternativa ya que a partir del creative teaser trailer se crea una secuencia que representa a la trama de la película (Ruiz Dornaletche, 2007).

2.2 Seis meses previos del estreno

- Standard Teaser tráilers en medios digitales - Internet y en el cine: Los primeros standar teaser trailer salen 6 meses antes del estreno de la película, mostrando escenas de la misma, se transmite en salas de cine y también en internet, llamando la atención del espectador. (Ruiz Dornaletche, 2007)
- Theatrical tráilers en Internet: A su vez se estrenan los theatrical trailers con un montaje discontinuado, evitando el entendimiento de la trama". (Ruiz Dornaletche, 2007)

2.3 Tres meses previos del estreno

- Theatrical trailers en las salas de cine: "En los salones de cine durante este tiempo de tres meses, justo previamente del estreno se reproduce los Theatrical tráileres provocando la expectativa de la película, lo que busca es llamar la atención al público para que estén atentos al estreno, y a su vez va manifestando algunas incógnitas presentas en tráileres anteriores, theatrical tráileres, es una breve a los espectadores por completo a la historia que se va a presentar empleando diversos efectos entre otros". (Ruiz Dornaletche, 2007)

2.4 Un mes previo y durante la semana del estreno

- Tráileres en televisión: "Con la proximidad de la película y la finalización de la campaña se aumenta el impulso de los tráileres dentro de los medios más visitados como lo es la TV e internet gracias programas independientes". (Ruiz Dornaletche, 2007)
- Durante el estreno y meses posteriores: "Se reproducen todos los tráileres realizados anteriormente, agregando todo tipo de contenido backstages para acercar lo más posible al espectador con la película". (Ruiz Dornaletche, 2007)

3. CONTEXTO NACIONAL E INTERNACIONAL

3.1 Industria de tráiler en Estados Unidos

Historia del tráiler en EEUU En 1910, el concepto de cine era muy diferente, en la antigüedad solo se presentaba una sala y la película se repetía continuamente. Los espectadores podían quedarse por tiempo ilimitado, esto llevó a las salas de cine y productoras a ingeniar ideas para que el público marchara al acabar la película y pudieran acceder nuevos clientes. Esa idea fue el tráiler, inicialmente creado por las mismas salas de cine a partir del 1927, con la llegada del sonido, este se implementó también en los tráileres y se añadieron narraciones que intentaban atraer al público explicando detalles del argumento y características del film. (Valdivia Clavijo, 2018)

La producción de películas en aquella época era más avanzada que la del tráiler, que seguía con los métodos del pasado, fue entre mediados de los años 50 y 70 que Bass, Ferro y Kuehn arrancaron el cambio y la modernización de los tráileres en la ciudad de Nueva York. Bass innovó en los títulos gráficos, era un estilo que conectaba mejor con el actual público de la época e inspiró a otros diseñadores a crear títulos que conectaran con el sentido de la película. Ferro destacó por su ritmo rápido en el estilo de montaje, lo que le llevó a participar en el considerado primer tráiler de la edad moderna. Kuehn destacó por introducir diálogos entre personajes, mostrando la historia en el tráiler, cambiando la locución de un anunciante por la de un actor y por la utilización de un montaje con ritmo rápido junto a una banda sonora impactante. (Valdivia Clavijo, 2018)

Posteriormente, en 1988, el montaje evoluciona a ser no lineal lo que facilitaba grandes posibilidades de montaje, jugar con la aportación de significado, una reducción de capital humano y una mejora del ritmo del tráiler. En esta época Kernan, define la evolución del tráiler de forma más sólida y con una definición más concreta de la retórica de los géneros. Se establecen parámetros culturales y económicos más homogéneos, con un acceso universal al cine. Se consigue un conocimiento más sólido en cumplir con los supuestos deseos de la audiencia. (Valdivia Clavijo, 2018)

Actualmente los tráileres han evolucionado, y se han ido adecuando a la actualidad, han surgido nuevos canales de distribución como internet, explotando todas sus oportunidades para llegar al espectador. Según el canal, el tiempo y el tipo de película se crean diversos tipos de tráileres. La distribución del tráiler ha evolucionado y se ha diversificado en distintos canales. Gracias a internet, el tráiler se ha convertido en un producto accesible a todos y de fácil distribución, gracias a las actuales tecnologías el espectador puede usarlo y modificarlo a su antojo, tanto que se han creado concursos para crear recut trailers de películas que no existen etc. Internet, ha permitido que el espectador pase de recibir el tráiler, a poder acceder a él y escoger que quiere ver. Esto también permite que el espectador sea distribuidor en red del tráiler, por ejemplo, que se comparta en alguna plataforma como Instagram o Facebook, lo que permite además de la distribución, una valoración sobre el producto. (Francisco Jose Valdivia Clavijo, 2018)

3.2 Industria Tráiler en Ecuador

El cine en Ecuador tiene sus inicios con el estreno del Tesoro de Atahualpa en 1924 da inicio a la historia nacional del cine. El largometraje fue dirigido por Augusto San Miguel y fue presentada en la ciudad de Guayaquil, cabe recalcar la importancia ya que a partir del 2006 se rememora el día del Cine Ecuatoriano.

La industria audiovisual se mantiene en su máximo apogeo desde el año 2006 ya que, el entonces Ministro de Educación Ecuatoriano, Raúl Vallejo, el 25 de mayo de dicho año decreto el 7 de agosto como el día del Cine Ecuatoriano. En honor a la primera película de Augusto San Miguel, se creó el premio Augusto San Miguel para honrar a lo mejor del cine ecuatoriano.

La casa de la cultura ecuatoriana expone una diversidad de películas en las cuales son alrededor 66 propuestas nacionales viajaron a festividades de Latina América, Europa y Estados Unidos. A su vez en salas locales se estrenaron 19 films por ende podemos observar un apoyo a la industria cinematográfica en Ecuador por parte del gobierno.(Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2020)

4. CONTEXTO LATINOAMERICANO

El inicio del cine latinoamericano empieza en la década de los años 20 y 30 de la mano de Argentina y México, los cuales desarrollaban sus primeros intentos de adaptarse al sistema Hollywoodense, éxitos como Pedro Infante, Luis Sandrini y Cantinflas salieron a la luz. Mostrando la cultura de cada país, pero sin un contexto mundial, ósea las producciones realizadas en esta época solo impactaban al mismo país donde se lo produjo.(Shahzad Amer et al., 2019)

En cambio en los años 60 gracias a la influencia del neorrealismo italiano, se desarrolla el nuevo cine latinoamericano donde prevalecía las imágenes de desnutrición, pobreza y condiciones tercermundista por las cuales todo el continente latinoamericano padecía, haciendo un llamado de conciencia al resto del mundo, sin embargo hay que recordar que el gran monopolio de Estados Unidos acaparaba la poca distribución de cines latinoamericanos y por otra parte está el régimen dictatorial que se impartía en algunos países de Latinoamérica. (Mantilla, 1984)

Pasando la década de los 90s, donde la gran mayoría de países lograron salir de dictaduras, aumento las producciones cinematográficas de cada país, gracias a la financiación de fuentes de cada estado que promovían la cultura y el desarrollo propio. Con todo este crecimiento también se importó los festivales, incentivando a la producción cada vez más elaboradas y con diferentes temáticas, enriqueciendo todo este mundo cinematográfico más no asegurando el éxito comercial. Las películas latinoamericanas no han tenido una publicidad merecida y el tráiler no ha sido valorado como un medio para llegar a los demás continentes, logrando así quedarse para un público local, el cual está acostumbrado a acción y efectos especiales gracias a la industria extranjera. (Brier Jennifer, 2020)

Actualmente el tráiler en Latinoamérica se ha convertido en el principal medio para llegar al espectador mundial, gracias a la tecnología, la televisión ha cambiado poco a poco su formato volviéndose mas interactivo. Gracias al internet y a los dispositivos móviles se alcanza una mayor parte de la población que recibe mucha información cada segundo. Por ello el tráiler

también evoluciona, desarrollando un corte no lineal para atraer con el suspenso, agrandando las expectativas por la película. Cabe recalcar que el servicio de streaming cada vez se posiciona más en todo el mundo, junto a esto todo tipo de nueva publicidad incluido los tráileres. (Aramburu, 2019)

5. IMPORTANCIA DEL TRÁILER

El tráiler de una película es una herramienta publicitaria pero no es un mero producto de del marketing, ya que se ha creado su identidad propia a través de los años, posee un ritmo y es categorizado debido a su contenido, aunque tenga extrema relación con la película. No obstante, el tráiler es un instrumento para concretar el interés que tiene el público por la película, haciendo un recordatorio que la película está próxima a estrenar, aumentando las expectativas y deseos por el estreno. (Muñoz Blanco, 2016)

La identidad propia del tráiler se crea fundamentalmente de la historia que narra, de las estrellas de cine que aparecen esto quiere decir actores, directores, animadores o voces; el género de la película y del cual el tráiler debe ser encasillado para seguir la línea que han peleado para su estreno. Dependiendo de todo esto, se crea un nicho para el tráiler el cual es exhibido por diversas plataformas digitales.(Universo, 2016)

Para la realización de un exitoso tráiler se necesita que se cuente la historia de la película, de que se va a tratar, quienes van a estar interviniendo, qué actores y cuáles serán sus roles, y sobre todo el género y tono de la película de lo cual derivará su estilo de tráiler. Esto se puede observar en tráileres de acción donde el público masculino prevalece al contrario del género romántico liderado por el público femenino (Aramburu, 2019)

6. ACTUALIDAD DEL TRÁILER EN LA INDUSTRIA ECUATORIANA

En la actualidad Ecuador se encuentra detenido en producciones nacionales teniendo en cuenta los años anteriores, donde uno de los mejores exponentes es: “La Tigra” reflejo 250 mil espectadores, el mayor número de taquilla que ha tenido una película ecuatoriana. En 2006 Ecuador aprueba la ley del fomento del cine nacional, donde las producciones tuvieron donde respaldarse financieramente y emprender sus largometrajes, lo que llevo a el aumento películas nacionales. En 2013 y 2014 contando con 29 películas en sálalas comerciales, mientras que en 2017 el número aumento a 69 y cada año se estaban produciendo casi la misma cantidad lo que llevo a presentarlo en diversos festivales internacionales. Debido a la pandemia del 2020 todas las producciones se vieron detenidas tanto nacionales como internacionales, viendo afectado toda la industria audiovisual.(Shahzad Amer et al., 2019)

Aunque las producciones se vean estancadas, las plataformas digitales siguen operando día a día, los tráileres de películas se observan una y otra vez, aumentando sus vistas en plataformas como YouTube que, debido a los constantes retrasos en el estreno de las películas, se ven obligados a lanzar más re-cuts de del mismo tráiler producido. Los Youtubers juegan un papel fundamental actualmente como influencers de películas, algunos solo dando comentarios de los tráileres de películas próximas a estrenarse, otros analizando y indicios de lo que podría verse en la película pero no ocurre esto a nivel nacional, ya que no son tomados en cuenta por influencers que buscan visualizaciones altas, los tráileres actuales ecuatorianos no sobrepasan las 100,000 reproducciones, a pesar que la mayoría de personas se encuentran en sus casas debido a la pandemia. La publicidad de ecuatoriana por los tráileres es poca comparado a Estados Unidos donde se enfatiza el consumo del tráiler para abarcar mas ente en la taquilla.(Audiencias et al., 2020)

En Estados Unidos, la industria es muy variada desde Paramount Pictures hasta Walt Disney tienen sus propios departamentos para producir sus tráileres de películas o por otro lado realizan alianzas para saturarse, ni llevar la misma línea en todos los trabajos, mejorando hasta la forma de distribución y promoción generado por otras empresas especializadas, por eso la creación de agencias creativas, marketing, productoras audiovisuales y demás

empresas, que pueden llegar a enriquecer una producción. (Brier Jennifer, 2020)

Existen dos películas actuales que desarrollaron de buena manera su distribución del tráiler, viéndose reflejado en sus vistas, *From core to sun* con 68,768 vistas y *la dama tapada* con 63,582 vistas. En los dos tráilers se puede observar un montaje no lineal, fuerte banda sonora, y con la estructura clásica de un tráiler cinematográfico. Cumplen perfectamente con persuadir al público y con redirigirlo hacia el público correcto. En el país el mayor medio de distribución es el internet, tanto por redes sociales como por plataformas, en este caso YouTube forma una parte esencial en este proceso, a diferencia de Estados Unidos, donde realizan la misma distribución por internet y televisión. La televisión ecuatoriana como medio de distribución es poco usado debido a su precio y retorno de inversión, demostrando que los dispositivos móviles y medios electrónicos es donde debe apuntar un realizador audiovisual. Así logrando aumentar vistas, incrementar el alcance de la película y producir un mayor retorno al momento del estreno. (Carriquiry Matias, 2014)

6.1 From core to sun

Este largometraje documental ecuatoriano nace de la iniciativa de la productora nacional Levector de contar historias reales del Ecuador, mostrando estas historias al resto del mundo. El documental dirigido por Oliver Lee Garland cuenta la historia de Millán Ludeña que se planteó ingresar al libro de Guinness realizando la hazaña de culminar un maratón desde el punto más bajo del mundo en Sudáfrica, hasta el punto más alto en Ecuador.

La filosofía que plantea Ludeña es “Construir sueños o eliminarlos” y las personas por comodidad prefieren no intentar alcanzar sus sueños. El deportista busca retos comprometedores donde el temor aborde todo su cuerpo y la gente le comentó que está loco, de manera que lo motive a demostrar lo valiente y fuerte mentalmente que se puede encontrar una persona para alcanzar los sueños que se plantea.

Dentro de la producción el camino empezó con Levector Films desde 2017, donde Ludeña inició su preparación física, la cual duró casi 9 meses, tanto para soportar el calor de África y el frío del Chimborazo. Millán Ludeña es un

guayaquileño que reside en Quito, capital del Ecuador, desde hace 9 años, para su entrenamiento se ingeniaron para simular las temperaturas. colocando una bicicleta en un baño sauna para aumentar la intensidad del entrenamiento.

El reto consistía en realizar un maratón dentro del lugar más profundo del planeta Tierra en la mina Mponeng de Oro de Sudáfrica y la punta más alta del planeta en la línea Ecuatorial como lo es el Chimborazo. lográndolo el 21 de agosto en Sudáfrica culminando la media maratón en Sudáfrica y el 23 del mismo mes llegó al volcán Chimborazo en Ecuador.

Dentro del largometraje documental que dura 90 minutos se muestra todos los sucesos por los que atravesó Ludeña para conectar los puntos extremos del planeta Tierra. Producido y realizado por una productora local, que da referencia del potencial tanto audiovisual como turístico del Ecuador, una de las partes más difíciles de la producción dentro del guion fue la de mostrar visualmente los pensamientos que pasaban por la mente de Ludeña. Mostrar al espectador de donde este deportista saca su motivación y fuerza para cumplir sus sueños. La producción de la cinta estuvo a cargo de Jeffry Karram y Shanna Robalin, de Levector Films de Ecuador. Dirigida por el uruguayo Oliver Lee Garland y escrita por él mismo, junto a Carolina Sosa. Ludeña logró el reconocimiento de "Officially Amazing"

El tráiler fue realizado por los mismos editores del largometraje y los productores para lo cual realizaron un estudio de mercado para analizar el tráiler ecuatoriano hasta ese momento. El estudio dio como resultado que la mayoría de tráilers ecuatorianos mostraba algo contrario a la película, lo que causaba una incógnita en el espectador, sin saber que esperar a ver en el cine. esto quiere decir que el tráiler demostraba algo diferente a la idea de la película por lo cual en From Core to sun muestra la problemática en los primeros segundos del tráiler. Yendo directo al grano, pero siendo minimalista al mostrar un poco el proceso y lo que podría llegar a ser la conclusión del problema. Con esta idea clara y concisa el espectador puede tener un apego emocional al ser entendido fácilmente y saber qué esperar en el cine.

Dentro de las tomas que se observa en el tráiler se muestra a expertos que acompañan a Ludeña, se muestra también las locaciones que va atravesar y el de forma dramática como el deportista se siente en cada esfuerzo y que pensamientos asoman por su cabeza. Sumándose a estas tomas hay fragmentos donde aparece una línea gráfica definida que muestra los detalles de la producción.

6.2 La dama tapada

El largometraje ecuatoriano fue producido y escrito por Josué Miranda, la productora en donde se ejecuto fue Underdog Films. El largometraje trata de demostrar la leyenda urbana de la ciudad de Guayaquil.

La película está basada en una leyenda urbana la cual representa a una mujer siniestra que seduce a hombres en estado etílico, mediante su aroma y se presenta con su rostro cubierto por un velo negro, que al descubrir su velo logra causar un gran impacto que puedes acabar con la vida de su víctima. Principalmente es la idea fundamental del largometraje dándole vida con su respectivo elenco Roberto, interpretado por Santiago Carpio, Isabel, interpretada por Michelle Prendes, Aniel, interpretado por Fabo Doja, abril, interpretada por Antonella Valeriano,

El rodaje de este largometraje, se dio en tres locaciones Guayaquil, Colonche y Babahoyo. Guayaquil dando la representación del presente, Colonche donde se presenta la Dama Tapada y Babahoyo haciendo referencia al Guayaquil antiguo.

El tráiler de este largometraje tuvo el impacto deseado en la población, cabe recalcar que según Josué Miranda " el proceso del tráiler es como Spot musical realmente es muy similar un Spot musical, que se basa mucho la música no, el ritmo es lo más importante un tráiler porque el tráiler como herramienta busca el hype de la gente para el contenido, entonces a diferencia creo que de lo que la gente percibe lo primero que se monta en un tráiler es un byte de sonido la parte de sonido más interesantes o más fuertes por diálogo o por nivel próxima la película no, entonces en ese caso si lo primero que se busca es en la historia que se quiere narrar igual a

una estructura básica de tres giros y a partir de eso se comienza ver cuáles son los textos más fuerte de la película no, una vez que se define eso que se quiere incluir en el tráiler, se selecciona la música nos acompañe a los diálogos y el tono general del tráiler que se quiera dar fuera de eso van a transición y acentuaciones qué bueno que están raizers y todo ese tipo de cosas que ya le agrega un poquito de particular al tráiler no pero como le digo lo que primero se hace el sonido realmente, el sonido es lo más importante realmente porque es lo que establece”

La referencia para la realización del tráiler fue la industria estadounidense y poco la industria coreana también cabe recalcar que se tomó de reseña a las empresas que de Tráiler Park y Mark Wollen

CONCLUSIÓN

La industria del tráiler en Ecuador prácticamente inexistente comparado con otros países como es Estados Unidos, donde años después del surgimiento del cine se creó una industria que producía y regulaba contenido. Los años de atraso tecnológico han causado un gran impacto en la industria ecuatoriana que también tiene poco interés en el surgimiento. Ecuador sí ha tenido un despegue en la industria del cine, las producciones cinematográficas se han duplicado para la década anterior, pero no se ha visto detonado ni llegado a su “boom” verdadero, aunque ya haya tenido dos “booms”. Lo cual hace cuestionarse: ¿Hasta cuándo se le dará la importancia correspondiente al cine y producción de tráileres ecuatorianos?

Dadas las características del tráiler es posible que se adapte al espectador y medio reproducido, por lo cual lo hace imprescindible para cualquier campaña de distribución. Si deseas un éxito en la taquilla de tu película, el tráiler es el recurso que no puede faltar, permitirá al espectador engancharse y convencerse que tiene de ver el largometraje por completo, gracias a su brevedad debe ser fácil de entender, a la vez enganchar. Un buen tráiler apela a la parte emocional y va directo al punto de la película evitando mostrar los puntos claves sin mostrar material de más.

El cine ecuatoriano recién empieza su recorrido, las producciones se tienen que poner a la par con el resto del mundo, para demostrar el potencial del país. La productora ecuatoriana Levector muestra un fuerte interés en la creación de material propio, contando historias reales que transcurren en nuestro país Ecuador como lo fue el proyecto From Core to Sun. La competencia es muy grande con respecto a largometrajes extranjeros la mayoría de una industria de ciencia ficción y grandes efectos especiales que opacan en la cartelera a otras producciones nacionales, por ello la importancia de resaltar, con una buena producción del tráiler, causando una mayor expectativa al consumidor, y que se especialice en su creación, tráilers a la altura de la actualidad extranjera que manejen un lenguaje directo, atractivo, cautivador y que capte la completa atención del espectador.

En algunas producciones el presupuesto es reducido y pensar en la idea de contratar a otra productora para la realización de un tráiler no podría resultar factible, pero demostrando el caso From Core To Sun la financiación mediante los auspicios es posible tanto de la parte pública como privada del país. Destinados recursos a la producción de excelente tráiler que demuestre el potencial del producto final.

Finalmente, el tráiler es la primera puerta que tiene el espectador del largometraje, dependiendo de ello decide o no si seguir consumiendo ese producto o pasar a otro. Con ello el mejor tráiler es que atraerá las mayores visualizaciones, aumentando las expectativas por la próxima película frente a las demás y que acaparará la taquilla. Tráiler también es la puerta de entrada a festivales, campo que también se ve poco explotado en la actualidad, no solo se premiaría a los mejores largometrajes como siempre se hace, sino que se crearía una nueva sección para el mejor tráiler, incentivando no solo a las grandes productoras sino a pequeños emprendedores en esta poca explotada industria.

Por ello la importancia de crear una industria que se dedique exclusivamente al tráiler, dando todos sus recursos en crear un potente producto visual como es el tráiler. Con ello vienen mejores productos de calidad, que atraerán más espectadores, con ello más consumo de cine ecuatoriano, mayor plaza de trabajo al crease un ente de regulación, que maneje la calidad de dicha industria en crecimiento. Además de dividir la tarea que tiene la productora encargada de realizar el largometraje, se aumenta la intervención mostrando un enfoque diferente que aporte positivamente, gracias a todo esto poder competir internacionalmente con el fin de cada vez alcanzar a las grandes industrias. El tráiler no parte de la película, es un elemento único, diferente al largometraje que tiene su propia vida y aporta como ningún otro elemento visual y que va a cambiar la industria ecuatoriana.

Bibliografía

- Aramburu, M. (2019). *63 Consumo y percepciones de cine argentino en Buenos Aires Por Mariana Aramburu **. 63–87.
- Audiencias, N., Experiencias, N., & Fernández-ramírez, L. (2020). *CINE Y YOUTUBERS*: 45–56.
- Bort Gual, I., García Catalán, S., & Martín Núñez, M. (2011). *Nuevas tendencias e hibridaciones de los discursos audiovisuales en la cultura digital contemporánea actas IV Congreso Internacional sobre Análisis Fílmico, 4, 5 y 6 de mayo, Universitat Jaume I, Castellón, 2011*. Ciencias Sociales.
- Brier Jennifer, J. (2020). Estudio de las herramientas de comunicación en el cine study of communication tools in the cinema. 21(1), 1–9. <https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/12389/TFGCondeRodríguezRosalía.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Carriquiry Matias, M. (2014). *El trailer: generador de expectativas*.
- Dornaletche Ruiz, J. (2009). El trailer cinematográfico: historia de un género publicitario en EE. UU. *Pensar La Publicidad*, III(1), 163–180. www.movietrailertrash.com
- Mantilla, J. . L. L. (1984). www.flacsoandes.edu.ec. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/15091/1/REXTN-Ch12-04-Gumucio.pdf>
- Ministerio de Cultura y Patrimonio. (2020). *I cine nacional festeja su día con documentales y foros*. <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/el-cine-nacional-festeja-su-dia-con-documentales-y-foros/>
- Muñoz Blanco, F. M. (2016). *“El tráiler: análisis y comparativa de esta herramienta de marketing entre España y EE.UU.*
- Ruiz Dornaletche, J. D. (2007). *Pensar la Publicidad DEFINICIÓN Y NATURALEZA DEL TRAILER 1 CINEMATOGRAFICO: Vol. I (Issue 2)*. file:///C:/Users/Lenovo/Downloads/16517-Texto del artículo-16593-1-10-

- Shahzad Amer, A., Azeem, M., Nazir, M. S., Vo, X. V., Linh, N. T. M., Pastor, N. M. Z., Dhodary, S., Dakua, S., Umeair, S., Luo, F., Liu, J., Faisal, M., Ullah, H., Sudarmika, G., Sudirman, I., Juliantika, N., Dewi, M., Insiroh, L., Bhawa, I., ... ABS., M. K. (2019). Cine hecho en Ecuador situación actual. In *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* (Vol. 4, Issue 3). <https://media.neliti.com/media/publications/112355-ID-pengaruh-struktur-aktiva-ukuran-perusahaan.pdf>%0Acholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Funcionalidad+Familiar+en+Alumnos+de+1°+y+2°+grado+de+secundaria+de+la+institución+educativa+parroquial+“Peq
- Universo, E. (2016). *Día del Cine Ecuatoriano: Las 10 películas más taquilleras*. <https://www.eluniverso.com/vida-estilo/2016/08/06/nota/5728305/dia-cine-ecuatoriano-10-peliculas-mas-taquilleras>
- Valdivia Clavijo. F,J. (2018). Valdivia_Clavijo_Francisco_Recut_Trailer_Relacion_Generos_Y_Lenguaje_Audiovisual_TFG_Memoria (1). *Universidad de Mataro*.

ANEXOS

Anexo 1

Largometraje: From core to sun

Productora: Shanna Robalino

Entrevista a experto en el área de tráilers

¿Estuvieron involucrados en la creación del tráiler o hubo intervención externa?, ¿Cómo fue?

Si estuvimos involucrados en la realización del tráiler. Fue una colaboración entre los editores y productores del documental.

¿Cómo es el proceso de creación del tráiler?

Tienes que saber qué mensaje quieres dar de tu película en menos de 2 minutos y saber cómo enganchar a los espectadores a querer verla. Saber que enseñar y que guardar para que vean en el cine.

¿Qué referentes tuvieron para la realización del tráiler?

Muchas, películas que eran de género deportivo, acción y también suspenso.

¿Cómo manejo la película su distribución del tráiler?

Los productores de encargaron de la distribución a nickel nacional y contrataron a una distribuidora internacional para mercados fuera del Ecuador.

¿Cree que el tráiler le pareció efectivo?

Si, el documental fue una de las películas nacionales más vistas del 2018.

¿Por cuales medios se distribuyó el tráiler y en donde se obtuvo la mayor acogida?

Plataformas sociales YouTube, Facebook, Instagram, Periódicos, Y TV y Aeropuertos.

¿Cuál es la importancia que le da al tráiler con respecto a la acogida de la película?

Dejas el tono de tu película con el tráiler y es tu carta de presentación, en el trailer enseñas el calibre de tu producción y también el género y emociones que puedes sentir al ver la película.

¿Qué piensa acerca de la empresa de tráileres en Ecuador?

No conozco que haya empresas de tráilers en Ecuador.

¿Cree usted que en Ecuador el tráiler es valorada correspondientemente?

Si.

¿Conoce usted empresas que se dediquen exclusivamente a la realización de tráilers?

Fuera de Ecuador hay muchas, especialmente en USA.

Anexo 2

Largometraje: La Dama Tapada

Productor: Josué Miranda

Entrevista a experto en el área de tráilers

¿Estuvieron involucrados en la creación del tráiler o hubo intervención externa?, ¿Cómo fue?

Yo personalmente me cargue del montaje del tráiler y todo el proceso, yo tenía estudio de esto realmente creo que más adelante una pregunta eso por eso no me largo aquí, pero si todo el proceso de creación fue realizado por mí, post y todo el tema de la parte técnica también.

¿Cómo es el proceso de creación del tráiler?

Bueno yo soy de la escuela gringa como le dije yo estudié Online con gringos con montajistas de tráiler de allá, el proceso del tráiler es como Spot musical realmente es muy similar un Spot musical, que se basa mucho la música no, el ritmo es lo más importante un tráiler porque el tráiler como herramienta busca el hype de la gente para el contenido, entonces a diferencia creo que de lo que la gente percibe lo primero que se monta en un tráiler es un byte de sonido la parte de sonido más interesantes o más fuertes por diálogo o por nivel próxima la película no, entonces en ese caso si lo primero que se busca es en la historia que se quiere narrar igual a una estructura básica de tres giros y a partir de eso se comienza ver cuáles son los textos más fuerte de la película no, una vez que se define eso que se quiere incluir en el tráiler, se selecciona la música nos acompañe a los diálogos y el tono general del tráiler que se quiera dar fuera de eso van a transición y acentuaciones qué bueno que están raizers y

todo ese tipo de cosas que ya le agrega un poquito de particular al tráiler no pero como le digo lo que primero se hace el sonido realmente, el sonido es lo más importante realmente porque es lo que establece el ritmo del tráiler, fuera de eso en cuanto a imágenes, se selecciona obviamente las imágenes que vayan con los diálogos que se va escogiendo y fuera de ello todas las imágenes que tenga un valor de producción alto ya sean explosiones, choques no sé si hay algún tipo de maquillaje especial en un personaje ese tipo de cosas que elevan el nivel de producción del tráiler. El tráiler no necesariamente representa al pie de la letra la película realmente el tráiler es una herramienta de marketing por lo que su enfoque realmente es vender no es representar fielmente la película, los tráilers como ustedes saben son creados por agencias de publicidad no son creados por el mismo estudio que entra la película entonces por eso si más es una herramienta de marketing y se la trata como una herramienta como una como una parte del proceso de marketing.

¿Qué referentes tuvieron para la realización del tráiler?

El referente más fuerte si tengo que elegir es "STOCKER" es una película de Chan-Wook Park creo que ese fue uno de los referentes muy fuerte para el tráiler mente realmente, más que para el tráiler final creo que para el teaser original que se hizo en el 2016 fue uno de los referentes más fuertes, me gustaban los silencios que usaba y un poco el Cadens en el tráiler, me pareció super interesante en el tráiler de Stock tenían ahí unos patrones repetitivos que me parecieron super interesante y también los use en el último tráiler

¿Cómo manejo la película su distribución del tráiler?

Fue bastante común con excepción de que lo ubicamos también en gasolinera y en ciertos buses obviamente era una versión más corta de 30 segundos porque los tiempos de atención ahí son mucho más corto

no, entonces si fue una versión resumida del tráiler final que duró cerca dos minutos.

¿Cree que el tráiler le pareció efectivo?

Si, si considero que cumplió con vender a la película como yo lo quería vender no, como le digo no se trata de representar la película fielmente sino de venderla como un producto y eso fue lo que yo intentaba con el tráiler no, entonces la vendí como básicamente un thriller de terror y que no necesariamente era lo que para mirar la película no, porque la película para mí era un thriller de fantasía más que de terror no, tenía muy poco de terror, tenía mucho de investigación, mucho de fantasía era más “Fauno” que el “Conjuro” realmente porque como era una leyenda urbana yo creo jugar un poco con la fantasía y la narración novelística de la leyenda no.

¿Por cuales medios se distribuyó el tráiler y en donde se obtuvo la mayor acogida?

Como te comentaba en redes y en gasolineras y en ciertos buses no, definitivamente la mayor acogida fue Facebook que es el que le da mayor facilidad para compartir creo que eso tiene mucho que ver, para compartir contenido porque es inmediato no entonces si recientemente Facebook fue el que tú mayor amplitud de ese aspecto.

¿Cuál es la importancia que le da al tráiler con respecto a la acogida de la película?

Yo creo que súper importante, es tan importante como el boca-boca, después de todo lo que muchas veces hace que la gente se convenza de entrar a la sales es ver el tráiler no, que es la primera impresión que uno se lleva igual con la persona no, es la primera impresión que tengo una persona en lo que se queda grabado en este caso el tráiler siempre es la primera impresión en la película no, más allá de un afiche que te puede decir poco o mucho, el tráiler es lo que te convence de ir a ver

la peli no, igual como todo producto, no sólo el hecho el tráiler, son los niveles de posición que tengo una persona al contenido de la película, como todo producto marketing sabe perfectamente que debes poner a la persona menos unas 5, 6 o hasta 7 veces el producto por diversas fuentes y en diversas formas ya sea por redes sociales, después en físico, btl, etc para que la decisión de compras sea efectiva no, entonces si una de las estrategias es un poco bombardear a la gente con el contenido por diversos fuentes hasta que la quinta, sexta, séptima vez que está comprobado por estadística que es cuando ya tomas la decisión de compra no.

¿Qué piensa acerca de la empresa de tráileres en Ecuador?

Yo creo que hace un tiempo en Quito hubo una iniciativa que no despegó, años atrás personalmente considerable una rama de tráilers y promos con mi productora porque como te comentaba yo estudié con la escuela gringa, estude con montajistas de tráiler gringos, si considero que es una rama que aún no se comprende y lo que no se comprende no se valore realmente no sé por ese aspecto decidí no lanzarme todavía por esa línea no.

¿Cree usted que en Ecuador el tráiler es valorada correspondientemente?

No necesariamente y como le digo se ve que el producto no es percibido como realmente esencial no, el cine en Ecuador es entretenimiento yo lo conversado antes, nada más entretenimiento y la gente va a entretenerse nada más que por ello por ello su consumo no se vuelve trascendental aunque es una actividad lúdica básicamente todo lo que derive de este consumo que no se considera trascendental tampoco se va considerar trascendental entonces es el caso del tráiler lo que tampoco se lo considera como parte fundamental del proceso y tampoco es valorado en esa forma no, creo que más paso por un tema cultural o sociológico un tema de sociedad por cómo se concibe el cine general no tanto por el tráiler procede, personalmente no le doy mucho

valor a lo que a lo que las personas en específico consideren, creo que va a responder una respuesta personal mía realmente el valor que lo del tráiler.

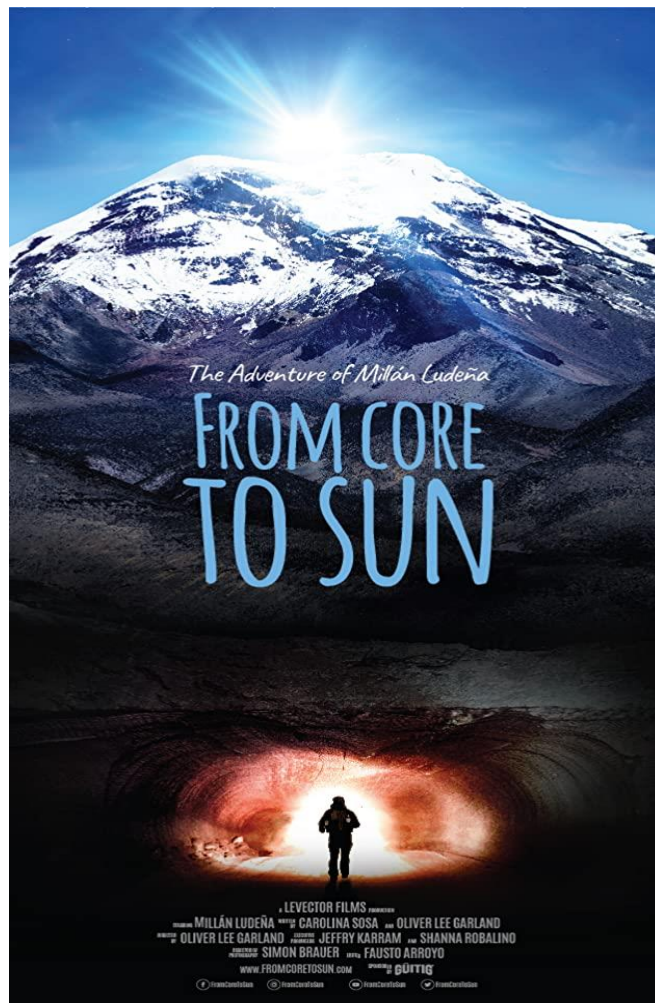
¿Conoce usted empresas que se dediquen exclusivamente a la realización de tráilers?

En Ecuador como le dije hacemos tiempo atrás hubo iniciativa para sacar en Quito que no prosperó, de los gringos si y lo sigo muy cerca obviamente porque son los que más trabajan en esto y también unos me interesa bastante del cine coreano general y también me parece interesante los tráiler coreano pero específicamente si me preguntas empresas que se dedique, sigo a dos, Tráiler Park y Mark Woollen que son como que mi referencia más fuertes, Woollen específicamente es mi referencia más fuerte creo que Mark creó algunos de los tráilers que marcaron tendencias en la última década y mucho antes, entonces si considero que él es uno de los que siempre seguiré porque como te digo ha sido un poco pionero y ya marcado tendencia en el tráiler.

Anexo 3

Imágenes de la película *From core to sun*







Anexo 4

Imágenes de la película *La dama tapada*







**Presidencia
de la República
del Ecuador**



**Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes**



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Franco Oñate Hugo Orlando**, con C.C: # **0950616730** autor del **componente práctico del examen complejo: Análisis de la importancia del tráiler para las películas y como lo están manejando las producciones cinematográficas en Guayaquil**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en 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, **08 de marzo de 2021**

Nombre: **Hugo Orlando Franco Oñate**

C.C: **0950616730**



Presidencia
de la República
del Ecuador



Plan Nacional
de Ciencia, Tecnología,
Innovación y Saberes



SENESCYT

Secretaría Nacional de Educación Superior,
Ciencia, Tecnología e Innovación

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Análisis de la importancia del tráiler para las películas y como lo están manejando las producciones cinematográficas en Guayaquil.		
AUTOR(ES)	Hugo Orlando Franco Oñate		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcda. Diana Edith Romero Morán, Mtr.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Artes y Humanidades		
CARRERA:	Ingeniería en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	8 de marzo del 2021	No. DE PÁGINAS:	34
ÁREAS TEMÁTICAS:	Investigación, cine nacional, audiovisual		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Producción cinematográfica, producción de contenido digital, multimedia.		
RESUMEN/ABSTRACT	<p>El presente ensayo resalta la importancia del tráiler como pieza cinematográfica propia, e independiente de un largometraje. Si bien, la industria cinematográfica ecuatoriana tiene poco tiempo y compite en un campo ya desarrollado con respecto a Estados Unidos que nos lleva casi medio siglo de ventaja; cuenta con el personal y equipo técnico capacitado para competir internacionalmente gracias a las tecnologías actuales, por ello se identifica y plantea la necesidad de crear una industria de tráiler pionera en Ecuador. Para comprender un tráiler se analizan sus características y evolución en la industria del cine a través de las décadas. Este ensayo se basa en información obtenida de recopilación de datos procedente de la investigación de este género, mediante entrevistas a expertos; Shanna Robalino, productora de "From Core to Sun," producción privada del Ecuador y Josue Miranda, director de "La Dama Tapada". Desde esta experiencia se expone la necesidad que surja una industria de producción de tráileres donde se centra toda la atención en la creación, producción y distribución del tráiler.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/>	NO
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-990663153	E-mail: hugofrancohofo@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Alex Salomón Dumani Rodríguez		
	Teléfono: +593-4-3804600		
	E-mail: alex.dumani@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			