

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

TEMA:

El cine ecuatoriano: ¿Por qué no se apuesta por la comedia como género cinematográfico en el país?

AUTOR (ES):

León Mora Javier Andrés

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

TUTOR:

Lcdo. Bajaña Yude Guido Roberto, Mgs.

Guayaquil, Ecuador

08 de marzo del 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 trabajo de titulación, fue realizado en su totalidad por **León Mora, Javier Andrés**, como requerimiento para la obtención del título de **Licenciado en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales**.

TUTOR (A)

f. _____
Lcdo. Bajaña Yude, Guido Roberto, Mgs.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____
Lcda. García Velásquez, María Emilia, Mgs.

Guayaquil, a los 08 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, **León Mora, Javier Andrés**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **El cine ecuatoriano: ¿Por qué no se apuesta por la comedia como género cinematográfico en el país?** previo a la obtención del título de **Licenciado 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, a los 08 del mes de marzo del año 2021

EL AUTOR

f. _____

León Mora Javier Andrés



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

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

AUTORIZACIÓN

Yo, **León Mora, Javier Andrés**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación, **El cine ecuatoriano: ¿Por qué no se apuesta por la comedia como género cinematográfico en el país?**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 08 del mes de marzo del año 2021

EL AUTOR:

f. _____

León Mora, Javier Andrés

Guayaquil, 26/02/2021

Lcda. María Emilia García, Mgs.

Director de Carrera de

Licenciatura 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 «El cine ecuatoriano: ¿Por qué no se apuesta por la comedia como género cinematográfico en el país?», una vez que el mismo ha sido analizado y se ha procedido en conjunto con su autor, el estudiante *Javier Andrés, León Mora* a realizar la retroalimentación y correcciones respectivas de manejo de citas y referencias en el mencionado documento. Cuyo resultado ha obtenido el siguiente porcentaje: 0%

Document Information

Analyzed document	TESIS_JAVIER LEON (8).doc (D96456294)
Submitted	2/24/2021 7:05:00 PM
Submitted by	Guido Roberto Bajaña Yude
Submitter email	guido.bajana@cu.ucsg.edu.ec
Similarity	0%
Analysis address	guido.bajana.ucsg@analysis.urkund.com

Atentamente,



Lcdo. Guido Bajaña Yude Mgs.

Docente tutor



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE 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

INTRODUCCIÓN.....	2
1. Capítulo I: Presentación del objeto de Estudio.....	4
1.1 Planteamiento del problema	4
1.2 Formulación del Problema	5
1.3 Objetivo General.....	5
1.4 Objetivos específicos	6
1.5 Justificación y delimitación.....	6
2. Capítulo II: Marco Teórico.....	8
2.1 Cine	8
2.2 Guion.....	10
2.3 Géneros cinematográficos	15
2.4 Marketing y promoción.....	19
2.5 Nuevas perspectivas del cine en la industria cultural	25
3. Capítulo III.- Diseño de la Investigación.....	30
3.1 Planteamiento de la metodología	31
3.2 Población y muestra	31
3.3 Instrumentos de Investigación	32
Capítulo IV.- Análisis de resultados	34
4.1 La comedia como género cinematográfico en el Ecuador según encuesta	34
4.2 La comedia como género cinematográfico en el Ecuador según expertos	39
CONCLUSIONES	42

BIBLIOGRAFÍA.....	44
ANEXOS	48
Entrevistas a expertos.....	48
Jorge Ulloa.....	48
Felipe Irigoyen	52
Viviana Cordero	57
Formato de encuestas.....	59

TABLA DE CONTENIDO

<i>Ilustración 1: Resultado de la encuesta realizada vía Twitter por el medio de prensa escrita Diario Expreso.</i>	2
<i>Ilustración 2. Estructura de los tres actos (El libro del guión, Field, S. (1979)</i>	12
<i>Ilustración 3: El viaje del héroe. Imagen extraída del artículo web "Sobre las estructuras narrativas en el relato cinematográfico", escrito por Rodrigo Álvarez (2017).</i>	15
<i>Ilustración 4: Mapa de la isla en la que se pueden apreciar los diferentes lugares con la que esta cuenta. Extraído de: http://hs.jurassicworldintl.com/park-map/</i>	24
<i>Ilustración 5: Pantalla que muestra las diversas opciones que se pueden realizar en el parque. Extraído de: http://hs.jurassicworldintl.com/plan-your-visit/</i>	24
<i>Ilustración 6: Grafico de crecimiento de suscriptores de servicios de transmisión (Fischer,2020). Extraído de: https://www.axios.com/media-giants-look-abroad-to-build-next-round-of-streaming-services-5e280fbc-5479-41fb-b584-94fe3ef1b06b.html.....</i>	27
<i>Ilustración 7: Portada de la película 'Kinoautomat' del año 1967.....</i>	28
<i>Ilustración 8: Imagen de pantalla que mostraba las votaciones de los espectadores.</i>	29
<i>Ilustración 9: Imagen introductora que explica la dinámica para la selección de decisiones por parte del usuario. Extraído de la película Black Mirror: Bandersnatch.</i>	29
<i>Ilustración 10: Pantalla que se muestra al usuario a la hora de realizar la toma de decisiones. Extraído de la película Black Mirror: Bandersnatch.</i>	29
<i>Ilustración 11: Sala de cine a la que acuden usualmente los espectadores.</i>	34
<i>Ilustración 12: Ciudad de nacimiento de los encuestados.....</i>	35

<i>Ilustración 13: Frecuencia en que los espectadores van a las salas de cine.</i>	35
<i>Ilustración 14: Género cinematográfico de preferencia de los encuestados.</i>	36
<i>Ilustración 15: Porcentaje de encuestados que consumen películas nacionales.</i>	36
<i>Ilustración 16: Películas nacionales que los espectadores recuerdan dentro de los últimos diez años.</i>	37
<i>Ilustración 17: Elementos que son del agrado del espectador a la hora de ver una comedia.</i>	38
<i>Ilustración 18: Género cinematográfico de películas ecuatorianas que les gustaría ver a los espectadores.</i>	38
<i>Ilustración 19: Ciudad de nacimiento de los encuestados.</i>	60
<i>Ilustración 20: Ciudad de nacimiento de los encuestados.</i>	60
<i>Ilustración 21: Películas nacionales que los espectadores recuerdan dentro de los últimos diez años.</i>	60
<i>Ilustración 22: Ciudad de nacimiento de los encuestados.</i>	60
<i>Ilustración 23: Películas nacionales que los espectadores recuerdan dentro de los últimos diez años.</i>	60
<i>Ilustración 24: Películas nacionales que los espectadores recuerdan dentro de los últimos diez años.</i>	60
<i>Ilustración 25: Películas nacionales que los espectadores recuerdan dentro de los últimos diez años.</i>	60

RESUMEN

El presente trabajo de investigación demuestra la importancia del porque se debería apostar por géneros más comerciales en Ecuador, en concreto la comedia al momento de hacer cine nacional. Al año 2021, las producciones de largometrajes de este tipo son escasas en comparación a otros géneros que se producen de manera más frecuente en el país. La selección del tipo adecuado de comedia que se va a transmitir, la empatía que se desarrolle con el personaje, y la trama son parte de los elementos que definen el interés del espectador hacia un filme del género antes mencionado. Para el desarrollo de este proyecto se toma como caso de estudio la película de comedia “Dedicada a mi Ex” (2019), puesto que actualmente se encuentra formando parte del catálogo de Netflix y posicionándose como un posible referente para el futuro. A través del desarrollo de encuestas a personas que acuden regularmente a salas de cine, y entrevistas a profundidad con expertos en dirección de cine y guion.

Palabras Claves: *Cine de comedia, cine ecuatoriano, elementos de la comedia, producción cinematográfica, comunicación, Dedicada a mi Ex.*

ABSTRACT

This research work demonstrates the importance of why one should bet on more commercial genres in Ecuador, specifically comedy when making national cinema. By 2021, the productions of feature films of this type are scarce compared to other genres that are produced more frequently in the country. The selection of the appropriate type of comedy to be transmitted, the empathy that develops with the character, and the plot are part of the elements that define the viewer's interest in a film of the aforementioned genre. For the development of this project, the comedy film "Dedicada a mi Ex" (2019) is taken as a case study, since it is currently forming part of the Netflix catalog and positioning itself as a possible reference for the future. Through the development of surveys of people who regularly go to movie theaters, and in-depth interviews with experts in film direction and script.

Keywords: *Comedy cinema, Ecuadorian cinema, elements of comedy, film production, communication, Dedicada a mi Ex.*

INTRODUCCIÓN

En Ecuador, son entre dieciséis a veinte las películas nacionales que se exhiben por año en las salas de cine de todo el país. Del número antes mencionado y, según sus fichas técnicas podemos notar que en promedio de una a quince películas son del género drama, y entre una a cinco varían entre el género de acción, ficción o terror. Es decir, no es muy común ni frecuente ver películas nacionales de comedia en las salas de cine del país, de hecho, la última película nacional de este género en estrenarse fue en el año 2017.

En el mes de febrero del año 2021 y vía Twitter, el medio de prensa escrita “Diario Expreso” de Ecuador realizó una encuesta entre sus seguidores, en donde se preguntaba sobre el género de preferencia a la hora de ver una película. La muestra se obtuvo de un total de 220 votantes, en donde se pudo evidenciar que la comedia tuvo preferencia para el 41,8% de los espectadores, seguido del género de acción con el 30,9%. Estos datos evidencian la aceptación de este tipo de productos cinematográficos, pese a su poca producción.

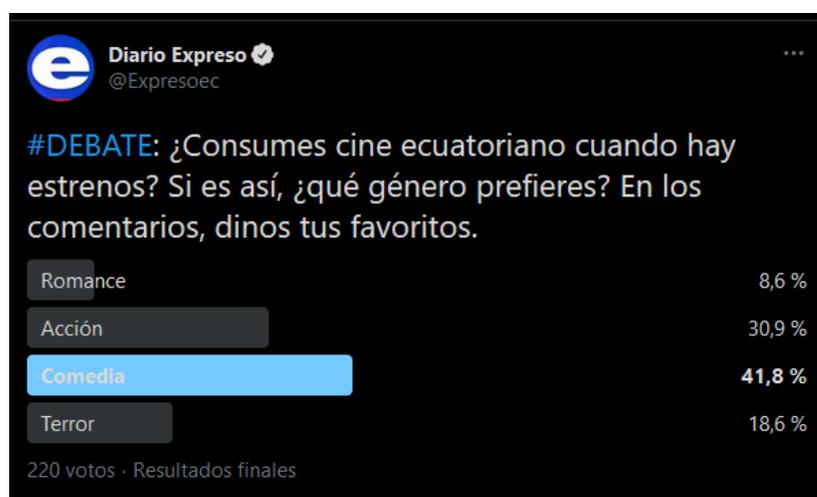


Ilustración 1: Resultado de la encuesta realizada vía Twitter por el medio de prensa escrita Diario Expreso.

Por ello, la presente investigación tiene como objetivo el demostrar la rentabilidad de la realización de productos cinematográficos relacionados a la comida en el país. Mediante revisión bibliográfica referente al tema, realización de encuestas a un determinado grupo de personas que frecuenten salas de cine, entrevista a expertos en el área de dirección y guiones para cine, se mostrará el beneficio de realizar producciones de comedia y como estas pueden llegar a beneficiar a la industria ecuatoriana.

1. Capítulo I: Presentación del objeto de Estudio

1.1 Planteamiento del problema

Según la historia, hace exactamente 97 años se realizó el estreno de la primera película comercial ecuatoriana, dirigida por el cineasta Augusto San Miguel, 'El Tesoro de Atahualpa'. Fue estrenada el 7 de agosto del año 1924 en los teatros Edén y Colón de la ciudad de Guayaquil; y posteriormente el 16 de agosto en los cines Variedades, Popular, Puerta del Sol y Royal Edén de la ciudad de Quito. En la última década son varias las producciones nacionales que se han podido ver en las carteleras de cines de todo el país. Películas estrenadas como Pescador (2011), Mejor no hablar de ciertas cosas (2012), Mono con Gallinas (2013), Feriado (2014), From Core to Sun (2018), Son of a man (2018), Dedicada a mi ex (2019), entre otras.

Si hablamos de cifras de taquilla nacional de películas que van entre el año 2010 al 2020, podemos encontrar que las principales son: Dedicada a mi Ex (320.000 espectadores), Pescador (105.000 espectadores), Mejor no hablar de ciertas cosas (53.000 espectadores), Mono con Gallinas (23.000 espectadores). Poniendo en el puesto número uno a la película producida por la productora Touché Films.

La primera película cómica de la reconocida productora de contenido online, Touché Films, titulada "Dedicada a mi Ex", alcanzó la cifra de 320.000 espectadores a nivel nacional y 520.000 espectadores a nivel de Latinoamérica, según un corte de datos de febrero del año 2021. Luego de su estreno en las salas de cines del país en el año 2019, superó a películas como "Pescador" y "A tus espaldas", quienes eran consideradas las películas más vistas en los últimos ocho años. En 1981, es decir hace 40 años, sucedía un fenómeno de taquilla parecido con unas de las pocas comedias que hay en la lista de películas ecuatorianas, el largometraje "Dos en el camino" dirigida por Jaime Cuesta y Alfonso Naranjo alcanzaba un total de 500.000 espectadores.

Cabe mencionar, que el 5 de febrero del año 2021, 'Dedicada a mi Ex' se convirtió en la primera película ecuatoriana en llegar a la plataforma de streaming Netflix. Esta cinta cuenta con la distribución internacional de Sony Picture, y llegó a estrenarse además de en Ecuador en países como México, Perú, Colombia y Bolivia.

Según la investigación "Estudio de audiencias de cine en el Ecuador", realizado por encargo del CNCine, que buscaba analizar los géneros cinematográficos de preferencia de los ecuatorianos residentes en las ciudades de Guayaquil, Quito y Cuenca de entre 15 a 60 años, se pudo evidenciar que como género de su preferencia está el de acción (70%), la comedia (62%), terror (35%), drama (34%), ciencia ficción (27%), romántico (22%), suspenso (16%), documental (15%). (Consulting, 2015).

Está demostrado en cifras; que son de acceso público en internet, que las que actualmente son consideradas como las películas más taquilleras del país a nivel comercial, pertenecen al género comedia. Sin embargo, las producciones comerciales de estos largometrajes son de manera reducida, y es imposible no sacar a colación la inquietud sobre ¿por qué no hay películas de comedia nacional de una manera más continua en las salas de cine?

1.2 Formulación del Problema

¿De qué forma el género cinematográfico de comedia puede resultar rentable a la hora de hacer cine en el Ecuador? Basado en el caso de la película "Dedicada a mi Ex" de la productora Touché Films.

1.3 Objetivo General

- Demostrar la rentabilidad del género de comedia en los largometrajes que se estrenan en salas de cine del Ecuador, tomando el caso de

estudio de la película ecuatoriana “Dedicada a mi Ex”, producida por Touché Films en el año 2019.

1.4 Objetivos específicos

- a) Determinar los géneros cinematográficos preferidos por los espectadores de cine y cuáles son las películas ecuatorianas de comedia conocidas por ellos, por medio de encuestas.

- b) Evidenciar el punto de vista de directores y productores sobre el género cinematográfico de comedia, mediante entrevistas a expertos.

- c) Identificar los elementos de guión que hacen que un largometraje de comedia genere interés en los espectadores, mediante encuestas a consumidores de cine.

1.5 Justificación y delimitación

La justificación de este trabajo académico se basa en tres pilares: su importancia, relevancia y novedad:

La importancia de este trabajo académico radica en que, a través de su investigación, busca realzar el género de comedia como uno de los más taquilleros a nivel nacional. Con este trabajo se pretende ser guía para productores, directores, guionistas y demás personas relacionadas a esta industria que busquen incursionar en este tipo de producciones.

La relevancia recae en lo académico, mediante este trabajo se pretende ser un soporte, para que, desde las aulas de clases, se impulse al género de comedia como una alternativa para el cine en el país. Es importante desde la

formación académica reconocer a la comedia como el segundo género más taquillero de Ecuador. Se busca también ser un soporte de ayuda para estudiantes que se encuentren cursando carreras afines y busquen investigar más a fondo sobre este tema.

La novedad de este trabajo se basa en que además de los datos e investigaciones previas recopiladas, se tomará también en cuenta el punto de vista de productores y directores de cine, que están haciendo productos cinematográficos en la actualidad, para de esta forma brindar una nueva óptica comercial con respecto a la comedia.

Se tomó como caso de estudio el éxito de taquilla que ha tenido la película “Dedicada a mi ex”, que fue estrenada en las salas de cine del país en el 2019. Película que, además, está actualmente catalogada como la segunda película más taquillera del país.

2. Capítulo II: Marco Teórico

2.1 Cine

«Ningún otro invento como el cine ha incidido tanto en la vida de los hombres del siglo XX, al menos en lo que se refiere al ejercicio de imaginar, de provocar sueños y deseos colectivos, o acceder a los pensamientos y a las ideas de otros, a las fantasías y reflexiones propias y ajenas. La luz del cine alumbró el paso a la creatividad y a la sensibilidad hacia un caudal generoso: el poder de perpetuarse en el tiempo». (Lara H., 1999)

El cine, es uno de los mayores acontecimientos del siglo XX, y tiene la capacidad de incidir en la vida de las personas. Es un instrumento para hacer crecer la capacidad de conocer cosas a través de la fantasía e imaginación (Leigh, 2002; Tarkovski, 2002).

Dickinson y Edison fabricaron diferentes utensilios que ayudarían a recrear imágenes en movimiento, entre los años 1889 y 1891. Uno de estos, sería el reconocido 'kinetoscopio', que permitía observar imágenes en movimiento a través de una mira. En el año 1888, Louis Le Prince estrena un film de dos segundos de duración, titulado 'La escena del jardín de Roundhay'. En esta película se podía apreciar a dos personas caminando por un jardín. En el año 1895, los hermanos Louis y Auguste Lumière, presentaron el cinematógrafo, aparato que posteriormente utilizaron para documentar actividades diarias que se realizaban en su pueblo. Entre su documentación más conocida se encuentra 'La llegada del tren' y 'La salida de los obreros de la fábrica'. En dichas épocas los films no contaban con sonido propio de ambiente o de diálogos, este tipo de cine es lo que actualmente se conoce como el 'cine mudo', y a partir de este, la industria tuvo un avance año tras año, hasta llegar a lo que en la actualidad es el cine.

El cine, también denominado como el “séptimo arte” cuenta con más de 120 años de historia. Año a año conforme la tecnología avanza, los espectadores son testigos de cómo esta industria se renueva para brindarles mejores experiencias a través de una pantalla, abriendo un abanico de emociones. Gracias al cine el ser humano puede identificarse y además soñar, desarrollar su creatividad y hasta empatizar con algún personaje, en la que el espectador vea reflejado algún fragmento de su propia biografía.

Según Scorsese, el cine debe tocar nuestros corazones, despertar nuestra visión y cambiar la forma en la que vemos las cosas. Debe llevarnos a otros lugares, explorar nuestra mente. Asegura también que debe reunir los recuerdos de nuestras vidas, para de esa forma mantenerlos vivos (Scorsese, 1993).

Eso es el cine: la captura, el montaje y proyección de fotogramas de manera rápida y sucesiva, para brindar la ilusión de una imagen en movimiento. Dicho proceso es complementado con audios, que pueden ser diálogos, efectos sonoros, narraciones, piezas musicales, entre otros elementos. Sin olvidar que el eje principal de todo audiovisual, es la historia. Con respecto al guion, el director japonés Akira Kurosawa, menciona que con el desarrollo de un guion se pueden realizar buenas o malas películas. Pero con la realización de un mal guion el único resultado que se obtendrá serán películas malas (Kurosawa, 1980).

Siempre han estado asociadas la magia, el cine y las películas. Las personas que hicieron películas al inicio eran magos (Coppola, 2006).

Como obra cultural, el cine es un elemento de gran impacto en las masas, ya que en él se difunden y legitiman los estereotipos y roles de género.

Es decir, además de entretener, ayuda a construir una identidad personal, una identidad de género (Kuhn, 1991; Campo-Redondo, 2008).

La magia del cine, a lo largo de los años ha dejado diversas lecciones y enseñanzas, el poder resolver conflictos, el observar, poder sentir, poder amar u odiar, el fantasear con algo. El cine le ofrece al espectador una infinita posibilidad de vivir una vida “real” por unas horas, y es que, de eso trata la denominada “magia del cine”, que tiene la capacidad de sumergir al espectador en las historias que se cuentan. Además de, ser parte también de la cultura, ya que recopila literatura, fotografía, artes plásticas, artes visuales, entre otros campos que se convierten en el complemento perfecto para este arte.

2.2 Guion

El guion es introducido en el siglo XX, a manos de uno de los principales cineastas de la época, Thomas Harper Ince. Caracterizado por el estricto control que llevaba sobre los costos económicos de sus producciones que, para la época, contrastaban con la improvisación que generalmente se manejaba en la industria de aquella época. También fue el primero que optó por ya no tener una sola persona que se encargará de todo, sino que más bien, solicitó tener personas especializadas en dirección, edición y guionistas. Lo que un futuro ayudó a facilitar la producción de películas en serie. Con el pasar de los años el guión se fue adaptando a abarcar más necesidades, y actualmente permite tener una clara una estructuración de tiempos de filmación, costos, organización de escenas, planos, y movimientos. (Carrasco, 2016)

Se define como guion al relato de forma escrita que va a suceder en la película. Este consta de varios elementos: diálogos, escenas, secuencias, breves descripciones sobre las acciones que deben realizar los actores,

emociones. Se realiza un argumento teniendo presente que debe ser filmado y montado posteriormente, por eso se considera de suma importancia que el guionista sepa de cine, ya que este debe tomar en cuenta la dificultad de realizar ciertos efectos y el valor que puedan representar económicamente, en pocas palabras que sepa lo que se puede y no realizar en el cine.

En el artículo web “Sobre las estructuras narrativas en el relato cinematográfico”, escrito por Rodrigo Álvarez (2017), menciona que toda narración cinematográfica consta de una temporalidad, es decir, se desarrolla en un tiempo determinado. (Rodrigo, 2017) las clasifica en:

- a) Lineal: Tiempo cronológico que transcurre desde el inicio al final de la historia.
- b) Discontinuo: Reestructuración del tiempo lineal, se recrea a través del montaje, y se determina dependiendo del orden en el que se quiera explicar la historia.

Se conoce como ‘anacronía’ a la alteración del suceso de una historia, con respecto a su orden cronológico.

- a) Prolepsis: Los personajes anticipan acciones, es decir se adelanta en el tiempo. También son conocidos como ‘flashforward’.
- b) Analepsis: Los personajes se mueven a acciones realizadas en el pasado. Son conocidos también como ‘flashbacks’.

En “El libro del Guion”, se lo denomina como una historia contada en imágenes y descripciones, que se basa en una persona o grupo de personas, que se encuentran en un lugar o lugares determinados, realizando alguna o varias actividades. (Field, 1979) menciona también, que el guion se divide en tres actos:

- A. Primer acto o el principio: se da a conocer al espectador sobre quién es el personaje principal, en qué consistirá la historia, y cuál es la situación. Al final de este acto, se desarrolla el nudo de la trama, que es un incidente que hace que la historia tome otro rumbo.
- B. Segundo acto o la confrontación: en esta etapa, el protagonista deberá superar una serie de obstáculos, ya sean físicos o emocionales, que le impiden llegar a aquello que provoca su satisfacción.
- C. Tercer acto o la resolución: etapa en la que finalmente se resuelven todas las tramas generadas.

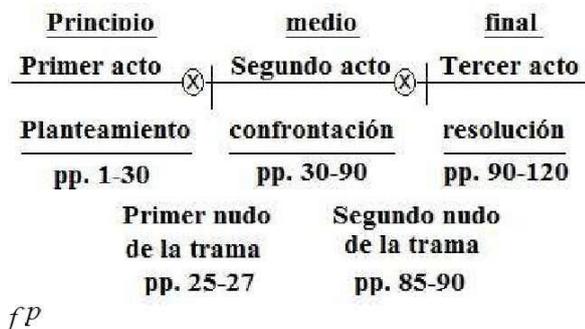


Ilustración 2. Estructura de los tres actos (El libro del guión, Field, S. (1979))

En el libro, “El héroe de las mil caras” de Joseph Campbell, este explica sobre la estructura denominada como ‘el viaje del héroe’. Utilizada principalmente en películas de género épico, ciencia ficción o fantasía. La estructura está dividida en tres actos, al igual que en la manera tradicional, (Campbell, 1959) las define:

- A. Planteamiento: Inicia con la presentación del protagonista, se introducen los demás personajes y se da a conocer el “mundo ordinario”. En determinado punto, algún tipo de problema producirá que el protagonista sienta el ‘llamado a la aventura’, y decida iniciar su misión.
- B. Nudo: El héroe se traslada al “mundo extraordinario”, que no es más que otro lugar en el que se desarrollará la travesía, en este lugar conoce nuevos personajes que lo ayudarán o impedirán que alcance su objetivo.
- C. Desenlace: En este punto, independientemente de que el ‘héroe’ haya o no logrado su objetivo, se visualiza una evolución personal, ya que no será el mismo que al principio. Se establece un equilibrio y tranquilidad.

Según Campbell, para que el héroe complete su viaje, debe atravesar doce fases, que son las que mostrarán su evolución a lo largo de la historia, (Campbell, 1959) las divide en:

- A. El mundo ordinario: Se muestra cómo es antes de que se llegue a presentar el conflicto. Da a conocer al espectador, todo lo que el personaje debe dejar atrás y lo que pierde cuando se presenta el problema.
- B. El llamado a la aventura: Se produce el conflicto principal, no necesariamente un problema de vida o muerte.
- C. Rechazo de la llamada: Al inicio el protagonista no quiere asumir la aventura y la rechaza.
- D. Encuentro con el maestro: Conoce a un personaje que lo convencerá de aceptar el llamado a la aventura. El maestro también puede ser el personaje encargado de brindarle

ayuda, sabiduría y consejos sobre cómo llevar a cabo dicha misión.

- E. Cruce del primer umbral: El protagonista se encuentra con el primer obstáculo al que debe enfrentar.
- F. Pruebas, aliados y enemigos: A lo largo del desarrollo deberá enfrentarse a diversas pruebas u obstáculos, que pueden ser otros enemigos. También contará con la ayuda de aliados.
- G. Acercamiento: Conforme avanza en la aventura, va aprendiendo y evolucionando personalmente, va conociendo mejor a su enemigo.
- H. Prueba suprema: Es la hora de enfrentarse a su reto mayor, por el que se estuvo preparando todo el tiempo. Utiliza todo lo aprendido, todos sus recursos, es el momento de todo o nada.
- I. Recompensa: Después del reto, e independientemente lo haya o no superado, recibe una recompensa. Esta recompensa puede ser también inmaterial, sentirse más fuerte, obtener alguna nueva habilidad, o haber logrado ganar un amigo.
- J. La resurrección: Se da una última lucha de vida o muerte, en esta “muere” el viejo yo del protagonista, es decir, el que se nos presentó al inicio de la historia. Está preparado para el viaje de regreso.
- K. El regreso: Es una persona completamente nueva, se siente más seguro, ha obtenido nuevas amistades y experiencias.



Ilustración 3: El viaje del héroe. Imagen extraída del artículo web "Sobre las estructuras narrativas en el relato cinematográfico", escrito por Rodrigo Álvarez (2017).

Tener clara la historia que se busca contar a través del audiovisual, es la parte más importante y fundamental antes del proceso de grabación, sin un buen cuidado de la estructura narrativa, el filme se derrumba. Y es aquí en dónde radica la importancia de un buen guion cinematográfico.

2.3 Géneros cinematográficos

Los géneros cinematográficos nos ayudan a categorizar un largometraje, en el que resaltan sus temas y componentes narrativos. El etiquetar los filmes es un punto fundamental para su etapa de distribución y promoción comercial ya que, dependiendo del tipo de película, agrega fórmulas narrativas de eficacia comercial, para de esta forma atraer al público. Dudley Andrew en su libro, "Concepts in Film Theory", menciona que los géneros tienen una función en la economía global de la industria cinematográfica, ya que son los

encargados de satisfacer la necesidad social de crear mensajes (Andrew, 1984).

En el libro “Los géneros cinematográficos, (Altman, 2000) los define como conceptos de múltiples significados:

- a. el género como esquema básico para programar la producción de la industria;
- b. el género como una estructura por la cual se construyen las historias;
- c. el género como etiqueta de una categoría para exhibidores y distribuidores;
- d. el género como posición espectral que toda película de género exige a su público.

Se clasifican según los elementos que contengan dichas películas, estos pueden ser ritmo, estilo, tono, ambientación, formato, el sentimiento que se busque causar en el espectador, entre otros. Estos también pueden ser combinados unos con otros, para de esta forma dar vida a los denominados “géneros híbridos”, que no es más que la fusión de uno o más géneros entre sí.

A. Por tu estilo o tono:

- a. Drama: centrada en el desarrollo de un conflicto de los protagonistas, ya sea entre ellos o consigo mismo.
- b. Comedia: desarrolladas para provocar entretenimiento y risas en el espectador.

- c. Acción: conllevan a una interacción moral entre el bien y el mal, con fuertes toques de violencia o fuerza física.
- d. Aventura: cuenta con situaciones de peligro y riesgo.
- e. Terror: su fin es provocar sobresalto y miedo en la audiencia.
- f. Misterio: se muestra una transición entre lo desconocido a lo conocido mientras se van resolviendo enigmas.
- g. Romántico: refleja una historia entre los protagonistas, con altos toques románticos.
- h. Suspenso: busca provocar tensión.
- i. Fantasía: contiene mundos, criaturas, entre otros elementos fantasiosos.
- j. Musicales: tiene breves recesos que dan paso a un fragmento musical que suele ser cantado y acompañado de coreografías.

B. Por su ambientación:

- a. Histórico: recrea una historia que ocurrió en el pasado.
- b. Policiaco: basada en la actividad criminal y su derrota.
- c. Bélico: campos de batalla y tiempos de guerra.

- d. Western: del periodo colonial a la era moderna de Estados Unidos.
- e. Ciencia ficción: recrean un posible futuro.
- f. Fantasía: mundos míticos que provienen de la imaginación del autor.
- g. Deportivo: Relacionado al deporte y cualquier suceso trascendental.

C. Por su formato:

- a. Animación: películas realizadas a base de fotogramas, que son dibujados a mano por un artista, que al ser pasados de forma rápida producen una ilusión de movimiento. En esta categoría también entra el stop motion, que consiste en la construcción física de elementos que son manipulados de forma manual fotograma a fotograma.

D. Por su tipo de audiencia:

- a. Infantil: dirigida hacia los niños.
- b. Juvenil: están ambientadas en historias de etapa escolar, ya sea sobre escuelas, colegios o universidades.
- c. Familiar: realizadas para atraer a todas las edades.
- d. Adulta: dirigidas exclusivamente hacia los adultos, contienen violencia, sexo explícito, vocabulario fuerte.

E. De culto:

- a. Se denomina a aquellas películas que, pese al transcurso de los años, siguen siendo populares para un grupo de aficionados.

Robert Mackee, en su libro “El Guion”, refiriéndose a los géneros cinematográficos; señala que no hay lista definitiva, ya que estos no son estáticos, sino que evolucionan, son flexibles y se adaptan, pero siempre conservando su verdadera esencia, algo muy parecido a cuando un compositor musical juega con los géneros musicales para darle vida a nuevos sonidos (Mckee, 2019).

Desde su creación, los géneros se desarrollaron como un factor importante a la hora de saber que ofrecerle a los espectadores, lo que permitió que ellos se sientan identificados con géneros determinados y eso, sea un aporte en la decisión de las películas que desean ver.

2.4 Marketing y promoción

Se debe entender que a nivel mundial el cine es una industria, y como ella, genera ingresos a nivel mundial que provienen de su taquilla. Según la publicación “Ranking mundial de productoras cinematográficas más taquilleras de la historia” menciona que en el 2019, dicha industria alcanzó un total de \$42.000 millones de dólares estadounidenses, alcanzando también un récord de taquilla (Orús, 2020).

Según Philip Kotler, quien es considerado como el padre del marketing moderno, sostiene que este no es más que el proceso social por el cual las personas satisfacen sus necesidades al crear o intercambiar bienes y servicios. Antes de Kotler, el marketing pasa desapercibido y, de hecho, no

era considerado un trabajo importante a nivel de instituciones o empresas. El reiteraba sobre que el enfoque de las empresas debería ser centrado a la satisfacción de los clientes y en los beneficios que los productos podrían brindarles, puntualmente en el tema de la distribución y en el precio. Con la llegada de esta nueva definición, el marketing llegó a ser entendido como la forma de comunicación e intercambio con los clientes (Kotler, 2001).

Junto a esta nueva manera de ver el marketing, nace un punto que también es relevante al hablar de este tema, la segmentación. Consiste en saber que no se puede servir a todos los consumidores con el mismo nivel de satisfacción. Sin embargo, para que esto suceda es necesario definir un público objetivo, que no es más que seleccionar un grupo de personas con características y necesidades en particular, dependiendo de las necesidades que la empresa desea alcanzar.

Aterrizando el uso del marketing a nivel de la industria cinematográfica, podemos decir que sus funciones son hacerse cargo de toda la promoción de las películas, es decir, todo lo relacionado con la publicidad pagada, relaciones públicas, comunicación y promociones. En resumen, esta etapa es la encargada de que la película sea conocida y la gente sepa de la existencia de estas producciones tanto a nivel nacional como internacional. De quedarse corto el desempeño ante las expectativas, causara insatisfacción por parte del cliente. Por otra parte, si el desempeño coincide con las expectativas, producirá que el cliente quede contento. El cliente quedará satisfecho y encantado, en el momento en que el desempeño supere las expectativas (Kotler, 2001).

Por otro lado, y en términos generales, cuando hablamos de distribución, nos referimos a la etapa en la que se busca que el producto esté a disposición de los consumidores en la cantidad, lugar y momento preciso. Usualmente los productores no cuentan con una red de distribución propia, por lo que buscan

trabajar con una empresa terciaria que a su vez le brinde beneficios. Centrándonos a nivel de industria cinematográfica, podemos decir que la distribución tiene como principal objetivo el completar las estrategias de exhibición de la película. Dicho distribuidor no es más que un enlace entre el productor y el exhibidor, el cual desarrolla el plan de marketing para que la audiencia empiece a conocer el largometraje que se va a estrenar en las respectivas salas de cine.

Al día de hoy, el marketing cinematográfico es considerado como una disciplina, encargada de agregarle un valor monetario a una película. Para lograr este fin integra diversas técnicas y análisis, que, mezclados con la creatividad, pulen dicho proyecto cinematográfico. Podemos mencionar que su objetivo es lograr captar la atención de los espectadores, creando un interés por la trama y de esta forma aumentar la necesidad de ver el largometraje cuando se estrene en salas de cine. Joseph E. Levine, quien fue un reconocido productor estadounidense, mencionaba que se puede engañar al público, siempre y cuando se tenga la publicidad y el presupuesto correcto (Levine, 1967).

Con el fin de elevar los ingresos monetarios, la industria cinematografía fue adaptando el conocido término 'marketing mix', que consiste en el proceso en el cual se planifica una estrategia para crear intercambios entre el individuo y la empresa, Asociación Americana de Marketing (1984). Jerome McCarthy (1996), dividió estos objetivos en cuatro grupos, que actualmente son conocidos como las cuatro 'P' del marketing. En relación a esta industria, es necesario agregar una quinta 'P', que hace referencia al equipo humano de trabajo, ya que ellos pueden aumentar o disminuir la efectividad de la estrategia de marketing, Scheff (2004) dividió estos cinco conceptos:

- a) Producto: Se refiere al largometraje. Elementos como el género y guion, son los que juegan un papel importante en la

decisión del espectador sobre ver o no la película, Kerrigan (2010).

- b) Precio: Valor monetario de la entrada en las salas de cine o lugares donde fuera proyectado la película. Actualmente, se toma en cuenta el precio de las plataformas digitales de streaming, también conocidas como VoD (Video on demand).
- c) Plaza: Refiriéndose al espacio físico para la exhibición del producto cinematográfico.
- d) Promoción: La forma en la que se busca dar a conocer la película y lograr atraer al público.
- e) Personas: Los actores, directores o guionistas, tienen influencia en la decisión del público sobre ver la película.

En el libro “Marketing cinematográfico: Cómo promocionar una película en el entorno digital”, se mencionan que adicionalmente a las herramientas ya antes mencionadas, existen otras acciones para complementar la promoción de una película, (Herbera, Linares, & Neira, 2015) mencionan:

- a) Concursos: Buscan atraer la atención de los espectadores, con el crecimiento de las redes sociales, esto se ha vuelto una práctica más fácil y común de realizar. Permite a la productora o distribuidora tener un contacto directo con el público. Los premios generalmente pueden ser carteles, entradas, camisetas, souvenirs, entre otros productos relacionados al filme.
- b) Experienciales: En este tipo de promoción, se busca que el espectador se convierta por un momento en el protagonista,

brindándole una experiencia similar a la que podrá observar en el film.

- c) Promoción a través de terceros: Se realizan acuerdos con empresas de otros sectores (bebidas, comida rápida, alimentación, entre otros), dichos productos van relacionados de acuerdo a productos presentados en la película.

El cine actualmente es consumido por miles de millones de personas alrededor del mundo; con los cambios y avances que sufre la tecnología, estos números se encuentran en constante aumento, lo que provoca que la difusión de películas sufra un cambio radical. Una productora ya no sólo separa un presupuesto para pautas de publicidad en televisión y otros medios, sino que, también ahora destina un valor para internet y redes sociales, lo que desencadena en la adaptación del marketing digital para la industria cinematográfica.

Hasta hace un par de años, la publicidad tradicional como son consideradas las vallas publicitarias, los medios impresos, entre otros, eran utilizados como los medios principales para la difusión y publicidad de películas. Con la incorporación y relevancia de las redes sociales esta situación cambió, al día de hoy, el público necesita vivir experiencias que vayan más allá de un afiche; conocer los personajes más a fondo, inclusive disfrutar de contenido exclusivo. Si tomamos como caso el estreno de Jurassic World en el año 2015, como parte de su estrategia de marketing digital, lanzaron una página web que simulaba la de un parque real, en ella se mostraba las diferentes actividades que se podían realizar en la isla, en qué lugar exactamente se encontraba un dinosaurio en específico, la temperatura, información sobre dinosaurios e inclusive los horarios de apertura del parque. Esto permitía al usuario sentirse parte del parque y de la película, además la página web contaba con un tráiler e imágenes exclusivas (ISDI, 2016).



Ilustración 4: Mapa de la isla en la que se pueden apreciar los diferentes lugares con la que esta cuenta. Extraído de: <http://hs.jurassicworldintl.com/park-map/>



Ilustración 5: Pantalla que muestra las diversas opciones que se pueden realizar en el parque. Extraído de: <http://hs.jurassicworldintl.com/plan-your-visit/>

En definitiva, el marketing cinematográfico es indispensable como elemento para acompañar a una producción cinematográfica, desde la concepción de la idea hasta su distribución final. Es el encargado de asegurar que el lanzamiento de una película sea todo un éxito, no solo a nivel de acogida por parte del público, sino también en lo monetario.

2.5 Nuevas perspectivas del cine en la industria cultural

La industria cinematográfica viene sufriendo cambios desde hace aproximadamente un siglo, pero actualmente, con el surgimiento de las plataformas de streaming o también denominadas como 'SVoD', han representado una revolución total al día de hoy. Los usuarios de cualquier parte del mundo, ahora pueden acceder a un amplio catálogo de material audiovisual, que puede ser reproducido desde cualquier lugar en el que se encuentren, las veces que deseen y a través de cualquier dispositivo, sea este un televisor, computadora, smartphone o tablet, y todo esto a través de internet.

Las 'SVoD' son las siglas de "subscription video on demand", y se denomina así a aquellas plataformas en internet, que ofrecen un modelo de servicio de televisión vía streaming, mediante una suscripción mensual pagada. Esto favorece al usuario, de tal forma que no se siente atado a un contrato fijo por una cantidad de tiempo específica, ya que tiene la opción de al final de cada mes renovar o no el servicio. Para estas plataformas, el método de retener a sus clientes, es ofreciéndoles un contenido que sea de calidad y exclusivo (Lostalé, 2018).

Con respecto a las plataformas de streaming, se pueden encontrar diferentes opciones que varían desde su precio hasta su contenido, sin embargo, (Montes, 2020) menciona que entre las principales SVoD se encuentran:

A. Netflix: Cadena que empezó en los años 90's con el alquiler físico de películas, siendo competencia directa de Blockbuster, a quien años después superó. Cuenta con diversas producciones audiovisuales, que van desde series, documentales, películas, musicales, entre otros. Actualmente esta plataforma está optando por tener una mayor tendencia a realizar producciones propias. Ofrece tres tipos de

suscripciones: básica, estándar y premium. En la última ceremonia de los premios Oscars en el 2020, Netflix logró posicionar un total de cinco producciones originales, las cuales acumularon un total de 24 nominaciones, obteniendo de esta forma dos premios Oscars.

B. Amazon Prime Video: En el año 2017 lanza su aplicación para smartphones a través de Google Play. Ofrece un descuento para estudiantes que se registren con una cuenta institucional activa, durante cuatro años. Además, al contar con los servicios de HBO, el usuario tiene acceso a Twitch Prime sin costo alguno.

C. Disney+: Llegó al mercado en el mes de noviembre del año 2019. Considerada actualmente como una de las plataformas más completas, refiriéndonos a nivel de catálogo audiovisual, ya que cuenta con derechos de contenido de grandes productoras a nivel mundial, como lo son: Walt Disney Pictures, Walt Disney Studios, Pixar, DisneyNature, LucasFilm, Marvel Studios, 20th Century Studios, Blue Sky Studios, National Geographic, Walt Disney Television y Disney Channel. Adicional a su contrato mensual, ofrece también la opción de pago por contrato anual.

D. HBO: Llegó con su servicio de streaming el 18 de febrero del 2010. En su inicio, la única forma de conseguir este servicio era siendo suscriptor de HBO a través de la televisión tradicional. Dentro de su catálogo se encuentran series inéditas que han marcado un antes y un después en la industria audiovisual. Ofrece un único plan de contrato a sus suscriptores.

De acuerdo a cifras a nivel mundial, y con corte de fecha correspondiente al segundo trimestre del 2020, Netflix se posiciona en primer lugar sobre el resto de plataformas de streaming, con un total de 192.9 millones de

suscriptores. Amazon Prime en segundo lugar con 150 millones de suscriptores. Finalmente, en tercer lugar, Disney+ con un total de 60.5 millones de suscriptores. Cabe mencionar que, para la fecha, dicha plataforma aún no se encontraba activa en todos los países.

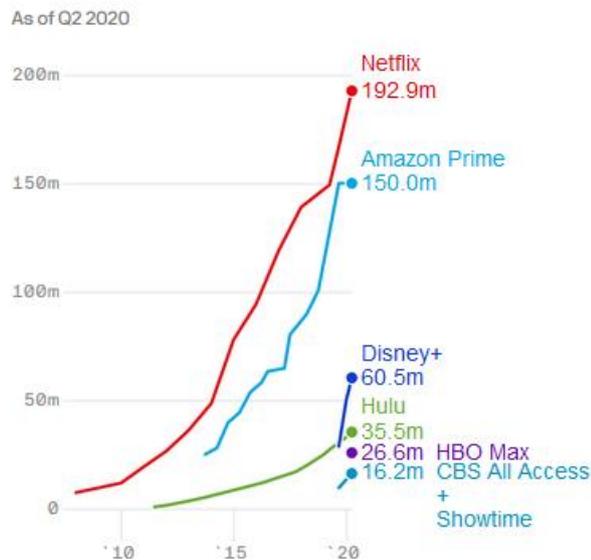


Ilustración 6: Grafico de crecimiento de suscriptores de servicios de transmisión (Fischer,2020). Extraído de: <https://www.axios.com/media-giants-look-abroad-to-build-next-round-of-streaming-services-5e280fbc-5479-41fb-b584-94fe3ef1b06b.html>

Con las nuevas tecnologías y las plataformas de streaming, los artistas cinematográficos van dejando en evidencia su capacidad creativa y la forma en que esta se adapta a los nuevos entornos, dando nuevamente pie a las 'películas interactivas'. Se denomina de esta forma a aquellas piezas audiovisuales, que permiten que el espectador pueda tomar decisiones en distintas situaciones. De esta forma la interacción del público afecta en el desenlace de la historia, y dependiendo de las decisiones que este tome, se puede llegar a varios finales alternativos.

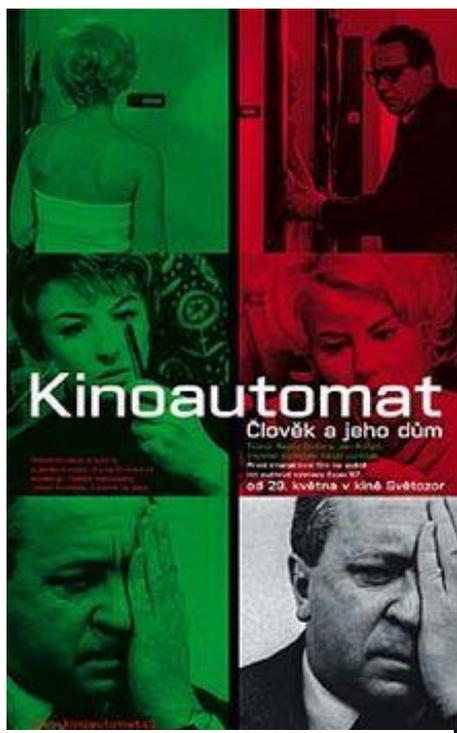


Ilustración 7: Portada de la película 'Kinoautomat' del año 1967.

En el año 1967, en el Pabellón de Checoslovaquia en la Feria Mundial de Montreal, Canadá, se estrenaba 'Kinoautomat' del director Radúz Činčera. Denominada como la primera película interactiva del mundo. Este film, fue catalogado como una comedia negra, fue presentado en 15 países, doblada al inglés y subtitulada en tres idiomas: francés, italiano y alemán. Esta obra está inspirada en el movimiento 'Linterna Mágica', un formato de teatro que se desarrolló a finales de los años 50 en Praga, y que combinaba el teatro, baile y cine.

La sala en donde fue proyectada la película tenía 124 butacas, contaba con luces de color rojo y verde, situadas alrededor del marco de la pantalla y estaban conectadas a un sistema que; mediante un control ubicado en cada asiento, permitía que el espectador realice la votación cuando fuera el momento, evidenciándose así la interacción del público. La proyección se detenía en nueve momentos específicos, ocasiones en las que salía el personaje principal del film, llamado Peter, para narrar las opciones e incentivar a la votación (Romero, 2020).

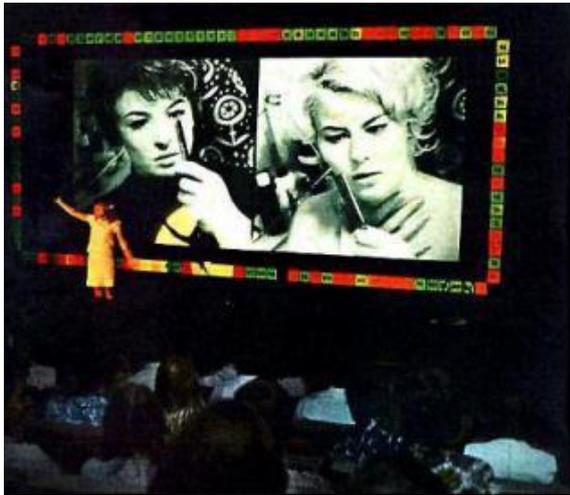


Ilustración 8: Imagen de pantalla que mostraba las votaciones de los espectadores.

El resurgimiento de las películas interactivas toma fuerza a raíz de que Netflix, en el año 2018, lanzará la película 'Black Mirror: Bandersnatch'. Este metraje, dependiendo de las decisiones que tome el espectador, contaba con cinco finales posibles, sumando un total de 300 minutos de película. Si el usuario no asumía ninguna decisión, el metraje continuaba de manera regular, y su duración se reducía a 90 minutos. Este acontecimiento captó la atención mediática, ya que revolucionaba la manera en que el espectador se involucra con la película. Netflix ha anunciado su intención de seguir apostando por este tipo de innovación con cara al futuro (Pérez, 2018).



Ilustración 9: Imagen introductora que explica la dinámica para la selección de decisiones por parte del usuario. Extraído de la película Black Mirror: Bandersnatch.



Por otro lado, las películas interactivas pueden ser consideradas como un género híbrido, ya que contienen elementos cinematográficos y de videojuegos. Este nuevo modelo de hacer películas, rompe con la estructura tradicional de hacer cine, una de sus características es el cambio de rol que sufre el espectador, ya que pasa de ser un receptor pasivo a tener un papel activo en la película. La narrativa de la película también sufre cambios, ahora cuenta con diferentes líneas alternativas que, dependiendo de las decisiones que vaya tomando o no el espectador, se irán mostrando a lo largo del audiovisual (Martínez, 2020).

Ciertamente, las plataformas de streaming han representado una revolución total a la hora de ver cine y sus derivados, incluso siendo este un concepto relativamente nuevo y que aún tiene mucho por explotar. Se estima que, en los próximos años, sean más las plataformas que brinden este servicio a usuarios de todo el mundo.

3. Capítulo III.- Deseño de la Investigación

3.1 Planteamiento de la metodología

El presente trabajo de titulación se sustentará mediante el enfoque cualitativo. Para lograr esto, se analizará a la audiencia; sin importar su rango de edad, que asiste a las salas de cine en la ciudad de Guayaquil. Con esto se busca evidenciar el género de preferencia de los espectadores, con respecto a su selección de películas. En adición a esto, se complementará con la participación de expertos en el área de producción, dirección y guion, ellos mediante entrevistas y con sus conocimientos, nos brindaran un soporte que fortalecerá el tema tratado.

3.2 Población y muestra

Los pilares fundamentales para alcanzar los objetivos de esta investigación serán divididos en dos:

1. Por medio de encuestas, se analizará a un total de 86 personas, que acudan a las salas de cine de la ciudad de Guayaquil. Para esta muestra no se tomará en cuenta ningún rango de edad, género, o estado civil en específico, como antes se mencionaba, se considerará únicamente a los espectadores que asisten de forma física a las salas de cines. Esto con la finalidad de determinar el género de preferencia de los espectadores.
2. Por medio de entrevistas, se buscará conocer la opinión de siete expertos del sector audiovisual. Esto con la finalidad de conocer, desde el punto de vista de productores, guionistas, actores y directores, sobre cómo es el apostar por el género de comedia dentro del país, además de darnos a conocer los elementos que destacan dentro de este. Los expertos a considerar son:

- a) **Jorge Ulloa:** actor, director de cine, productor y guionista ecuatoriano. También es cofundador de la productora de contenido online Touché Films y cocreador de la serie web EnchufeTV. Es director de la película cómica “Dedicada a mi ex”, estrenada en el año 2019.
- b) **Felipe Irigoyen:** director de cine ecuatoriano, se ha desempeñado también como guionista y director de fotografía en varias producciones audiovisuales del país. Es director de la película de comedia “Proyecto Bullying”, estrenada en el año 2018.
- c) **Viviana Cordero:** escritora, novelista, directora teatral y de cine ecuatoriano. Estuvo a cargo de la Dirección general de la Asociación de Cineastas del Ecuador en el año 2000. Es directora de la película “Solo es una más” estrenada en el año 2017 a nivel nacional.

3.3 Instrumentos de Investigación

Este trabajo académico se desarrolla bajo los parámetros de una investigación tipo exploratoria, y está orientado hacia el enfoque cualitativo. Lo que permite implementar los siguientes instrumentos de recopilación de datos:

- a) Revisión de bibliografía, relacionada al cine, géneros cinematográficos, marketing, guion y nuevas tendencias en el cine.
- b) Entrevistas a expertos, nos aportarán sus conocimientos sobre temas de cine y comedia en el país.

- c) Media cualitativa mediante encuestas, con el fin de obtener un resultado cualitativo sobre los géneros de preferencia de los consumidores de cine del país.

Capítulo IV.- Análisis de resultados

4.1 La comedia como género cinematográfico en el Ecuador según encuesta

A continuación, se presentan los datos obtenidos de las encuestas realizadas a un total de 86 consumidores habituales de cine en las diferentes salas de la ciudad, con el propósito de analizar los elementos que los atraen hacia una película de comedia, su frecuencia de asistencia a salas de cine, el género de su preferencia y qué género les gustaría observar en las producciones nacionales.

Este sondeo cualitativo recoge las respuestas de 86 habitantes de la ciudad de Guayaquil, incluyendo personas oriundas de otras partes pero que actualmente residen en la ciudad. Las edades comprendidas para esta muestra van entre 18 a 56 años. Para el desarrollo del formulado, los encuestados confirmaron su identidad ingresando su correo electrónico personal, así como también su edad, ciudad de nacimiento y sala de cine a la que acuden frecuentemente.

Sala de cine a la que acuden usualmente:

- Supercines
- Cinemark

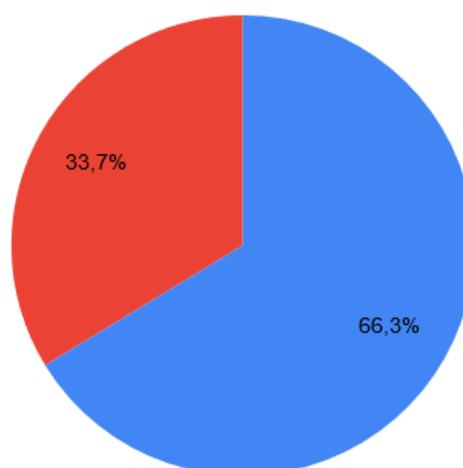


Ilustración 11: Sala de cine a la que acuden usualmente los espectadores.

Dentro del 66,3% que muestran su preferencia hacia las salas de cine de la cadena Supercines, mencionan que entre los lugares que suelen frecuentar se encuentran los centros comerciales San Marino, Riocentro el Dorado, Riocentro Norte, Riocentro Ceibos y Mall del Sur. Por otro lado, el 33,7% restante frecuenta los centros comerciales Mall del Sol, Village Plaza y City Mall, que cuentan con la cadena de cines Cinemark.

2. Ciudad de nacimiento:

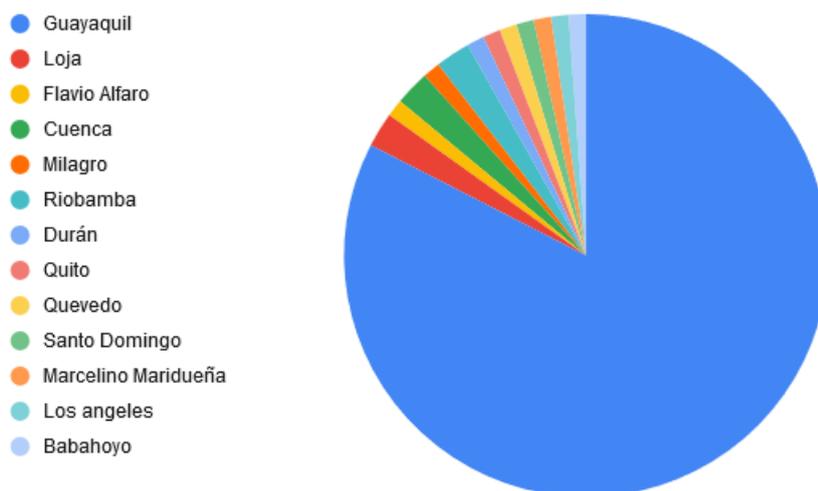


Ilustración 12: Ciudad de nacimiento de los encuestados.

3. Con que frecuencia va al cine:

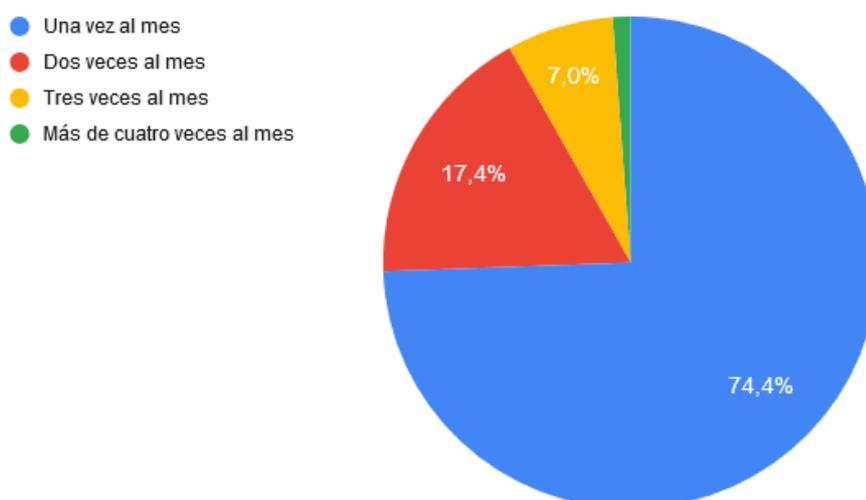


Ilustración 13: Frecuencia en que los espectadores van a las salas de cine.

4. Seleccione su género cinematográfico de preferencia:

86 respuestas

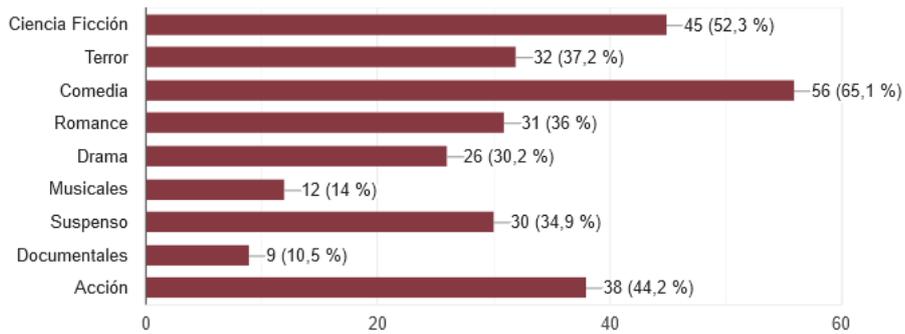


Ilustración 14: Género cinematográfico de preferencia de los encuestados.

Para el desarrollo de esta pregunta, se permitió que los encuestados puedan seleccionar opciones múltiples dependiendo de sus géneros de preferencia. Se muestra que el 65,1% se inclina hacia producciones del género comedia. Seguido por el género de acción, que representa el favoritismo del 52,3% de los encuestados. Como género menos ocionado, y en último lugar de esta encuesta, se encuentra el género documental, con tan solo el 10,5% de agrado.

5. Consume películas ecuatorianas:

86 respuestas

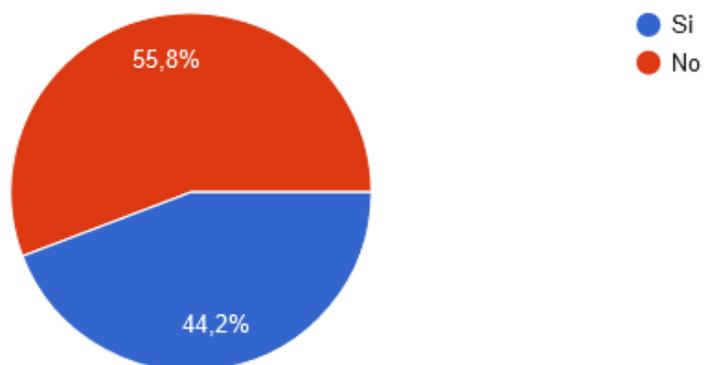


Ilustración 15: Porcentaje de encuestados que consumen películas nacionales.

Al momento de analizar las estadísticas de encuestados que consumen producciones nacionales, podemos constatar que el 55,8% menciona que no, es decir, un poco más de la mitad del total de encuestados. Esto contrastado por el 44,2% que afirma consumir películas nacionales.

6. De las películas nacionales que ha visto, ¿recuerda cuales han sido de comedia en los últimos diez años? Mencione algunas:

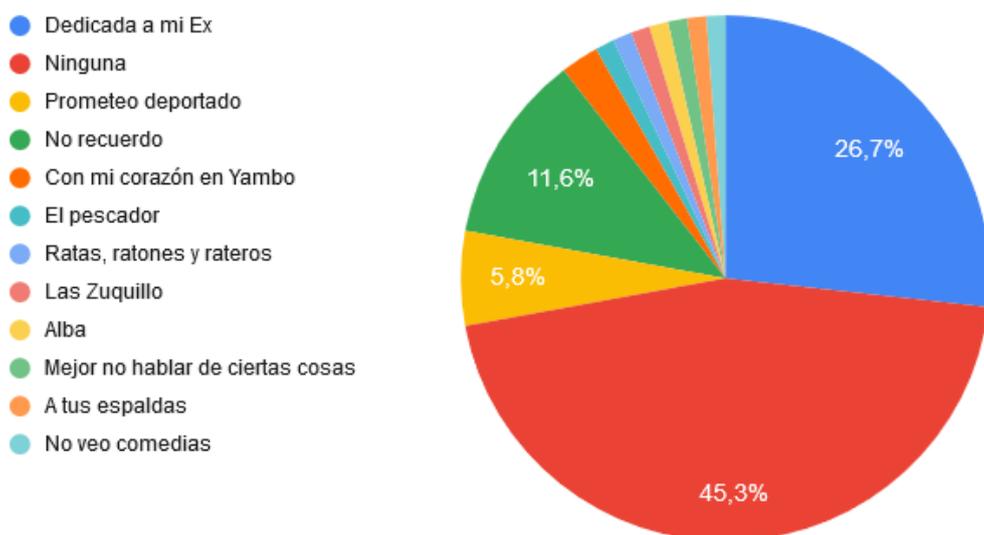


Ilustración 16: Películas nacionales que los espectadores recuerdan dentro de los últimos diez años.

En este punto, el 45,3% de encuestados menciona no haber visto ninguna película ecuatoriana, datos que van de la mano con los resultados obtenidos en la pregunta anterior, y que muestran que, en la pregunta anterior el 55,8% de personas no consume producción nacional, se constata que hay un pequeño porcentaje de espectadores que en algún punto ha visto una película nacional. El 26,7% ha visto la película 'Dedicada a mi Ex'. El 11,6% afirma no recordar las películas que ha visto, el 1,2% menciona que no consume películas de comedia.

7. ¿Qué elementos puede destacar en una película de comedia, para que esta sea de su agrado?:

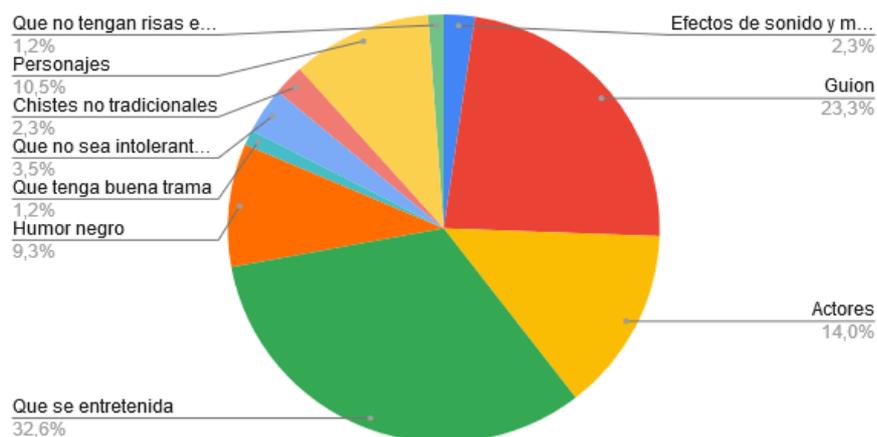


Ilustración 17: Elementos que son del agrado del espectador a la hora de ver una comedia.

Para este punto, el 32,6% de los encuestados optan por interesarse en comedias que sean entretenidas, datos que van de la mano junto al 23,3% que se ve atraído hacia un buen guion. Al 14% de los espectadores les atraen los actores que estarán en la película, mientras al 10,5% les llama más la atención los personajes que se mostrarán en la cinta. Otro dato interesante, es que al 9,3% de los espectadores les gusta las comedias de humor negro.

8. Seleccione el género cinematográfico de películas ecuatorianas que le gustaría ver:

86 respuestas

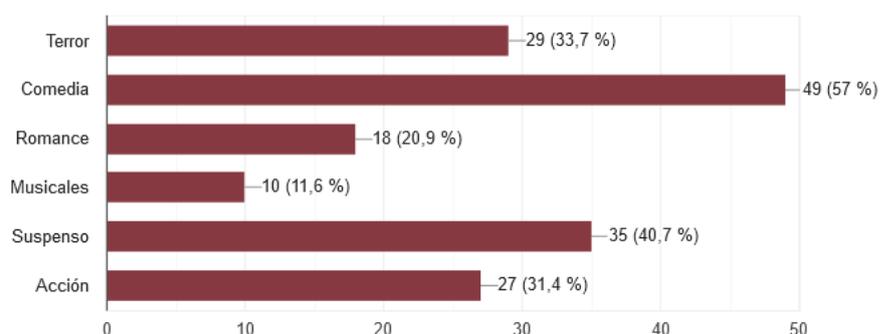


Ilustración 18: Género cinematográfico de películas ecuatorianas que les gustaría ver a los espectadores.

puedan seleccionar opciones múltiples dependiendo de sus géneros de preferencia. Si hablamos de géneros que le gustaría ver al espectador en los

productos cinematográficos nacionales, visualizamos que al 57% le gustaría ver largometrajes de comedia. Un 40,7% está interesado en el género de suspenso, seguidos por el 33,7% que muestra su interés hacia películas de terror. Para este punto, queda evidenciado la preferencia del público hacia un género que a nivel nacional es subestimado.

4.2 La comedia como género cinematográfico en el Ecuador según expertos

En base a testimonios recolectados mediante entrevistas de expertos relacionados al cine, en áreas de dirección, producción y guion, se detalla a continuación como ellos perciben el estado actual de comedia, como género cinematográfico en el país.

Felipe Irigoyen, quien es director y escritor de cine ecuatoriano, conocido por su ópera prima 'Proyecto Bullying', con la que participó en festivales como Marché Du Film del Festival de Cannes y DocMontevideo del año 2019, menciona que la definición más exacta que puede dar sobre el cine de comedia en Ecuador es 'escasa'. Afirma que las producciones son más encaminadas hacia géneros que tienen tintes más sociales por los reconocimientos en festivales que pueden obtener en el exterior.

Para la escritora, directora teatral y de cine ecuatoriano, Viviana Cordero, la escasez de producciones nacionales del género de comedia está más ligada a temas económicos. Menciona que hacer cine depende de la situación económica que este atravesando el país, ya que de eso dependerá el monto económico destinado al desarrollo cultural. Desde su punto de vista, y producto de la pandemia de COVID-19, manifiesta que actualmente no cree que el gobierno esté interesado en destinar montos para el desarrollo del cine, por lo que cree que el cine está en descenso. En ese punto es en donde más hace hincapié, menciona que considera que es una lástima que no se busque explotar un género tan comercial como lo es la comedia, y que da muy buenos resultados de taquilla.

Por otro lado, para el director de la película “Dedicada a mi Ex” y fundador de la productora Touché Films, Jorge Ulloa, el género de comedia no se encuentra explorado en el país. A nivel de estructura, menciona que en el país se manejan estructuras de progresión acumulativa, es decir, que no son estructuras aristotélicas.

Saber seleccionar el tipo de comedia que se va a realizar, es algo fundamental, así lo menciona Ulloa. Añade que existe la comedia observacional y vivencial, además considera importante como realizador el saber diferenciar la una de la otra. Un elemento que no puede faltar, es que toda comedia debe contar con el principio de ‘dolor y verdad’, ya que esto forma parte directa de los incentivos de los personajes.

La comedia tiene la capacidad de adaptarse a la realidad sociocultural de cualquier país, es así como Irigoyen define a otro de los elementos de la comedia. Otro punto fundamental, es el saber aterrizar una historia dependiendo de la audiencia a la que se busque llegar, porque lo que se busca en el espectador es que desarrolle una identificación, ya sea con los personajes o la situación que está observando. Irigoyen también sostiene, que años atrás era más sencillo abordar ciertos tópicos o críticas sociales, ya que la sociedad no era tan sensible hacia determinados temas. Menciona que desde la concepción de la idea se debe tener un cuidado exhaustivo en el guion, éste debe ser adaptado de forma correcta para evitar ofender a algún determinado sector.

Como acotación al punto anterior, Ulloa cita la frase: “castigat ridendo mores”, que significa el humor cambia costumbres. Comenta que justamente este es el aporte que se puede brindar a la sociedad a través de la comedia, el poder retratar de manera cruda situaciones en la que el espectador pueda verse reflejado, se identifique y se ría de sí mismo y de sus errores para luego poder cambiarlos. Es el efecto de conciencia social que se puede transmitir a través de la comedia.

El cineasta Felipe Irigoyen complementa lo que menciona Ulloa, reafirmando que una de las características principales de la comedia es la identificación con la audiencia. Lo llama también como un género para todo público, a diferencia de lo que se puede considerar un drama, que muchas veces resulta un poco difícil de digerir para la audiencia. Sostiene que, a diferencia de un drama, en donde el espectador se puede sentir un poco alejado de la realidad que se está mostrando, con la comedia pasa todo lo contrario, el espectador desarrolla una cercanía con los hechos. Asegura que optar por géneros comerciales es una buena idea para generar una mayor industria cinematográfica.

Es un aporte fantástico, grande y maravilloso, es así como Viviana Cordero define a la comedia. Menciona que hablar del aporte que podemos obtener de la comedia hacia la sociedad, es hablar de poder ver el dolor, pero soportarlo. Sostiene que el espectador principalmente ve una comedia para olvidarse de sus problemas y reír. Añade que, de haber un impulso a nivel económico en el cine, el número de producciones de comedia sería mucho más alto en el país.

CONCLUSIONES

Desde el punto de expertos y encuestados, el desarrollo del cine de comedia en el país debería ser mayor. Los resultados y éxitos que se pueden lograr a través de un producto bien logrado, cuidado y trabajado son evidentes, como punto de referencia se tomó a la película ‘Dedicada a mi Ex’, que además de ser considerada una de las películas más taquilleras del país, llegó a ser la primera película ecuatoriana en exhibirse en la reconocida plataforma de streaming Netflix y posicionándose dentro del top 10 en Ecuador.

La película “Dedicada a mi ex” fue producida por Touché Films y distribuida por Sony Pictures. Su rodaje se llevó a cabo con un presupuesto menor a \$1 millón, y tuvo una taquilla total de 320.000 espectadores solo a nivel nacional. Este fenómeno de taquilla no había sucedido con películas nacionales de otro género en los últimos 8 años, por lo que la aceptación de películas nacionales de este tipo queda evidenciada.

De acuerdo con los consumidores de cine local que han sido encuestados, sus preferencias y deseos de ver que en el país se opte por géneros cinematográficos diferentes a los que ya se observan en la pantalla grande es evidente. La comedia es un género que crea empatía con todos los espectadores, sin importar edad o género, además de atraer grandes masas. Esto va de la mano con lo comentado por la experta Viviana Cordero, quien menciona que nadie paga para llorar sino más bien para reír.

La responsabilidad de crear una buena comedia radica en los realizadores, ya que son únicamente ellos los encargados de hacer la selección del tipo de comedia y temas que transmitirán al público. Ellos mencionan que ahora más que nunca es importante analizar con “pinzas” los temas a tratar, ya que estamos ante una sociedad un poco más sensible hacia determinados tópicos. Ulloa sostiene la importancia de desarrollar una comedia del tipo vivencial, ya que con esta se muestra una comedia a partir

de los defectos propios del personaje, por lo que generalmente no tiende a vulnerar la susceptibilidad del espectador.

Otro punto que se evidencia, es la falta de identidad del cine ecuatoriano. Los expertos manifiestan que la mayor parte de la producción está pensada para el cine europeo y sus festivales, esto provoca que las producciones vayan encaminadas hacia géneros de drama que resultan ser los más premiados y seleccionados en estos, ya que a través de ellos se busca mostrar la realidad social de forma cruda de otros países. Es por eso que también la comedia llega a ser llamada como “un género subestimado”, pese al éxito que puede conllevar realizar una, son escasos los directores que deciden experimentar con este género.

Para poder llegar a un público más masivo, y contribuir al crecimiento de esta industria es importante el optar por géneros que justamente abarquen más espectadores, como lo logra la comedia. El cine está en un punto en donde no solo se debe pensar en competir con películas del mismo país, sino en competir con películas a nivel internacional, mucho más ahora con la implementación en el mercado de las diversas plataformas de streaming que cada vez van en aumento. Y es justamente en donde la película “Dedicada a mi Ex” acaba de marcar un precedente que se espera sirva de impulso y de motivación para futuros directores o productores de películas que deseen experimentar con un cine más global.

BIBLIOGRAFÍA

- Altman, R. (2000). *Los generós cinematográficos*. Paidós Iberica. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58607705/Altman-Los-Generos-Cinematograficos.pdf?1552402426=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAltman_Los_Generos_Cinematograficos.pdf&Expires=1605802362&Signature=SSNKa5BIRyDzMoK1eh6ZOVkpYoPLZgp5FFQ2Z
- Andrew, D. (1984). *Concepts in Film Theory*. Obtenido de https://www.academia.edu/11159744/Dudley_Andrew_Concepts_in_Film_Theory
- Campbell, J. (1959). *El héroe de las mil caras*. Nueva York, Estados Unidos: Bollingen Foundation Inc. Obtenido de <http://www.fraternidadrosacruzdecolombia.org/wp-content/uploads/2017/08/Campbell-Joseph-El-Heroe-De-Las-Mil-Caras-Psicoanalisis-Del-Mito-1949.pdf>
- Carrasco, A. (2016). *El Guion Cinematográfico: Revolución y evolución*. Argentina. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/53956/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Consulting, M. (2015). *Estudio de audiencias en el Ecuador*. Obtenido de <https://www.yumpu.com/en/document/read/54492620/estudio-de-audiencias-de-cine-en-el-ecuador>
- Field, S. (1979). *El libro del guión*. Obtenido de https://www.academia.edu/37216661/Field_Syd_1979_El_libro_del_guion_Fundamentos_de_la_escritura_de_guiones_pdf
- Films, T. (8 de Enero de 2020). *Touché Films*. Obtenido de <http://touchefilms.com/noticia/la-pelicula-mas-taquillera>

- Fischer, S. (2020). *Axios*. Obtenido de <https://www.axios.com/media-giants-look-abroad-to-build-next-round-of-streaming-services-5e280fbc-5479-41fb-b584-94fe3ef1b06b.html>
- Herbera, J., Linares, R., & Neira, E. (2015). *Marketing cinematográfico: Cómo promocionar una película en el entorno digital*. Editorial UOC. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=xbunDAAAQBAJ&pg=PT66&lp=PT66&dq=marketing+cinematogr%C3%A1fico+c%C3%B3mo+promocionar+una+pel%C3%ADcula+en+el+entorno+digital+pdf&source=bl&ots=8Zt9gvA8Eq&sig=ACfU3U21T28RTtEXamZs8_C6BLn_FCLJSg&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUK
- Holzkan, A. (14 de Diciembre de 2015). *Universidad de Palermo*. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/3721.pdf
- ISDI. (21 de Julio de 2016). *ISDI Digital Talent*. Obtenido de <https://www.isdi.education/es/isdigital-now/marketing-digital-en-cine>
- Lostalé, E. (03 de Julio de 2018). *El blog de Kanlli*. Obtenido de https://www.kanlli.com/publicidad-programatica/vod-video-on-demand-que-es/#indicepost_3
- Lucas, A. B. (s.f.). *FUOC. Fundació para la Universitat Oberta de Catalunya*. Obtenido de http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/62325/2/Marketing%20distribuci%C3%B3n%20y%20publicidad%20audiovisual_M%C3%B3dulo%201_Distribuci%C3%B3n%20audiovisual.pdf
- Martínez, S. A. (2020). *El fenómeno de las películas interactivas: El caso de Black Mirror: Bandersnatch*. Sevilla. Obtenido de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/101741/1/CAV_AYUSOMARTINEZ_TFG.pdf?sequence=1

- Mckee, R. (2019). *El Guion*. España: Alba Editorial. Obtenido de <https://freites.weebly.com/uploads/2/6/3/8/26387211/el-guion-robert-mckee-pdf.pdf>
- Montes, S. (2020). *Marketing Insider Review*. Obtenido de <https://www.marketinginsiderreview.com/plataformas-streaming-mercado-consumo-tv/>
- Orozco, G. (1991). *La mediación en juego: TV, cultura y audiencia*. Mexico.
- Orús, A. (15 de Mayo de 2020). *Statista*. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/679877/ranking-mundial-de-productoras-cinematograficas-segun-la-recaudacion-en-taquilla/>
- Pérez, E. (28 de Diciembre de 2018). *Xataka*. Obtenido de <https://www.xataka.com/cine-y-tv/black-mirror-bandersnatch-primera-pelicula-interactiva-netflix-asi-funciona>
- Portillo, R. Á. (13 de Febrero de 2017). *Medium*. Obtenido de https://medium.com/@Mise_en_sceneHV/sobre-las-estructuras-narrativas-en-el-relato-cinematogr%C3%A1fico-146dcbd9c982
- Romero, M. P. (2020). *¿Cine interactivo? Otra forma de hacer cine*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Córdoba. Obtenido de <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/16838/Cine%20interactivo%20otra%20forma%20de%20hacer%20cine%20-%20Picatto%20Romero%20M.%20D..pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Sadoul, G. (1972). *Historia del cine mundial desde los orígenes*. España: Siglo XXI Editores. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=mphsR8d-ZagC&pg=PA209&dq=cine&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiBs_7rqf3sAhUDm1kKHQ_oBdcQ6AEwBnoECAkQAg#v=onepage&q&f=false
- Sánchez, D. d. (Junio de 2014). *Universidad Pontificia Comillas*. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/281/TFG000328.pdf?sequence=1>

Seger, L. (1994). *Cómo convertir un buen guión en un guión excelente* (Cuarta edición ed.). RIALP. Obtenido de https://www.academia.edu/11365481/Linda_Seger_C%C3%B3mo_convertir_un_buen_gui%C3%B3n_en_un_gui%C3%B3n_excelente

Truffant, F. (1966). *Le Cinéma selon Hitchcock*. Obtenido de https://cavernasysombras.files.wordpress.com/2014/09/el_cine_segun_hitchcock__truffaut_.pdf

ANEXOS

Entrevistas a expertos

Jorge Ulloa

Ocupación: Actor, director, guionista y productor

Obras: Dedicada a mi Ex, EnchuveTv

1. ¿Cómo describiría actualmente la situación del cine de comedia en el Ecuador?

En general, el género de por si no es tan explorado dentro de la cinematografía nacional. Hablando de estructuras aristotélicas que conllevan un género super específico como comedia, terror, acción, que en teoría no son géneros dramáticos clásicos, pero por lo menos se etiquetan así comercialmente. La comedia como los demás géneros, creo que no esta tan explorada, más que arquitecturas aquí en el país se hacen minitramas que son otro tipo de estructuras, son estructuras de progresión acumulativa, por lo que ese tipo de estructuras carecen de género.

2. ¿Cuáles son los elementos claves de este género, que considere que pueden incidir en el espectador para lograr captar su atención hacia una película de este género?

La comedia es una de las cosas más subjetivas que existen, yo hago la comedia que a mí me gusta, que sé que la comparto con mucha gente, y que también no comparto con mucha otra gente. Hay tipos de comedia, la comedia más universal es la que se basa en este principio de dolor y verdad, si es que existe dolor y verdad dentro de la historia que se está contando, dentro del personaje principal, la comedia es mucho más universal, porque prácticamente la comedia es una tragedia con un buen tiempo de risa. Muchas veces vemos varias ofertas de comedia cinematográfica, televisiva de internet, que no respetan el principio de dolor y verdad, y que se vuelven una comedia

cero trascendental. Otro tipo de comedia que nosotros exploramos y justamente es una comedia que se protege de cualquier tipo de crítica o cualquier tipo de observación impositiva, es la comedia vivencial. La comedia observacional se basa en observación ajena, qué es lo que le pasa al resto, y como es dolor y verdad te basas en las desgracias ajenas, por lo que es muy fácil caer en burlas que no conoces y que no estas consciente de que pueden ser ofensivas. Si hacemos un humor mucho más vivencial, creo que, al reírnos de nosotros mismos, nos ponemos un escudo como muy sincero de que si nos reímos de nosotros mismos nadie nos puede señalar. La comedia que nosotros implementamos es una comedia mucho más europea, más inglesa, que es más gramatical, tiene mucho más que ver con las herramientas audiovisuales para contar un chiste, se basa en la cámara, en el momento que aparece un personaje, en el momento que descubrimos un elemento y el sonido que ocupamos para eso.

3. Con respecto a los cambios sociales en la audiencia: ¿Qué tan complicado sea vuelto el poder desarrollar productos de comedia para la pantalla grande?

Para nosotros nada, nosotros siempre hemos hecho esta comedia vivencial, justamente para poder blindarnos de esto. Ninguna comedia está mal, la comedia negra, por ejemplo, se baja justamente en temas sensibles, es decir en temas que pueden ser una herida abierta o muy reciente. Ya depende de cuál es el estilo de uno como narrador, comediante, director o escritor, y tipo de comedia escoge, o te quieres blindar o te quieres arriesgar. Es verdad que ahora no se pueden hacer muchísimos chistes que, si se hacían antes, creo a la comedia hay que aceptarla en todas sus formas, hay una frase que dice "*castigat ridendo mores*", que significa el humor cambia costumbres. La comedia lo que hace es retratar sociedades de una manera super cruda, pero también super digerible para que las personas puedan verse a manera de espejo y reírse de sus errores para poder cambiarlos. Para que funcione eso existe la comedia observacional, la sátira, el humor negro y todos los humores que hacen que cuestiones cosas, yo creo que es necesario todo tipo de comedia.

4. ¿Cuál es el aporte, a nivel social, que se puede transmitir a través de la comedia?

La comedia lo que hace es volver más digerible cualquier tema y poder manejarlo. Vivimos en una sociedad política asquerosa, de la que sacamos muchísimo material, no solo los comediantes, sino también la gente para hacer comedia, y funciona porque tiene dolor y verdad. La política, por ejemplo, es completamente dolorosa y si es que cuentas con verdad ese dolor, es chistosa, si lo comunicas bien se convierte en una fuente de comunicación y logras despertar una consciencia social. No hay genero más democrático que la comedia, todo el mundo lo consume, todo el mundo lo consume así sea para escapar de sus problemas así los vean reflejados en la comedia. La comedia es una herramienta poderosísima para cambiar sociedades.

6. Desde su experiencia: ¿Qué factores considera que son los que influyen en la baja realización de películas de comedia, y que llegan a ser exhibidas en las diversas salas de cine del país?

Hay una aspiración general del cine nacional, una aspiración general a hacer un cine europeo. El cine europeo por lo general tiene un tono muy alejado a la comedia, por los menos el cine clásico, si nos ponemos a ver, prácticamente desde los tonos de piel, se parece mucho a una cinematografía europea; los valores de plano, los lugares. Hay una influencia muy grande y eso hace que nos alejemos de varios géneros, impuestos sobre todo por una industria más norteamericana, por eso es que también no se explora la comedia, el terror, como algunas cosas. La comedia es un género muy subestimado, tu como realizador que tienes como el chance de hacer una película y si no le pegas a la primera, es muy difícil que te salga una segunda. Entonces, si es que vas a hacer una película es muy poco probable que te lances a hacer una comedia, justamente por esta subestimación del género, y probablemente puede ser que por ahí haya una teoría del porque no se realizan muchas producciones de comedia.

7. ¿Qué consejo les daría a los actuales y futuros productores o directores, que deseen apostar por ese género para la pantalla grande?

Lo que les diría es ténganle respeto a este género, ténganle un respeto gigante, el mismo respeto que le tendrían a cualquier otro. La comedia se la tiene que tomar muy en serio para que funcione, es tan matemática que si fallas en un segundo de tiempo ya no funciona, el mismo chiste contado por dos personas hará que con el tiempo te rías con una y no con la otra, es un género complicadísimo al que hay que tenerle mucho respeto, hay que estudiarlo mucho, hay que seguir todas las reglas impuestas por los grandes comediantes. Hay que tener sinceridad y rigurosidad en la ejecución de este género.

Felipe Irigoyen

Ocupación: Director cine y fotografía, escritor, director creativo

Obra: Proyecto Bullying

1. ¿Cómo describiría actualmente la situación del cine de comedia en el Ecuador?

En una palabra, lo definiría como escaso. Un poco más del 90% de las producciones realizadas en el Ecuador en los últimos tiempos, se han visto encaminadas hacia el drama y hacia otros géneros que tienen ese tinte más social, creo que es muy escasa la producción de comedia que se realiza en el país.

2. ¿Cuáles son los elementos claves de este género, que considere que pueden incidir en el espectador para lograr captar su atención hacia una película de este género?

Te cuento de una anécdota que tuve, que me pudo abrir un poco más el panorama sobre la comedia en Latinoamérica. Cuando estuve en el festival de Cannes en el año 2019, estuve conversando con personas de Centroamérica que se dedicaban a la producción de largometrajes, ahí fue donde ellos me dijeron que lo que más pega en sus países es la comedia. Entonces empezamos a hablar un poco del tema, contándoles igual que aquí la situación de la comedia es muy escasa, que algunos se van al drama. Hicimos esta reflexión, en la que muchísimos de los países que más han crecido en cine, han iniciado con comedia. Con la comedia te puedes identificar muy fácilmente, a diferencia de un drama que es un género un poco más difícil de consumir, la comedia llega a un público más masivo. Por ejemplo, en países como en Centroamérica, compran guiones de afuera, de Europa, Estados Unidos, Canadá, y los adaptan a su contexto sociocultural y les funciona de maravilla, tienen de los más grandes estudios que hay en Latinoamérica. Ha funcionado muchísimo tanto en México, Colombia, Chile, Costa Rica y pues creo que eso nos falta un poquito, fortalecer esa parte de

la industria comercial que viene muy dada de los géneros que no son el drama, sino la ciencia ficción, la comedia, el terror, etc., para poder generar una industria más fuerte en el país.

Un elemento interesante de la comedia, como mencionaba, es que se puede adaptar mucho al contexto sociocultural de cada país. Cuando tu realizas una comedia, tienes que estar muy presente de la audiencia a la que va a estar destinada, en nuestro caso, cuando hicimos Proyecto Bullying, nos dimos cuenta de cómo se comportaban los jóvenes de esa edad. Es muy importante poder aterrizar el guion o la historia, a la audiencia a la que te quieras encaminar, por ejemplo, en el caso de la película que se llama Zuquillo Expres, es una película que te habla totalmente de la idiosincrasia ecuatoriana y fue una de las más taquilleras, porque justamente la gente logro identificarse con eso.

3. Con respecto a los cambios sociales en la audiencia: ¿Qué tan complicado sea vuelto el poder desarrollar productos de comedia para la pantalla grande?

Hace unos 20 años atrás, podías topar otro tipo de temas, la sociedad no era tan sensible ni tan susceptible a las temáticas que puedas abordar. Por ejemplo, en el contexto actual, va a ser muy difícil que puedas hablar de comedias entorno al aborto, feminismo, igualdad de género, problemáticas sociales que están rondando en la actualidad, porque más que nada creo que la audiencia se ha vuelta muy sensible y muy crítica ante estos problemas. Es una cuestión que pasa por ejemplo con la comedia de David Reinoso, hay que tomar en cuenta que él es uno de los personajes de comedia más representativos del Ecuador, pero claro, en la actualidad lo critican muchísimo sin tomar en cuenta su contexto, sin tomar en cuenta que cuando el realizaba sus producciones estábamos en un contexto social totalmente distinto al de la actualidad. Ahorita hay ese reto de adaptar las historias y entender que, al hacer una crítica social hacia uno de los sectores, alguno tal vez pueda sentirse vulnerado, ofendido o atacado, entonces hay que ser muchísimo más cautelosos con lo que se realiza, pero creo que parte de la comedia es también la libertad de poder hacer una crítica social ante las situaciones que se dan

en la actualidad. Hay estos dos lados, hacer una comedia sana para todo público, y por otro lado hacer una comedia más crítica, más picante, para un público más segmentado.

4. ¿Cuál es el aporte, a nivel social, que se puede transmitir a través de la comedia?

La comedia tiene esta característica fundamental de la identificación con la audiencia. Cuando tú ves un drama te sientes muy alejado de esa realidad, porque es una realidad muy específica que se topa, a menos que hayas tenido un acercamiento similar hacia esa problemática, pero la comedia es mucho más fácil de digerir, es un género que por lo general es para todo público, o para una audiencia muchísimo más grande. Tiene esta peculiaridad de que entretiene, el cine de drama por otro lado, te lleva hacia una reflexión, el cine de comedia no busca generarte tanto una reflexión, sino más bien hacerte pasar un buen rato, entretenerte, y creo que eso es una pieza fundamental para que la audiencia se vaya identificando con los personajes, para posteriormente identificarse con las producciones, para posteriormente identificarse con el cine ecuatoriano. entonces estamos en un momento donde la gente no logra identificarse con el cine ecuatoriano, porque lo sienten muy lejano de ellos. Debemos tratar de crear industria, y esto se refiere mucho a no irnos simplemente por películas que pueden ser bien premiadas en el extranjero por su historia social, sino tratar de crear una audiencia aquí, una audiencia que está muy lejana al cine ecuatoriano. Creo que lanzarse por los géneros comerciales es una muy buena opción, entre ellas creo que la mejor es la comedia.

6. Desde su experiencia: ¿Qué factores considera que son los que influyen en la baja realización de películas de comedia, y que llegan a ser exhibidas en las diversas salas de cine del país?

Esto se viene dando desde hace muchísimos años, no recuerdo cómo se llama la película que se realizó aquí, me parece que fue por el año 1990 hasta el 95. Era una película de Hollywood que se realizó y grabó en muchas partes de Quito, la gente vino acá a invertir en cine, entonces el equipo técnico que trabajó en esta película posteriormente encontró una formación del cine y

empezaron a crear sus propias producciones. A partir de eso, yo diría, inicia una nueva ola de cine ecuatoriano, un poquito más ambicioso y con miras más hacia el exterior, posteriormente este cine fue evolucionando y se fue dando cuenta que las oportunidades de crecimiento, de inversión y realización de su cine se daban más en festivales internacionales, de ellos la mayoría europeos. En Europa la forma de consumir cine es totalmente distinta que una forma, por decirlo de alguna manera, comercial de América en general, entonces se empezaron a volcar muchísimo las producciones hacia realizar géneros como el drama, temáticas sociales, porque eso era muy valorado en la industria europea, entonces te daban muchísima apertura, ganabas muchos fondos y podías hacer que tu proyecto siga creciendo. El problema de eso, fue que la gente encontró ahí como una zona de confort, y prácticamente las producciones se dedicaron a ser producidas en esos géneros, y no les importaba mucho la audiencia ecuatoriana pues, porque se estrenaban afuera, en Berlinale, en Cannes, etc., no perseguían a la audiencia ecuatoriana, sabiendo que en esos momentos no había muchos espacios de distribución en salas comerciales. Creo que ahí fue donde se desprendió el cine ecuatoriano de su audiencia ecuatoriana, y prefirieron emigrar hacia otros destinos fílmicos, desde ese momento ha pasado este distanciamiento con la audiencia, ahorita es importante rescatar a esa audiencia ya que cada vez estamos más lejanos de ellos. Es muy importante reconstruir las historias, creo que hay que darles otra vuelta a los géneros, hay historias muy buenas que tienen un potencial, pero terminan siendo drama y a la final no llegan a crear una audiencia sólida. El cine es entretenimiento, muchas veces los cineastas nos quedamos con la idea de que es mi historia y es lo que debo contar, y es mi visión del mundo, pero debemos recordar que el cine es nada sin su audiencia, es importante pensar en la audiencia antes de producir, antes de decidir el género y antes de decidir por donde irte también.

7. ¿Qué consejo les daría a los actuales y futuros productores o directores, que deseen apostar por ese género para la pantalla grande?

En primer lugar, ahorita estamos en un contexto totalmente distinto al de hace dos años, en donde se estrenaban 20 películas ecuatorianas en promedio al

año. En 2020 se estrenaron 6, se quedaron muchísimas en el cajón, de esas 6, me parece que una se estrenó en plataformas de streaming y las demás en circuitos más pequeños. Es importante ver hacia donde está yendo el cine actualmente, y yo creo que algo importante, es entender que el cine está yendo hacia un consumo más global, masivo, y creo que hay que apuntar a ello, simplemente es entender los caminos de producción, creo que el camino tradicional de producción ecuatoriana es donde participas por los fondos de acá, posteriormente participas por espacios internacionales, y estos espacios internacionales son Europa y ya te van dictando hacia donde tu tienes que caminar con tu producción, hacia donde tienes que ir con tu género. Creo que hay que buscar la forma y crear en este camino la forma de poder llegar a un público más masivo. Nuestras producciones son muy enfocadas en lo ecuatoriano, entonces creo que hay que pensar muchísimo hacia un cine más global, no competir solo con películas nacionales sino con películas extranjeras en salas de cine, y ahora mucho más porque competimos con contenido que hay en plataformas de streaming. Recomendaría que la gente ponga más empeño en entender el camino, si es que tú quieres realizar una comedia, definitivamente no debes ir por el camino independiente, dramático, que se pueden producir las historias, sino que debes buscar la forma de encontrar otro tipo de apoyo y de financiamiento, que vaya más enfocado hacia un público más masivo, salas de cine, o plataformas de streaming.

Viviana Cordero

Ocupación: Escritora, directora teatral y de cine ecuatoriano

Obra: Retazos de Vida, Solo es una más

1. ¿Cómo describiría actualmente la situación del cine en el Ecuador?

Hacer películas en este momento debe ser muy difícil, por la pandemia que está afectando a todo lo cultural, yo decía en una conferencia que me invitaron por Zoom hace poquito, que la forma en que se hace películas en Ecuador es cuando hay apoyo, cuando hay una subvención, es decir cuando el gobierno te entrega un fondo gracias a un concurso, porque sin dinero no se hace cine, es el arte más costoso. El hacer cine depende de la situación económica del país, si el gobierno es un gobierno que le da importancia a la cultura, y yo creo que en este momento no le van a dar importancia. Cuando hay este tipo de crisis retiran todo tipo de subvención y apoyo a lo que es cultura, si antes estábamos mejor sin decir que excelentes, pero mucho mejor porque había un fondo con el que te llamaban cada año para que concursases. Creo yo que vamos para un descenso terrible, espantoso, durísimo, porque además las empresas privadas que antes te daban algo, todas están en quiebra.

2. ¿Cuáles son los elementos claves de este género, que considere que pueden incidir en el espectador para lograr captar su atención hacia una película de este género?

Yo creo que la comedia es algo que funciona fantástico. El género más difícil es la comedia, es más complicado, uno cree que es muy fácil hacer reír, pero es más fácil hacer llorar.

3. ¿Cuál es el aporte, a nivel social, que se puede transmitir a través de la comedia?

Es un aporte fantástico, es grande, maravilloso. La comedia te permite ver el dolor, pero soportarlo, a veces tu dices yo no quiero ver esta película porque es demasiado dura, pero toda la gente quiere ir a reírse, más aún ahora. El

ser humano quiere reírse, olvidarse de sus problemas, y para mí el efecto social es total, como digo, que pena que no hay el suficiente dinero porque yo creo que se darían muchas más comedias si contáramos con las posibilidades, los recursos económicos, porque además funciona. La gente no paga por ver tragedias, pero si por irse a reír.

4. ¿Qué consejo les daría a los actuales y futuros productores o directores, que deseen apostar por ese género para la pantalla grande?

Primero hacer muchas pruebas, para ver si de verdad está siendo una comedia. Lo más importante es que el productor sea lo suficientemente recursivo para darse cuenta si lo que se está contando le hace reír a el primero, y luego probar con gente de todo tipo. En los próximos años los productores deben buscar la manera de que no se pierda el financiamiento que da el gobierno y planifiquen, yo creo que es como un edificio, el edificio no te funciona si pones el techo primero, tiene que tener unos muy buenos cimientos y los cimientos empiezan desde la educación, en mostrarle a los colegios cuán importante es el cine, en hacerles conocer todas las películas ecuatorianas que se han hecho. Los gobiernos deben entender que la cultura es extremadamente importante, pero es largo, es tedioso, a veces somos egoístas y solo queremos hacer nuestra primera película. Para que haya una continuidad debe haber una unión, las comedias bien hechas siempre van a funcionar, masivamente no hay comparación con el público que vas a obtener por una comedia. Al productor o director que quiere incursionar en la comedia, asegúrense desde el guion que eso están haciendo, porque no hay peor cosa que una comedia fracasada.

Formato de encuestas



La comedia como género cinematográfico en el Ecuador

La presente encuesta tiene como objetivo analizar el género cinematográfico de preferencia de las personas consumidoras de productos audiovisuales, así como también, el conocimiento del producto audiovisual local.

***Obligatorio**

Dirección de correo electrónico *

Tu dirección de correo electrónico _____

Fecha de realización de encuesta *

DD MM AAAA

__ / __ / ____

Sala de cine y lugar al que acude usualmente: *

Tu respuesta _____

1. Edad: *

Tu respuesta _____

2. Ciudad de nacimiento: *

Tu respuesta _____

3. Con que frecuencia va al cine: *

- Una vez al mes
- Dos veces al mes
- Tres veces al mes
- Más de cuatro veces al mes

4. Seleccione su género cinematográfico de preferencia: *

- Ciencia Ficción
- Terror
- Comedia
- Romance
- Drama
- Musicales
- Suspenso
- Documentales
- Acción

5. Consume películas ecuatorianas: *

- Si
- No

6. De las películas nacionales que ha visto, ¿recuerda cuales han sido de comedia en los últimos diez años? Mencione algunas: *

Tu respuesta _____

7. ¿Qué elementos puede destacar en una película de comedia, para que esta sea de su agrado?: *

Tu respuesta _____

8. Seleccione el género cinematográfico de películas ecuatorianas que le gustaría ver: *

- Terror
- Comedia
- Romance
- Musicales
- Suspenso
- Acción

Enviar

Versión Artículo Académico.

El cine de comedia: Un género subestimado en Ecuador

Javier León

Javier Andrés León Mora, Lic. Producción y Dirección en Artes Audiovisuales, Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, javier.leon02@cu.ucsg.edu.ec.

ABSTRACT

This research work demonstrates the importance of why one should bet on more commercial genres in Ecuador, specifically comedy when making national cinema. By 2021, the productions of feature films of this type are scarce compared to other genres that are produced more frequently in the country. The selection of the appropriate type of comedy to be transmitted, the empathy that develops with the character, and the plot are part of the elements that define the viewer's interest in a film of the aforementioned genre. For the development of this project, the comedy film "Dedicada a mi Ex" (2019) is taken as a case study, since it is currently forming part of the Netflix catalog and positioning itself as a possible reference for the future. Through the development of surveys of people who regularly go to movie theaters, and in-depth interviews with experts in film direction and script.

Keywords: Comedy cinema, Ecuadorian cinema, elements of comedy, film production, communication, Dedicada a mi Ex.

RESUMEN

El presente trabajo de investigación demuestra la importancia del porque se debería apostar por géneros más comerciales en el Ecuador, en concreto la comedia al momento de hacer cine nacional. Al año 2021, las producciones de largometrajes de este tipo son escasas en comparación a otros géneros que se producen de manera más frecuente en el país. La selección del tipo adecuada de comedia que se va a transmitir, la empatía que se desarrolle con el personaje, y la trama son parte de los elementos que definen el interés del espectador hacia un filme del género antes mencionado. Para el desarrollo de este proyecto se toma como caso de estudio la película de comedia “Dedicada a mi Ex” (2019), puesto que actualmente se encuentra formando parte del catálogo de Netflix y posicionándose como un posible referente para el futuro. A través del desarrollo de encuestas a personas que acuden regularmente a salas de cine, y entrevistas a profundidad con expertos en dirección de cine y guion.

Palabras Claves: *Cine de comedia, cine ecuatoriano, elementos de la comedia, producción cinematográfica, comunicación, Dedicada a mi Ex.*

1. INTRODUCCIÓN

En Ecuador, son entre dieciséis a veinte las películas nacionales que se exhiben por año en las salas de cine de todo el país. Del número antes mencionado y, según sus fichas técnicas podemos notar que en promedio de una a quince películas son del género drama, y entre una a cinco varían entre el género de acción, ficción o terror. Es decir, no es muy común ni frecuente ver películas en las salas de cine del país, de hecho, la última película nacional de comedia en estrenarse fue en el año 2017.

En el mes de febrero del año 2021 y vía Twitter, el medio de prensa escrita “Diario Expreso” de Ecuador realizó una encuesta entre sus seguidores, en donde se preguntaba sobre el género de preferencia a la hora de ver una película. La muestra se obtuvo de un total de 220 votantes, en donde se pudo evidenciar que la comedia tuvo preferencia para el 41,8% de los espectadores, seguido del género de acción con el 30,9%. Estos datos evidencian la aceptación de este tipo de productos cinematográficos, pese a su poca producción.

Por ello, la presente investigación tiene como objetivo el demostrar la rentabilidad de la realización de productos cinematográficos relacionados a la comida en el país. Mediante revisión bibliográfica referente al tema, realización de encuestas a un determinado grupo de personas que frecuenten salas de cine, entrevista a expertos en el área de dirección y guiones para cine, se mostrará el beneficio de realizar producciones de comedia y como estas pueden llegar a beneficiar a la industria ecuatoriana.

2. CINE

El cine, es uno de los mayores acontecimientos del siglo XX, y tiene la capacidad de incidir en la vida de las personas. Es un instrumento para hacer crecer la capacidad de conocer cosas a través de la fantasía e imaginación (Leigh, 2002; Tarkovski, 2002).

Dickinson y Edison fabricaron diferentes utensilios que ayudarían a recrear imágenes en movimiento, entre los años 1889 y 1891. Uno de estos, sería el reconocido

'kinetoscopio', que permitía observar imágenes en movimiento a través de una mira. En el año 1888, Louis Le Prince estrena un film de dos segundos de duración, titulado 'La escena del jardín de Roundhay'. En esta película se podía apreciar a dos personas caminando por un jardín.

En el año 1895, los hermanos Louis y Auguste Lumière, presentaron el cinematógrafo, aparato que posteriormente utilizaron para documentar actividades diarias que se realizaban en su pueblo. Entre su documentación más conocida se encuentra 'La llegada del tren' y 'La salida de los obreros de la fábrica'. En dichas épocas los films no contaban con sonido propio de ambiente o de diálogos, este tipo de cine es lo que actualmente se conoce como el 'cine mudo', y a partir de este, la industria tuvo un avance año tras año, hasta llegar a lo que en la actualidad es el cine.

El cine, también denominado como el "séptimo arte" cuenta con más de 120 años de historia. Año a año conforme la tecnología avanza, los espectadores son testigos de cómo esta industria se renueva para brindarles mejores experiencias a

través de una pantalla, abriendo un abanico de emociones. Gracias al cine el ser humano puede identificarse y además soñar, desarrollar su creatividad y hasta empatizar con algún personaje, en la que el espectador vea reflejado algún fragmento de su propia biografía.

Según Scorsese, el cine debe tocar nuestros corazones, despertar nuestra visión y cambiar la forma en la que vemos las cosas. Debe llevarnos a otros lugares, explorar nuestra mente. Asegura también que debe reunir los recuerdos de nuestras vidas, para de Lamiere esa forma mantenerlos vivos (Scorsese, 1993).

Con respecto al guion, el director japonés Akira Kurosawa, menciona que con el desarrollo de un guion se pueden realizar buenas o malas películas. Pero con la realización de un mal guion el único resultado que se obtendrá serán películas malas (Kurosawa, 1980).

Como obra cultural, el cine es un elemento de gran impacto en las masas, ya que en él se difunden y legitiman los estereotipos y roles de

género. Es decir, además de entretener, ayuda a construir una identidad personal, una identidad de género (Kuhn, 1991; Campo-Redondo, 2008).

3. MARCO METODOLÓGICO

El presente trabajo de titulación se sustentará mediante el enfoque cualitativo. Para lograr esto, se analizará a la audiencia; sin importar su rango de edad, que asiste a las salas de cine en la ciudad de Guayaquil. Con esto se busca evidenciar el género de preferencia de los espectadores, con respecto a su selección de películas. En adición a esto, se complementará con la participación de expertos en el área de producción, dirección y guion, ellos mediante entrevistas y con sus conocimientos, nos brindaran un soporte que fortalecerá el tema tratado.

Los pilares fundamentales para alcanzar los objetivos de esta investigación serán divididos en dos:

Por medio de encuestas, se analizará a un total de 86 personas, que acudan a las salas de cine de la ciudad de Guayaquil. Para esta muestra no se tomará en cuenta ningún rango de edad, género, o estado civil en específico, como antes se mencionaba, se considerará únicamente a los espectadores que asisten de forma física a las salas de cines. Esto con la finalidad de determinar el género de preferencia de los espectadores.

Por medio de entrevistas, se buscará conocer la opinión de siete expertos del sector audiovisual. Esto con la finalidad de conocer, desde el punto de vista de productores, guionistas, actores y directores, sobre como es el apostar por el género de comedia dentro del país, además de darnos a conocer los elementos que destacan dentro de este. Los expertos a considerar son:

Este trabajo académico se desarrolla bajo los parámetros de una investigación tipo exploratoria, y está orientado hacia el enfoque cualitativo. Lo que permite

implementar los siguientes instrumentos de recopilación de datos:

Revisión de bibliografía, relacionada a cine, géneros cinematográficos, marketing, guion y nuevas tendencias en el cine.

Entrevistas a expertos, nos aportaran sus conocimientos sobre temas de cine y comedia en el país.

Media cualitativa mediante encuestas, con el fin de obtener un resultado cualitativo sobre los géneros de preferencia de los consumidores de cine del país.

4. ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 La comedia como género cinematográfico en el Ecuador según encuestas

A continuación, se presentan los datos obtenidos de las encuestas realizadas a un total de 86 consumidores habituales de cine en las diferentes salas de la ciudad, con el propósito de analizar los elementos que los atraen hacia una película de comedia, su frecuencia de asistencia a salas de cine, el

género de su preferencia y que género les gustaría observar en las producciones nacionales.

Este sondeo cualitativo recolecta las respuestas de 86 habitantes de la ciudad de Guayaquil, incluyendo personas oriundas de otras partes pero que actualmente residen en la ciudad. Las edades comprendidas para esta muestra van entre 18 a 56 años. Para el desarrollo del formulario, los encuestados confirmaron su identidad ingresando su correo electrónico personal, así como también su edad, ciudad de nacimiento y sala de cine a la que acuden frecuentemente.

Sobre la sala de cine a la que acuden frecuentemente, 66,3% que muestran su preferencia hacia las salas de cine de la cadena Supercines, mencionan que entre los lugares que suelen frecuentar se encuentran los centros comerciales San Marino, Riocentro el Dorado, Riocentro Norte, Riocentro Ceibos y Mall del Sur. Por otro lado, el 33,7% restante frecuenta los centros comerciales Mall del Sol, Village Plaza y City

Mall, que cuentan con la cadena de cines Cinemark.

Para el desarrollo de la pregunta sobre los géneros de preferencia de los espectadores, se permitió que los encuestados puedan seleccionar opciones múltiples. Se muestra que el 65,1% se inclina hacia producciones del género comedia. Seguido por el género de acción, que representa el favoritismo del 52,3% de los encuestados. Como género menos opcionado, y en último lugar de esta encuesta, se encuentra el género documental, con tan solo el 10,5% de agrado.

Al momento de analizar las estadísticas de encuestados que consumen producciones nacionales, podemos constatar que el 55,8% menciona que no, es decir, un poco más de la mitad del total de encuestados. Esto contrastado por el 44,2% que afirma consumir películas nacionales.

Al preguntarles sobre si consumen cine nacional, el 45,3% de encuestados menciona no haber visto ninguna película ecuatoriana,

datos que van de la mano con los resultados obtenidos en la pregunta anterior, y que muestran que, en la pregunta anterior el 55,8% de personas no consume producción nacional, se constata que hay un pequeño porcentaje de espectadores que en algún punto ha visto una película nacional. El 26,7% ha visto la película 'Dedicada a mi Ex'. El 11,6% afirma no recordar las películas que ha visto, el 1,2% menciona que no consume películas de comedia.

Si hablamos de elementos que les gusta a los espectadores, el 32,6% de los encuestados optan por interesarse en comedias que sean entretenidas, datos que van de la mano junto al 23,3% que se ve atraído hacia un buen guion. Al 14% de los espectadores les atraen los actores que estarán en la película, mientras al 10,5% les llama más la atención los personajes que se mostrarán en la cinta. Otro dato interesante, es que al 9,3% de los espectadores les gusta las comedias de humor negro.

Para el desarrollo de esta pregunta, se permitió que los encuestados

puedan seleccionar opciones múltiples dependiendo de sus géneros de preferencia. Si hablamos de géneros que le gustaría ver al espectador en los productos cinematográficos nacionales, visualízanos que al 57% les gustaría ver largometrajes de comedia. Un 40,7% está interesado en el género de suspenso, seguidos por el 33,7% que muestra su interés hacia películas de terror. Para este punto, queda evidenciado la preferencia del público hacia un género que a nivel nación es subestimado.

4.2 La comedia como género cinematográfico en el Ecuador según expertos

En base a testimonios recolectados mediante entrevistas de expertos relacionados al cine, en áreas de dirección, producción y guion, se detalla a continuación como ellos perciben el estado actual de comedia, como género cinematográfico en el país.

Felipe Irigoyen, quien es director y escritor de cine ecuatoriano, conocido por su ópera prima 'Proyecto Bullying', con la

que participó en festivales como Marché Du Film del Festival de Cannes y DocMontevideo del año 2019, menciona que la definición más exacta que puede dar sobre el cine de comedia en Ecuador es 'escasa'. Afirma que las producciones son más encaminadas hacia géneros que tienen tintes más sociales por los reconocimientos en festivales que pueden obtener en el exterior.

Para la escritora, directora teatral y de cine ecuatoriano, Viviana Cordero, la escasez de producciones nacionales del género de comedia está más ligada a temas económicos. Menciona que hacer cine depende de la situación económica que este atravesando el país, ya que de eso dependerá el monto económico destinado al desarrollo cultural. Desde su punto de vista, y producto de la pandemia de COVID-19, manifiesta que actualmente no cree que el gobierno esté interesado en destinar montos para el desarrollo del cine, por lo que cree que el cine está en descenso. En ese punto es en donde más hace hincapié, menciona que considera que es una lástima que no se busque

explotar un género tan comercial como lo es la comedia, y que da muy buenos resultados de taquilla.

Por otro lado, para el director de la película “Dedicada a mi Ex” y fundador de la productora Touché Films, Jorge Ulloa, el género de comedia no se encuentra explorado en el país. A nivel de estructura, menciona que en el país se manejan estructuras de progresión acumulativa, es decir, que no son estructuras aristotélicas.

Saber seleccionar el tipo de comedia que se va a realizar, es algo fundamental, así lo menciona Ulloa. Añade que existe la comedia observacional y vivencial, además considera importante como realizador el saber diferenciar la una de la otra. Un elemento que no puede faltar, es que toda comedia debe contar con el principio de ‘dolor y verdad’, ya que esto forma parte directa de los incentivos de los personajes.

La comedia tiene la capacidad de adaptarse a la realidad sociocultural de cualquier país, es así como Irigoyen define a

otro de los elementos de la comedia. Otro punto fundamental, es el saber aterrizar una historia dependiendo de la audiencia a la que se busque llegar, porque lo que se busca en el espectador es que desarrolle una identificación, ya sea con los personajes o la situación que está observando. Irigoyen también sostiene, que años atrás era más sencillo abordar ciertos tópicos o críticas sociales, ya que la sociedad no era tan sensible hacia determinados temas. Menciona que desde la concepción de la idea se debe tener un cuidado exhaustivo en el guion, este debe ser adaptado de forma correcta para evitar ofender a algún determinado sector.

Como acotación al punto anterior, Ulloa cita la frase: “castigat ridendo mores”, que significa el humor cambia costumbres. Comenta que justamente este es el aporte que se puede brindar a la sociedad a través de la comedia, el poder retratar de manera cruda situaciones en la que el espectador pueda verse reflejado, se identifique y se ría de si mismo y de sus errores para luego poder cambiarlos. Es el efecto de

conciencia social que se puede transmitir a través de la comedia.

El cineasta Felipe Irigoyen complementa lo que menciona Ulloa, reafirmando que una de las características principales de la comedia es la identificación con la audiencia. Lo llama también como un género para todo público, a diferencia de lo que se puede considerar un drama, que muchas veces resulta un poco difícil de digerir para la audiencia. Sostiene que, a diferencia de un drama, en donde el espectador se puede sentir un poco alejado de la realidad que se está mostrando, con la comedia pasa todo lo contrario, el espectador desarrolla una cercanía con los hechos.

Es un aporte fantástico, grande y maravilloso, es así como Viviana Cordero define a la comedia. Menciona que hablar del aporte que podemos obtener de la comedia hacia la sociedad, es hablar de poder ver el dolor, pero soportarlo. Sostiene que el espectador principalmente ve una comedia para olvidarse de sus problemas y reír. Añade que, de haber un impulso a nivel económico en el cine, el número de

producciones de comedia sería mucho más alto en el país.

5. CONCLUSIONS

Desde el punto de expertos y encuestados, el desarrollo del cine de comedia en el país debería ser mayor. Los resultados y éxitos que se pueden lograr a través de un producto bien logrado, cuidado y trabajado son evidentes, como punto de referencia se tomó a la película 'Dedicada a mi Ex', que además de ser considerada una de las películas más taquilleras del país, llegó a ser la primera película ecuatoriana en exhibirse en la reconocida plataforma de streaming Netflix y posicionándose dentro del top 10 en Ecuador.

La película "Dedicada a mi ex" fue producida por Touché Films y distribuida por Sony Pictures. Su rodaje se llevó a cabo con un presupuesto menor a \$1 millón, y tuvo una taquilla total de 320.000 espectadores solo a nivel nacional. Este fenómeno de taquilla no había sucedido con películas nacionales de otro género en los últimos 8 años, por lo que la aceptación de películas nacionales de este tipo queda evidenciada.

De acuerdo con los consumidores de cine local que han sido encuestados, sus preferencias y deseos de ver que en el país se opte por géneros cinematográficos diferentes a los que ya se observan en la pantalla grande es evidente. La comedia es un género que crea empatía con todos los espectadores, sin importar edad o género, además de atraer grandes masas. Esto va de la mano con lo comentado por la experta Viviana Cordero, quien menciona que nadie paga para llorar sino más bien para reír.

La responsabilidad de crear una buena comedia radica en los realizadores, ya que son únicamente ellos los encargados de hacer la selección del tipo de comedia y temas que transmitirán al público. Ellos mencionan que ahora más que nunca es importante analizar con "pinzas"

los temas a tratar, ya que estamos ante una sociedad un poco más sensible hacia determinados tópicos. Ulloa sostiene la importancia de desarrollar una comedia del tipo vivencial, ya que con esta lo que se muestra es una comedia a partir de los defectos propios del personaje, por lo que generalmente no tiende a vulnerar la susceptibilidad del espectador.

Otro punto que se evidencia, es la falta de identidad del cine ecuatoriano. Los expertos manifiestan que la mayor parte de la producción está pensada para el cine europeo y sus festivales, esto provoca que las producciones vayan encaminadas hacia géneros de drama que resultan ser los más premiados y seleccionados en estos, ya que a través de ellos se busca mostrar la realidad social de forma cruda de otros países. Es por eso que también la comedia llega a ser llamada como “un género subestimado”, pese al éxito que puede conllevar realizar una, son escasos los directores que deciden experimentar con este género.

Para poder llegar a un público más masivo, y contribuir al crecimiento

de esta industria es importante el optar por géneros que justamente abarquen más espectadores, como lo logra la comedia. El cine está en un punto en donde no solo se debe pensar en competir con películas del mismo país, sino en competir con películas a nivel internacional, mucho más ahora con la implementación en el mercado de las diversas plataformas de streaming que cada vez van en aumento. Y es justamente en donde la película “Dedicada a mi Ex” acaba de marcar un precedente que se espera sirva de impulso y de motivación para futuros directores o productores de películas que deseen experimentar con un cine más global.

REFERENCIAS

BIBLIOGRÁFICAS:

- Altman, R. (2000). *Los géneros cinematográficos*. Paidós Iberica. Obtenido de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58607705/Altman-Los-Generos-Cinematograficos.pdf?1552402426=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DAltman_Los_Generos_Cinematograficos.pdf&Expires=1605802362&Signature=SSNKa5BIRyDzMoK1eh6ZOVkpYoPLZgp5FFQ2Z
- Andrew, D. (1984). *Concepts in Film Theory*. Obtenido de https://www.academia.edu/11159744/Dudley_Andrew_Concepts_in_Film_Theory
- Campbell, J. (1959). *El héroe de las mil caras*. Nueva York, Estados Unidos: Bollingen Foundation Inc. Obtenido de <http://www.fraternidadrosacruzdecolombia.org/wp-content/uploads/2017/08/Campbell-Joseph-El-Heroe-De-Las-Mil-Caras-Psicoanalisis-Del-Mito-1949.pdf>
- Carrasco, A. (2016). *El Guion Cinematográfico: Revolución y evolución*. Argentina. Obtenido de http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/53956/Documento_completo.pdf-PDFA.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Consulting, M. (2015). *Estudio de audiencias en el Ecuador*. Obtenido de <https://www.yumpu.com/en/document/read/54492620/estudio-de-audiencias-de-cine-en-el-ecuador>
- Field, S. (1979). *El libro del guión*. Obtenido de https://www.academia.edu/37216661/Field_Syd_1979_El_libro_del_guión_Fundamentos_de_la_escritura_de_guiónes_pdf
- Films, T. (8 de Enero de 2020). *Touché Films*. Obtenido de <http://touchefilms.com/noticia/la-pelicula-mas-taquillera>
- Fischer, S. (2020). *Axios*. Obtenido de

<https://www.axios.com/media-giants-look-abroad-to-build-next-round-of-streaming-services-5e280fbc-5479-41fb-b584-94fe3ef1b06b.html>

Herbera, J., Linares, R., & Neira, E. (2015). *Marketing cinematográfico: Cómo promocionar una película en el entorno digital*. Editorial UOC. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=xbunDAAAQBAJ&pg=PT66&lpg=PT66&dq=marketing+cinematogr%C3%A1fico+c%C3%B3mo+promocionar+una+pel%C3%A9cula+en+el+entorno+digital+pdf&source=bl&ots=8Zt9gvA8Eq&sig=ACfU3U21T28RTtEXamZs8_C6BLn_FCLJSg&hl=es-419&sa=X&ved=2ahUK

Holzkan, A. (14 de Diciembre de 2015). *Universidad de Palermo*. Obtenido de https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyctograduacion/archivos/3721.pdf

ISDI. (21 de Julio de 2016). *ISDI Digital Talent*. Obtenido de

<https://www.isdi.education/es/isdigital-now/marketing-digital-en-cine>

Lostalé, E. (03 de Julio de 2018). *El blog de Kanlli*. Obtenido de https://www.kanlli.com/publicidad-programatica/vod-video-on-demand-ques/#indicepost_3

Lucas, A. B. (s.f.). *FUOC. Fundación para la Universitat Oberta de Catalunya*. Obtenido de http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/62325/2/Marketing%2C%20distribuci%C3%B3n%20y%20publicidad%20audiovisual_M%C3%B3dulo%201_Distribuci%C3%B3n%20audiovisual.pdf

Martínez, S. A. (2020). *El fenómeno de las películas interactivas: El caso de Black Mirror: Bandersnatch*. Sevilla. Obtenido de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/101741/1/CAV_AYUSOMARTINEZ_TFG.pdf?sequence=1

Mckee, R. (2019). *El Guion*. España: Alba Editorial.

- Obtenido de <https://freites.weebly.com/uploads/2/6/3/8/26387211/el-guion-robert-mckee-pdf.pdf>
- Montes, S. (2020). *Marketing Insider Review*. Obtenido de <https://www.marketinginsidereview.com/plataformas-streaming-mercado-consumo-tv/>
- Orozco, G. (1991). *La mediación en juego: TV, cultura y audiencia*. Mexico.
- Orús, A. (15 de Mayo de 2020). *Statista*. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/679877/ranking-mundial-de-productoras-cinematograficas-segun-la-recaudacion-en-taquilla/>
- Portillo, R. Á. (13 de Febrero de 2017). *Medium*. Obtenido de https://medium.com/@Mise_en_sceneHV/sobre-las-estructuras-narrativas-en-el-relato-cinematogr%C3%A1fico-146dcbd9c982
- Romero, M. P. (2020). *¿Cine interactivo? Otra forma de hacer cine*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Córdoba. Obtenido de <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/16838/Cine%20interactivo%20otra%20forma%20de%20hacer%20cine%20-%20Picatto%20Romero%20M.%20D..pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Sadoul, G. (1972). *Historia del cine mundial desde los orígenes*. España: Siglo XXI Editores. Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=mphsR8d-ZagC&pg=PA209&dq=cine&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiBs_7rqf3sAhUDm1kKHQ_oBdcQ6AEwBnoECAkQA#v=onepage&q&f=false
- Sánchez, D. d. (Junio de 2014). *Universidad Pontificia Comillas*. Obtenido de <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/bitstream/handle/11531/281/TFG000328.pdf?sequence=1>

ANEXOS

5. Consume películas ecuatorianas:

86 respuestas

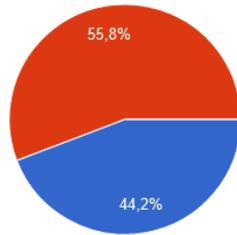


Ilustración 1: Sala de cine a la que acuden usualmente los espectadores.

Sala de cine a la que acuden usualmente:

● Supercines
● Cinemark

● Si
● No

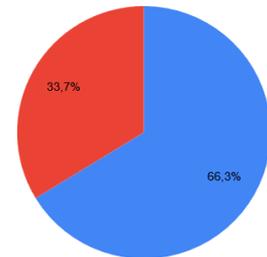


Ilustración 5: Porcentaje de encuestados que consumen películas nacionales.

2. Ciudad de nacimiento:

● Guayaquil
● Loja
● Flavio Alfaro
● Cuenca
● Milagro
● Riobamba
● Durán
● Quito
● Quevedo
● Santo Domingo
● Marcelino Maridueña
● Los angeles
● Babahoyo

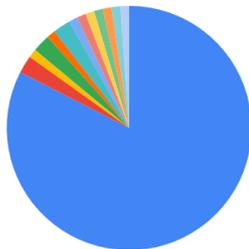


Ilustración 2: Ciudad de nacimiento de los encuestados.

6. De las películas nacionales que ha visto, ¿recuerda cuales han sido de comedia en los últimos diez años? Mencione algunas:

● Dedicada a mi Ex
● Ninguna
● Prometeo deportado
● No recuerdo
● Con mi corazón en Yumbo
● El pescador
● Ratas, ratones y rateros
● Las Zucchini
● Alba
● Mejor no hablar de ciertas cosas
● A tus espaldas
● No veo comedias

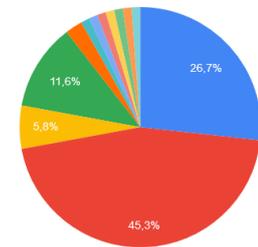


Ilustración 6: Películas nacionales que recuerden los espectadores.

3. Con que frecuencia va al cine:

● Una vez al mes
● Dos veces al mes
● Tres veces al mes
● Más de cuatro veces al mes

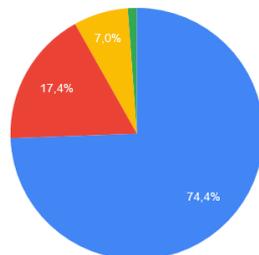


Ilustración 3: Frecuencia en que los espectadores van a las salas de cine.

7. ¿Qué elementos puede destacar en una película de comedia, para que esta sea de su agrado?:

● Que no tengan risas e... 1,2%
● Efectos de sonido y m... 2,3%
● Personajes 10,5%
● Guión 23,3%
● Chistes no tradicionales 7,3%
● Que no sea intolerant... 3,5%
● Que tenga buena trama 1,2%
● Humor negro 9,3%
● Actores 14,0%
● Que se entretenga 32,6%

Ilustración 7: Elementos que son del agrado del espectador a la hora de ver una comedia.

4. Seleccione su género cinematográfico de preferencia:

86 respuestas

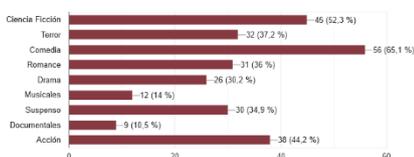


Ilustración 4: Género cinematográfico de preferencia de los encuestados.

8. Seleccione el género cinematográfico de películas ecuatorianas que le gustaría ver:

86 respuestas

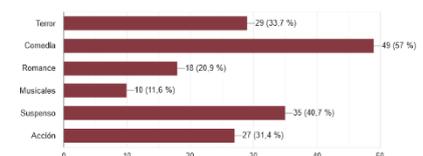


Ilustración 8: Género cinematográfico de películas ecuatorianas que les gustaría ver a los espectadores.



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, **León Mora Javier Andrés**, con C.C: # **0921237152** autor/a del trabajo de titulación: **El cine ecuatoriano: ¿Por qué no se apuesta por la comedia como género cinematográfico en el país?**, previo a la obtención del título de **Licenciado 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**

f.  _____

Nombre: **León Mora, Javier Andrés**

C.C: **09212371**



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:	El cine ecuatoriano: ¿Por qué no se apuesta por la comedia como género cinematográfico en el país?		
AUTOR(ES)	Javier Andrés, León Mora		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcdo. Guido Roberto, Bajaña Yude, Mgs.		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Artes y Humanidades		
CARRERA:	Producción y Dirección en Artes Audiovisuales		
TITULO OBTENIDO:	Licenciado en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	08 de marzo de 2021	No. DE PÁGINAS:	74
ÁREAS TEMÁTICAS:	Tecnologías de Comunicación, Cultura y Arte, Ciencias Sociales y Humanidades		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Cine de comedia, Cine Ecuatoriano, Elementos de la Comedia, Producción Cinematográfica, Comunicación, Dedicada a mi Ex.		
RESUMEN/ABSTRACT	<p>El presente trabajo de investigación demuestra la importancia del porque se debería apostar por géneros más comerciales en el Ecuador, en concreto la comedia al momento de hacer cine nacional. Al año 2021, las producciones de largometrajes de este tipo son escasas en comparación a otros géneros que se producen de manera más frecuente en el país. La selección del tipo adecuada de comedia que se va a transmitir, la empatía que se desarrolle con el personaje, y la trama son parte de los elementos que definen el interés del espectador hacia un filme del género antes mencionado. Para el desarrollo de este proyecto se toma como caso de estudio la película de comedia "Dedicada a mi Ex" (2019), puesto que actualmente se encuentra formando parte del catálogo de Netflix y posicionándose como un posible referente para el futuro. A través del desarrollo de encuestas a personas que acuden regularmente a salas de cine, y entrevistas a profundidad con expertos en dirección de cine y guion.</p>		
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-984885387	E-mail: javier_leon93@hotmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE):	Nombre: Dumani Rodríguez, Alex Salomón		
	Teléfono: +593-994056820		
	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):			