



Ñawi: arte diseño comunicación

ISSN: 2528-7966

ISSN: 2588-0934

Escuela Superior Politécnica del Litoral

Pillasagua Castro, Diana Beatriz; García Velásquez, María Emilia
Identificación de mecanismos para el fomento de las producciones cinematográficas en el Ecuador
Ñawi: arte diseño comunicación, vol. 8, núm. 1, 2024, Enero-Julio, pp. 241-260
Escuela Superior Politécnica del Litoral

DOI: <https://doi.org/10.37785/nw.v8n1.a13>

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=687977332016>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en [redalyc.org](https://www.redalyc.org)



Sistema de Información Científica Redalyc
Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso
abierto



Imagen: Cindy Rambay

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

Identification of mechanisms to promote film productions in Ecuador

Resumen

El presente trabajo tiene por finalidad identificar mecanismos que puedan ser aplicables a nivel nacional para fomentar el desarrollo del cine en el Ecuador. Primero, se parte de una revisión documental sobre el desarrollo de la producción cinematográfica en Iberoamérica desde sus inicios hasta la actualidad, incluyendo el caso de Ecuador. Después se identifican estrategias e iniciativas que se han dado en la región para fomentar la producción de películas a nivel local. Y a partir de esta recolección de información, que incluye entrevistas a expertos relacionados al medio, se esbozan una serie de mecanismos que se podrían aplicar a futuro en el Ecuador, para potenciar su nivel de producción cinematográfica y su impacto en el mercado.

Palabras clave: Cine iberoamericano; cine ecuatoriano; financiamiento; comercialización; distribución.

Abstract

The purpose of this article is to identify mechanisms that can be applicable at the national level to promote the development of cinema in Ecuador. First, it starts with a documentary review on the development of film production in Ibero-America from its beginnings to the present, including the case of Ecuador. The paper then identifies strategies and initiatives that have been implemented in the region to promote film production at the local level. Based on this collection of information, which includes interviews with experts related to the medium, a series of mechanisms are outlined that could be applied in the future in Ecuador to boost its level of film production and its impact on the market.

Keywords: Iberoamerican cinema; Ecuadorian Cinema; Funding; commercialization; distribution.

Diana Beatriz Pillasagua Castro

Universidad Católica de
Santiago de Guayaquil
Guayaquil, Ecuador

diana.pillasagua@cu.ucsg.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0004-5519-1411>

María Emilia García Velásquez

Universidad Católica de
Santiago de Guayaquil
Guayaquil, Ecuador

maria.garcia01@cu.ucsg.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0002-9277-8906>

Enviado: 01/11/2023

Aceptado: 27/11/2023

Publicado: 15/01/2024



Esta obra está bajo una licencia internacional
Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0.

Sumario. 1. Introducción. 2. Desarrollo. 2.1. Situación iberoamericana. Breve reseña histórica. 2.2 El predominio e influencia de Hollywood sobre el mercado iberoamericano. 2.3 Panorama actual del cine iberoamericano. 2.4. Situación del cine en el Ecuador. 2.5. Mecanismos de fomento al cine aplicados en Iberoamérica. 2.6. Alternativas para fomentar el desarrollo cinematográfico en el Ecuador. 3. Conclusiones.

Como citar: Pillasagua Castro, D. B., & García Velásquez, M. E. (2024). Identificación de mecanismos para el fomento de las producciones cinematográficas en el Ecuador. *Nawi. Arte, Diseño, Comunicación*, Vol. 8, Núm. 1, 241-260.

<https://nawi.espol.edu.ec/>

[www.doi.org/10.37785/nw.v8n1.a13](https://doi.org/10.37785/nw.v8n1.a13)

1. Introducción

El término “cine” contiene muchas acepciones. Puede referirse a las películas propiamente dichas, o al establecimiento físico donde las mismas son proyectadas a una audiencia. También lo definimos como un arte, por supuesto. Pero hay un abordaje que tiene vital importancia para la misma subsistencia del cine y que muchas veces parecemos ignorar intencionalmente. Nos referimos al hecho de que con el término “cine” también estamos aludiendo a una industria. El aspecto industrial y comercial del cine muchas veces puede llegar a ser visto como un extremo completamente opuesto al arte. Sin embargo, para la potenciación de este arte es necesario tener rentabilidad y eso solo es posible si existe un proceso industrializado en la ejecución de una actividad económica.

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

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

2. Desarrollo

2.1 Situación iberoamericana. Breve reseña histórica

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

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

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

En esta aparente igualdad de condiciones el desarrollo de una industria dependería directamente de la estabilidad económica de cada país. No obstante, con la llegada del cine sonoro a comienzos de los años 40 la producción de películas se vio afectada debido al encarecimiento de los costos. Con la brecha económica que suponía hacer cine

sonoro solo tres países contaban con la capacidad económica y adaptabilidad para competir con la cinematografía hollywoodense que empezaba a desplazar el cine silente de los países más pequeños de la región (Vidya-mitra, 2017).

El cine iberoamericano entraba en directa competencia con el europeo y el estadounidense dentro de las salas de cine. Y como caso especial, cabe mencionar que México experimentó una época dorada de 1936 a 1957 gracias al fervor hacia “lo mexicano” en primera instancia, pero también al hecho que durante la Segunda Guerra Mundial México se pronunció abiertamente a favor de los países aliados, lo cual le aseguró suministros e inversión, lo que no ocurrió con la neutralidad que manifestaron Argentina o España. El buen momento cinematográfico de este país norteamericano contrastaba con el cine europeo de post guerra y del cine bélico por parte de Estados Unidos que no eran del gusto del mexicano promedio, y por tanto México se aseguraba no solo el mercado doméstico sino el dominio a nivel latinoamericano (Requenes, 2014).

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

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



Figura 1. Carátula de la película *Una mujer fantástica*.
Fuente: <https://www.imdb.com/title/tt5639354/>

El abanico de opciones en cuanto a temática se diversifica un poco más, aunque siguen prevaleciendo los temas sociales. Pero también se recurren a adaptaciones literarias, filmes de época e históricos y comedias populares. Incluso hasta finales del siglo XX se abordan temáticas relacionadas a la época de la dictadura y se sostiene la tendencia de películas más realistas sobre la situación de las clases oprimidas y la visibilización de minorías. Tal es el caso de películas como *Una Mujer Fantástica* (Sebastián Lelio, 2017) y *Roma* (Alfonso Cuarón, 2019). Películas que retratan la pérdida de la pareja de una mujer transexual (Figura 1) y la cotidianidad de una empleada doméstica, respectivamente. Ambas obras fueron galardonadas con premios de la Academia.

2.2 El predominio e influencia de Hollywood sobre el mercado iberoamericano

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

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

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

En la actualidad, la influencia de Hollywood no es sólo artística o cultural, sino tecnológica. La tecnología que existe hoy en día para hacer cine la debemos a que los mismos estudios invierten en ello: las cámaras, los *softwares*, la utilería, las grúas, las luces, etc., han sido desarrollados para que se filmen y proyecten películas. De ahí que se den lo Premios Óscar técnicos o al mérito científico. Incluso se pueden conectar ciertos títulos de películas con desarrollos tecnológicos específicos (Riano, 2014).

2.3 Panorama actual del cine iberoamericano

En la actualidad, el consumo de cine local a nivel iberoamericano es mínimo. Según la publicación digital *Panorama Audiovisual Iberoamericano 2022*, la cuota del cine estadounidense en términos de espacio en cartelera en el año 2021 supera el 88,8% frente al 4,3% de lo que países como Ecuador, Bolivia, Venezuela y los países centroamericanos juntos representan. En el mismo informe, que incluye a España y Portugal, se describe un mercado a nivel iberoamericano con casi 307 millones de espectadores como potencial audiencia y cuyo ingreso en dólares superó los 1200 millones de dólares en el 2021.

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

Con respecto a Iberoamérica también hay que tener en cuenta la demografía. De acuerdo a Axel Kuschevatzky, productor de cine argentino, que participó en la película ganadora de un Óscar *El Secreto de sus Ojos* (Juan José Campanella, 2009), en Iberoamérica las películas familiares tienen mucho peso, pues se trata de una región con alta natalidad, mucho más alta que la existente en Europa (Mango, 2019). Este mercado de películas familiares generalmente está copado por productoras fuertes como Disney, mientras que la producción a nivel iberoamericano tiende a inclinarse más por el género dramático.

Cabe mencionar que, a más del bajo promedio de asistencias, apenas el 0.6 veces al año por persona, estaríamos sumando otra situación de riesgo como es el fenómeno de la piratería (Griselda Moreno & Luis Cifuentes, 2022).

En el siguiente cuadro (Tabla 1) se observan datos cuantitativos, en relación a lo comentado anteriormente sobre la diferencia en el número de espectadores y taquilla de películas extranjeras en comparación con las películas iberoamericanas, en relación a los estrenos del top-100 en el año 2022.

ESPECTADORES						
Origen	2020	%	2021	%	2022	%
USA	121.896.125	67,9	262.178.448	88,8	424.063.705	85,3
Nacional	29.233.268	16,3	12.780.477	4,3	26.645.317	5,4
Iberoamérica	1.232.187	0,7	1.566.423	0,5	5.303.425	1,1
Europa	13.279.369	7,4	13.890.510	4,7	20.743.670	4,2
Resto países	13.795.016	7,7	4.927.266	1,7	20.208.767	4,1
Total	179.435.965		295.343.124		496.964.884	
INGRESOS						
Origen	2020	%	2021	%	2022	%
USA	464.550.283	64,8	1.040.474.002	87,3	1.688.946.385	84,5
Nacional	122.856.341	17,1	64.518.860	5,4	128.288.560	6,4
Iberoamérica	4.068.673	0,6	6.109.325	0,5	19.369.754	1,0
Europa	69.290.967	9,7	62.058.487	5,2	83.758.207	4,2
Resto países	56.644.687	7,9	18.938.492	1,6	78.113.667	3,9
Total	717.410.951		1.192.099.166		1.998.476.573	

Tabla 1. Cuota de espectadores por el origen de los estrenos del top-100. Iberoamérica. Fuente: Panorama Audiovisual Iberoamericano 2023.

2.4 Situación del cine en el Ecuador

El panorama general del cine iberoamericano también tiene su incidencia en el cine ecuatoriano, en términos del predominio de Hollywood sobre la distribución y la poca inversión para el fomento del cine nacional. En el Ecuador, desde que la primera organización relacionada al ámbito cine se formó en 1977, llamándose *Asocine*, se viene presionando para que exista una ley de fomento del cine (Blanco, 2015). Sin embargo, no fue sino hasta el 2006 que la “Ley de Fomento al Cine Nacional” entró en vigencia, desde su publicación en el registro oficial el 3 de febrero de ese año. Con esta ley se creaba por fin una entidad pública para el fomento del cine nacional llamada *CNcine* (Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador). Dicha institución fue la primera encargada de manejar un fondo de dinero público destinado a la producción cinematográfica, cuyos montos no eran reembolsables. Fondo que, para Alberto Mite, catedrático de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil, no imponía el condicionante, por parte de *CNcine* hacia los realizadores, de obligar a que una parte del dinero fuese destinada a la promoción y distribución de la película, pues era íntegramente usado para la producción.

Sea como fuere, lo cierto es que *CNcine* supone un antes y un después en la historia del desarrollo de la cinematografía ecuatoriana. Desde su creación se estima un incremento del 300% en la producción de películas, según comentara Jorge Luis Serrano, director ejecutivo del Consejo Nacional de Cine en el 2012 en una entrevista dada al periódico *El Telégrafo*. Y, ciertamente, ahora hay más estrenos por año como en ninguna otra época, aunque todavía se debe trabajar en atraer las audiencias (Criollo, 2017).

Sin embargo, a partir del año 2016 surgen múltiples cambios que han tenido un impacto en el volumen de la producción nacional y su evolución. En ese año, con la promulgación de la Ley Orgánica de Cultura y Patrimonio, se deroga la Ley de Fomento del Cine y el *CNcine* se transforma en el ICCA (Instituto de Cine y Creación Audiovisual). Posteriormente, en el año 2020, este ICCA se fusiona con el IFAIC (Instituto para el Fomento de las Artes, Innovación y Creatividad), para crear el IFCI (Instituto para de Fomento a la Creatividad e Imaginación). Y, finalmente, en el año 2023, con la aprobación de la Ley de Transformación Digital y Audiovisual, el ICCA vuelve a ser independiente (EGEDA, 2023). Pues bien, todos estos cambios han tenido una repercusión negativa en la asignación de fondos concursables. Por ejemplo, en el año 2022 no hubo convocatoria, como señalaba Mariana Andrade (directora del cine quiteño *Ochoymedio*) en una publicación para la revista *Observatorio de Políticas y Economías de la Cultura* (Reglones, 2023).

Por otra parte, en la edición 2023 del informe “Panorama Audiovisual Iberoamericano”, citado anteriormente, y realizado por EGEDA (Sociedad de Gestión Colectiva de Derechos de los Productores Audiovisuales y organizadora de los premios Platino al cine iberoamericano), hay una sección dedicada al estado del cine en el Ecuador, en la que hallamos los siguientes datos:

- . Ecuador es un país con una población que alcanza los 18 millones de personas en 2022.
- . La audiencia anual es de 0.8 películas por habitante.
- . Hay un total de 387 pantallas de cine en el territorio ecuatoriano.
- . El valor de la entrada de cine oscila sobre los 4.3 dólares.
- . El cine nacional representa apenas el 0.8 % del mercado cinematográfico a nivel local, mientras que el cine de Hollywood ocupa el 90%.

Tiene sentido revisar, también, el consumo de los espectadores y los ingresos. Como se aprecia en la siguiente tabla, los ecuatorianos tienen una amplia preferencia por los filmes extranjeros de origen norteamericano (Tabla 2).

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste entrada (\$)
2010	223	19	0,9	3,8
2011	219	9	0,9	4,0
2012	220	5	0,9	3,8
2013	209	13	0,9	3,9
2014	177	17	0,9	3,9
2015	211	13	0,9	4,0
2016	258	10	0,9	4,6
2017	243	14	1,1	4,6
2018	250	18	1,1	4,5
2019	230	10	1,2	4,7
2020	135	7	0,2	4,4
2021	192	13	0,4	4,8
2022	216	17	0,6	4,9
Total	2.783	165	0,8	4,3

Tabla 2. Panorama cinematográfico, período 2010-2022. Ecuador. Fuente: Panorama Audiovisual Iberoamericano 2023

Año	Estrenos totales	Estrenos nacionales	Asistencia anual cine	Coste entrada (\$)
2010	223	19	0,9	3,8
2011	219	9	0,9	4,0
2012	220	5	0,9	3,8
2013	209	13	0,9	3,9
2014	177	17	0,9	3,9
2015	211	13	0,9	4,0
2016	258	10	0,9	4,6
2017	243	14	1,1	4,6
2018	250	18	1,1	4,5
2019	230	10	1,2	4,7
2020	135	7	0,2	4,4
2021	192	13	0,4	4,8
2022	216	17	0,6	4,9
Total	2.783	165	0,8	4,3

Tabla 3. Actividad cinematográfica. Período 2010-2022. Ecuador.
Fuente: Panorama Audiovisual Iberoamericano 2023.

Esa hegemonía del cine extranjero en el mercado ecuatoriano puede graficarse mejor con la siguiente tabla, también tomada del informe de EGEDA, y que muestra los ingresos por año desde el 2010 hasta el 2022 en términos de taquilla en el Ecuador, y el porcentaje que representa el cine nacional en proporción al total (Tabla 3).

En cuanto a la situación financiera, el costo promedio de una película ecuatoriana hasta el 2015 estaba alrededor de \$ 130.000, de acuerdo a un estudio del mercado cinematográfico ecuatoriano publicado en ese año (García, 2015), teniendo en cuenta que para la promoción se requieren \$ 100.000 más. Sin embargo, en una entrevista a Santiago Paladines, director de la película ecuatoriana *Wanabis* (2023), realizada para el portal informativo *Primicias*, comentaba que el costo promedio actual está entre los \$ 400.000 y \$ 600.000.

La exportación de la cinta es un caso especial, y la inversión puede oscilar entre los \$ 500.000 y los \$ 800.000 dólares. En las salas de cine a nivel nacional la vida en cartelera de una película ecuatoriana puede ser hasta 4 semanas, y durante la primera semana puede tener de tres a cuatro funciones, dependiendo de la aceptación. Lo que nos permite concluir que, a pesar de los elevados costos de hacer cine en el Ecuador, se sigue produciendo (Maldonado, 2014).

Ahora bien, la rentabilidad de los filmes es otro tema que debemos analizar. En la siguiente tabla vamos a ver el top ten de películas ecuatorianas entre el año 2017 y 2022, en términos de taquilla (Tabla 4).

RK.	Título	Origen	Espectadores	Estreno
1	Rock N' Cola	Ecuador, Colombia	300.117	2019
2	Misfit #Eres o te haces	Ecuador	82.241	2021
3	Amor en Tiempos de Likes	Ecuador	75.224	2022
4	A son of man	Ecuador, Francia, USA	38.325	2019
5	Tal vez mañana	Ecuador	35.513	2017
6	Contigo voy	Ecuador	28.029	2022
7	No todo es trabajo	Ecuador	26.284	2018
8	El Rezador	Ecuador, Colombia, España	21.507	2022
9	La mala noche	Ecuador, México	19.733	2019
10	3-03 Rescate	Ecuador	16.409	2018

Tabla 4. Ranking cinematográfico ecuatoriano. Período 2017-2022. Ecuador.
Fuente: Panorama Audiovisual Iberoamericano 2023.

Esta tabla revela datos interesantes, si revisamos el número de espectadores que alcanzan algunas producciones y los comparamos con el valor del presupuesto de las mismas. Con excepción de dos películas (*Rock N' Cola* y *Tal vez es mañana*) se podría decir que el resto de films no logran recuperar su inversión sólo con la taquilla de los cines. Por ejemplo, la película *Amor en tiempos de likes* tuvo un presupuesto de más de \$ 500.000, según una información ofrecida por el diario *El Comercio*, y si se multiplica su número de espectadores por el valor promedio de entrada en el país, que es de \$ 4.3, la recaudación que alcanzó fue de \$ 323.463 (Criollo, 2022).



Figura 2. Carátula de la película *A Son of Man* (Pablo Agüero, 2019).
Fuente: <https://www.imdb.com/title/tt5328694/>

El caso más grave (Figura 2) fue el de la película *A Son of Man* (Pablo Agüero, 2019), que ocupa el cuarto lugar, ya que el presupuesto de la misma fue de 15 millones de dólares, según revela un artículo de la revista digital *La Barra Espaciadora* (2018).

2.5 Mecanismos de fomento al cine aplicados en Iberoamérica.

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

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

identidad. Hacer una revisión de lo que se hace en otros países permitiría al Ecuador mejorar las condiciones en la que nuestros realizadores tienen que hacer cine.

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

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

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

Por ende, debe concluirse que Argentina, Brasil y México son los países con las cinematografías más grandes y reconocidas a nivel mundial. Pueden contar con buenas leyes que fomentan de manera efectiva su cine. Pero, pretender replicar sus medidas sin considerar la dimensión de nuestra economía, podría resultar arriesgado. No obstante, existe un país con condiciones demográficas más parecidas a las nuestras que, en menos de una década, ha creado una industria fílmica bien consolidada, y se ha convertido en un destino fílmico de primera. Este es el caso de República Dominicana, que en el 2011 aprobó una ley de cine (Ley 108-10).

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

extranjeros hechos en República Dominicana, puedan ser exportados o importados a este país sin pagar ningún tipo de impuestos, tasas, aranceles o derechos de aduana (DMK abogados, 2019).

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

La presencia del cine de la isla ha llegado a importantes festivales como *Sundance*, *Tribeca* e incluso *Cannes* en el 2016. Cabe recalcar que el cine dominicano es ampliamente consumido por sus connacionales, ocupando los primeros puestos en el *box office* y superando a películas como *Iron man* (Jon Favreau, 2008), *Transformers* (Michael Bay, 2007) o *Fast and Furious* (Rob Cohen, 2001). Además, del 2012 al 2016 han contado con todos los top 1 de las películas más vista del año (Global Foundation for Democracy and Development, 2017).

Aunque los incentivos en República Dominicana han ayudado mucho al desarrollo del cine local, hay que resaltar que los dominicanos tienen una gran aceptación de su cine, lo que permite a la empresa privada invertir con confianza en las producciones cinematográficas, pues es una actividad económica con mucha rentabilidad. En Ecuador no tenemos estas condiciones, pues como ya hemos visto en nuestro estudio el ecuatoriano apenas consume el cine nacional; y en la práctica, la empresa privada, con excepción de algunas producciones, no tiene gran presencia en el sector cinematográfico.

2.6 Alternativas para fomentar el desarrollo cinematográfico en el Ecuador

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

Mecanismo 1: “cambio de chip”.

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



Figura 3. Carátula de la película *Sexy Montañita* (Alberto Pablo Rivera, 2018).
Fuente: <https://www.facebook.com/sexymontanita/>

Rivera, que estrenó su ópera prima *Sexy Montañita* (2014) a la edad 27 años, tiene el mérito de haber financiado su producción sin la necesidad de concursar por fondos públicos (Figura 3). Él reconoce que los empresarios necesitan ver el potencial de la película en un *teaser* o piloto, y partir de una negociación en igualdad de condiciones, hacer que el inversionista vea cómo su marca puede formar parte de una película. De acuerdo a sus propias palabras, su forma de ver el cine dista mucho de sus pares en Quito, haciéndolo verse a sí mismo como un rebelde por su aproximación al cine comercial. Por ello, se defiende de las críticas diciendo lo siguiente: “¿Quién es más artista, el que trabaja por amor al arte cada 10 años o el que puede vivir haciendo cine y dando trabajo a los demás?” (Rivera, 2019).

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



Figura 4. Carátula de la película *Minuto final* (Luis Avilés, 2018).

Fuente: <https://www.luisaviles.com/projects/minuto-final-pelicula-completa-online/>

Para ello, se entrevistó con algunos realizadores (Figura 4), tales como Josué Miranda (*La dama tapada*, 2018); Luí Avilés (*Minuto final*, 2018); Juan Pablo Asanza (*Entre sombras. Averno*, 2016) y otros más incluido, el propio Alberto Pablo Rivera. En su trabajo llegó a la conclusión, como resultado de las entrevistas, que el cine de Guayaquil está en auge, y que la mayoría de sus entrevistados le están apostando a un cine comercial de género, donde la etapa de financiamiento suele ser de máximo un año. También entre sus datos aparece que, al menos una de cada diez empresas, se interesa por financiar proyectos cinematográficos, y que nueve de cada diez personas consultadas en su tesis siguen trabajando en el sector audiovisual.

Mecanismo 2: diversificación de financiamiento.

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

. Canjes publicitarios. Estos son intercambios que se hacen entre la producción y una empresa o persona natural que está interesado en aportar en la película por algún tipo de publicidad, como figurar en los créditos. Aunque no necesariamente significa dinero en efectivo, sino también préstamos de ropa, permisos para usar equipos o locaciones, etc. Cómo y qué se canjee depende del tipo de película y puede representar abaratar costos, con lo que la producción se vuelve menos cara y permiten invertir el dinero en otras áreas como en la promoción.

. Product Placement. Consiste en la colocación de marcas dentro de películas como si fueran parte del decorado, y aunque esta práctica no es nueva en el cine, en Ecuador no ha sido del todo explotada. La razón de ello es que no existen muchos referentes exitosos en nuestro cine local.

. Mecenas privados. Para Alberto Pablo Rivera, y según su propia experiencia, existe un perfil de empresarios ya mayores dispuestos a invertir en el cine motivados por la curiosidad de experimentar en nuevas áreas por su disposición de tiempo y capital. Si el proyecto les interesa estarán dispuestos a aportar.

Mecanismo 3: desarrollo de figuras locales y la continuidad.

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

Pero no sólo los actores; también el equipo de producción debe tener la suficiente experiencia y exposición al trabajo cinematográfico. Escuchemos, en ese sentido, las palabras de Miguel Mato, cineasta argentino que ha trabajado como secretario de la Asociación de Directores Independientes de Cine argentino:

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

Mecanismo 4: políticas públicas.

El Estado aún tiene un rol muy grande por cumplir, en el mundo de la industria cinematográfica. En los años 90 del siglo XX, la cinematografía nacional ecuatoriana no estrenaba más de un título por década. y hoy hemos llegado al punto en donde casi se estrena una película por mes. Para el productor, director, catedrático y último director del CNCine, Juan Martín Cueva, el impacto de la Ley de Fomento al Cine del 2006 marca un antes y un después. Antes el Estado solía invertir en el cine casi como “encargo de instituciones”. Esto le quitaba el carácter de cine independiente. Además, dichas producciones se hacían de manera no reglamentada y no normada. Pero con la creación de una entidad estatal y la regulación de un fondo la situación se vuelve transparente, debido a que son fondos concursables y cumplen con una serie de requisitos en pro de la cultura y el arte.

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

Además, el hecho de que exista una institución pública que fomente la actividad cinematográfica permite al Ecuador adherirse a plataformas internacionales como Ibermedia. Esto abre la puerta para la coproducción y la posibilidad de concursar por fondos en otros países, con lo cual se potencia la capacidad de financiamiento de

películas ecuatorianas. Pero no comparte el hecho de que sea sólo el sector público quién financie el 100% de una producción, y considera que se debe crear un mecanismo para la participación del sector privado. El cual no se incluyó en el momento de la elaboración de la ley de cine, porque en el 2006 no se visualizaba el aporte económico del cine, sino solo artístico.

Otro de los grandes avances desde el gobierno es la importancia de la firma del Decreto Ejecutivo 829, que establece IVA cero para servicios vinculados con la producción y gestión cultural de las industrias creativas en el Ecuador. Nuestro entrevistado resalta la importancia del decreto presidencial y de la toma de conciencia por parte del Estado sobre el movimiento económico que se está gestando a través de la cultura, entre la que se encuentra beneficiado el cine y los que trabajan en ello, pues ahora pueden formalizarse, ya que sus servicios no grabarán IVA y según su apreciación la gran mayoría de los que trabajan en arte y cultura no está formalizados con el respectivo RUAC, cuya siglas quieren decir "Registro Único de Artistas y Gestores Culturales", del cual hasta ahora sólo se registran 8.543 personas (Agencia EFE, 2019).

Actualmente, en el Ecuador se ha aprobado la Ley de Transformación Digital y Audiovisual, que ofrece lo siguiente, en pro de incentivar la producción audiovisual a nivel local:

Establece un régimen especial de exoneración de aranceles y tasas para la importación de equipos técnicos, bienes y servicios; se exoneran del impuesto de salida de divisas, ISD, tanto para importación de equipos como para pagos y honorarios por servicios de producción audiovisual para quienes tengan residencia fiscal en el exterior; se exonera del impuesto a la renta en pagos al exterior; y se exonera del Impuesto al Valor Agregado, IVA, para servicios digitales que tengan que ver con cualquier fase de la producción de contenidos audiovisuales (Reglones, 2023).

Y además de todo ello, se ofrece la emisión de certificados tributarios de hasta el 37% del gasto que realicen las producciones audiovisuales en el país.

Mecanismo 5: convertir al Ecuador en un destino fílmico.

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

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

Aunque la biodiversidad, las ciudades y la cercanía son factores importantes, no serían nada si no se contase con carreteras aptas para el desplazamiento por nuestro territorio. Pero en este campo también se ha hecho mucho. El Fondo Económico Mundial, en su Informe Global de Competitividad 2015-2016, colocó a Ecuador en el puesto número 25 a nivel mundial con respecto a la calidad de sus carreteras. Sin embargo, convertir al país en un destino fílmico requiere de mucha inversión, sobre todo pública.

También requiere tener una legislación que normalice la inversión extranjera que entra por los gastos en la producción de películas y el uso de espacios destinados a ello. Por tanto, este es uno de los mecanismos que al menos se quiere poner en consideración para el desarrollo del sector fílmico. Ser un espacio para la filmación extranjera generaría divisas y ampliará considerablemente el campo laboral que la oferta de la cinematografía local no logra cubrir. En esta línea entra la nueva Ley de Transformación Digital y Audiovisual (2023), anteriormente mencionada.

Mecanismo 6: la internacionalización del cine ecuatoriano.

Es innegable que debemos exponer más nuestro cine a otros mercados. En este sentido, los festivales internacionales son una importante plataforma. Un ejemplo es *Alba*, película de Ana Cristina Barragán, que fue seleccionada para participar en la categoría de *Bright Future* en el Festival Internacional de Cine de Rotterdam, en Países Bajos (*El Telégrafo*, 2016). De hecho, en el mercado europeo el cine iberoamericano vendió 7,7 millones de entradas en el 2018, y existen películas como la española *Loving Pablo* (Fernando León de Aranoa, 2018) que sobrepasaron el millón de espectadores en el mismo año. Los países europeos que más cine iberoamericano consumen son Francia, Italia y Países Bajos (Espinell, 2019).

Sin embargo, cabe señalar algunos problemas que deberá enfrentar nuestro cine en pro de la internacionalización. En Sudamérica, las empresas distribuidoras de cine son muy pocas, los espacios para la exhibición limitados y éstas dan preferencias y ventajas a los filmes extranjeros, en términos de concederles más tiempo en cartelera, mejores horarios o mejor exhibición de sus promocionales (Larrea, 2017). En el 2022, Iberoamérica produjo 1.079 películas que captaron más de 34 millones de espectadores. Sin embargo, esto representa apenas alrededor del 6.5% de la recaudación mundial. La razón que está detrás de esa cifra recae en que las películas locales se consumen principalmente en sus países de origen.

Sin embargo, un dato esperanzador es que entre el top 100 de películas de la región, en términos de taquilla, el 22,6% son coproducciones, y cerca de la mitad de éstas son coproducciones entre países iberoamericanos (EGEDA, 2023).

3. Conclusiones

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

En la etapa de financiamiento, aunque todavía hay mucho por hacer, los realizadores están encontrando formas de resolver esto en tiempos cada vez más cortos. Antes, el realizador se encontraba absolutamente solo; las actividades culturales como el cine eran insignificantes en términos económicos. Sin embargo, según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), las Industrias Creativas y Culturales (ICC) representan el 3% del PIB Mundial. En América Latina y el Caribe generan ingresos de 124.000 millones de dólares, equivalente al 2.2% del PIB regional, generando 1.9 millones de puestos de trabajo. Estas cifras han motivado a que Ecuador se tome más en serio a las industrias creativas (Luzardo, 2023).

La industria audiovisual en Ecuador ha experimentado un importante crecimiento en la última década. De acuerdo con cifras del Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador (2022), los ingresos del sector aumentaron un 25% en el periodo 2010-2020, alcanzando los 230 millones de dólares en 2020. Esto, sumado a la recientemente aprobada Ley Orgánica de Transformación Digital y Audiovisual, podría representar un cambio en la dirección correcta para el desarrollo del cine nacional.

Pero siempre recordando que ya no se puede simplemente aspirar a llegar a las salas de cine; se debe generar interés, consumo e invertir en promoción, para que las películas ecuatorianas no se estrenen solas, sino con la respectiva campaña promocional y un seguimiento que estudie cuál fue el comportamiento del espectador ante el producto ofrecido en cartelera. Mejorar la distribución es la siguiente etapa, para que los audiovisuales nacionales puedan ampliar su presencia en el territorio y proyectarse en varias ciudades al mismo tiempo. Se debe ampliar la cobertura e incrementar los espacios; existen 387 pantallas concentradas en pocas ciudades; hay lugares a donde el cine no llega dentro del territorio ecuatoriano, por lo cual existe un público por conquistar.

Adicionalmente, es importante comprender que el cine es un sector que no necesita dádivas, sino inversión estable, y que ésta necesita venir también del sector privado. Para ello, los inversionistas deben constatar que los proyectos están dirigidos a públicos cada vez más amplios, a sectores del mercado prometedores.

Finalmente, debe remarcarse que el crecimiento de la producción cinematográfica contribuye al crecimiento de la riqueza del país, y es una actividad que puede generar muchos empleos. El potencial económico del cine ecuatoriano aún no ha sido explotado. Todos pueden contribuir a su desarrollo, desde el sector público a través de políticas que fomenten la sostenibilidad de la industria, hasta el empresario que podría ver en el cine una plataforma para llegar a potenciales consumidores. Y, por supuesto, contando siempre y de una forma esencial con el aporte de creatividad de los realizadores, pues son ellos los que pueden generar un contenido de calidad.

Referencias bibliográficas

- Agencia EFE. (2019). Ecuador elimina el IVA para los servicios artísticos culturales. *El Comercio*. Página web. Rescatado de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/ecuador-eliminacion-iva-servicios-artisticos.html>
- Álvarez, Y. (2019). Destino fílmico: RD se fortalece como escenario para rodajes extranjeros. *El Dinero*. Página web. Rescatado de: <https://www.eldinero.com.do/78826/destino-filmico-rd-se-fortalece-como-escenario-para-rodajes-extranjeros/>
- Barrero, R. (2017). El cine argentino abre otro frente de conflicto a Mauricio Macri. *El País*. Página web. Rescatado de: https://elpais.com/cultura/2017/04/17/actualidad/1492461247_465139.html
- Blanco, V. L. (2015). Tras los pasos del Cine en Ecuador: la producción nacional y políticas de apoyo. *ComHumanitas. Revista Científica de Comunicación*, 6 (1), 52-66.
- Carro, N. (1997). Un siglo de cine en América Latina. *Política y Cultura*, 8, 241-246.
- Criollo, F. (2017). El CNCine se alista para convertirse en Instituto. *El Comercio*. Página web. Rescatado de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/cncine-alista-convertirse-instituto.html>
- Criollo, F. (2022). "Amor en tiempos de likes", una comedia ecuatoriana en el cine. *El Comercio*. Página web. Rescatado de: <https://www.elcomercio.com/tendencias/entretenimiento/amor-tiempos-likes-comedia-ecuatoriana-cine.html>
- DMK abogados. (2019). Resumen ejecutivo sobre la ley No. 108-10 para el fomento de la actividad cinematográfica en la República Dominicana y su reglamento por decreto No. 370-11. Obtenido de DMK abogados. Rescatado de: <http://www.dmklawyers.com/resumen-ejecutivo-sobre-la-ley-no-108-10-para-el-fomento-de-la-actividad-cinematografica-en-la-republica-dominicana-y-su-reglamento-por-decreto-no-370-11/>
- El Telégrafo. (2016). "Alba", película ecuatoriana, se estrenará en Rotterdam. *El Telégrafo*. Página web. Rescatado de: <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cultura/10/alba-pelicula-ecuatoriana-se-estrenara-en-rotterdam>
- El Universo. (2018). Factor económico, el obstáculo para el cine de Ecuador. *El Universo*. Página web. Rescatado de: <https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2018/06/03/nota/6789953/factor-economico-obstaculo-cine-ecuador>
- Espaciadora, L. B. (2019). A Son of Man: un relato desde la opulencia. *La barra espaciadora*. Página web. Rescatado de: <https://www.labarraespaciadora.com/culturas/a-son-of-man/#:~:text=A%20son%20of%20man%20fue,cost%C3%B3%2015%20millones%20de%20d%C3%B3lares>
- Espinel, R. (2019). 7 cifras sobre el cine iberoamericano actual que debes conocer. *Producción Audiovisual*. Página web. Rescatado de: <https://produccionaudiovisual.com/produccion-cine/7-cifras-sobre-el-cine-iberoamericano-actual-que-debes-conocer/>
- García, M. (2015). Estudio del comportamiento del mercado ecuatoriano en el año 2012 y de la inferencia de los planes de negocios para la generación de ganancias. *Fotocinema. Revista científica de cine y fotografía*, 11, 347-365. <https://doi.org/10.24310/Fotocinema.2015.v0i11.6086>

- Global Foundation for Democracy and Development. (2017). Ley de Cine 108-10: 6 años de constante crecimiento. Rescatado de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=5WedkzuZcbc>
- Jiménez, G. (2023). "Los Wánabis", un thriller y comedia negra producida en Ecuador con "Cero Residuos". *Primicias*. Página web. Rescatado de: <https://www.primicias.ec/noticias/entretenimiento/cine/pelicula-wanabis-comedia-negra-cine-ecuadoriano-ambiental-sostenible/>
- Larrea, C. (2017). Políticas públicas: su influencia en las dinámicas de producción y consumo de cine ecuatoriano (2006-2016). *Inmovil*, 3 (2).
- Leticia, B. (2018). *Diseño de modelo de financiamiento para la producción cinematográfica independiente en la ciudad de Guayaquil*. Tesis de Maestría en Administración de Empresas. Universidad Católica Santiago de Guayaquil.
- Luzardo, A., Majlis, M., Prada, E., Inthamoussú, M., & Zaldivar, T. (2023). *10 años impulsando la cultura y la creatividad. El compromiso del BID con las industrias culturales y creativas*. Banco Interamericano de Desarrollo. <https://doi.org/10.18235/0005064>
- Maldonado, C. (2014). El cine ecuatoriano entre la cantidad y la calidad. *Revista Mundo Diners*. Página web. Rescatado de: <http://www.revistamundodiners.com/?p=3505>
- Mango, A. (2019). Cinco claves de los mercados latinoamericanos que emergen a la sombra de Hollywood. *The Hollywood Reporter*. Página web. Rescatado de: <https://www.hollywoodreporter.com/lists/5-key-latin-american-markets-emerging-hollywoods-shadow-1184758/item/brazil-5-key-latam-markets-berlin-2019-1184761>
- Moraes, C. (2017). El cine y las producciones brasileñas dan la espalda a la crisis. *El País*. Página web. Rescatado de: https://elpais.com/cultura/2017/01/05/actualidad/1483654660_439512.html
- Nodal. (2019). Ecuador elimina el IVA a servicios culturales y busca impulsar las industrias creativas. *Nodal*. Página web. Rescatado de: <https://www.nodal.am/2019/08/ecuador-elimina-el-iva-a-servicios-culturales-y-busca-impulsar-las-industrias-creativas/>
- Renglones, C. E. (2023). La Ley Orgánica de Transformación Digital o el camino para construir una industria audiovisual en el Ecuador. *Observatorio*. Página web. Rescatado de: <https://observatorio.uartes.edu.ec/2023/03/04/la-ley-organica-de-transformacion-digital-o-el-camino-para-construir-una-industria-audiovisual-en-el-ecuador/>
- Requenes, K. (2014). Breve historia del cine mexicano. Rescatado de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=3HBjuD8MvcM>
- Saberia. (s.f.). ¿Cuáles son las majors de Hollywood? *Saberia*. Página web. Rescatado de: <http://www.saberia.com/cuales-son-las-majors-de-hollywood/#comments>
- Salazar, G. (2009). Los inicios de Hollywood. *Duiops*. Página web. Rescatado de: <https://www.duiops.net/cine/inicios-de-hollywood.html>
- Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (s.f.). Estímulo fiscal a Proyectos de Inversión en la Producción y Distribución Cinematográfica Nacional (EFICINE). Rescatado de la web del Gobierno de México: <https://>

www.estimulosfiscales.hacienda.gob.mx/es/efiscales/eficine

Sputnik. (2016). Ir al cine: un hábito en declive en América Latina. *Sputnik*. Página web. Rescatado de: <https://mundo.sputniknews.com/america-latina/201610191064211892-asistencia-cine-latinoamerica/>

Vidya-mitra. (2017). Historia del cine latinoamericano I. Inicios y la era muda. Rescatado de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=bU5RZkdQW0E>

VisualPolitik. (2017). ¿Por qué Hollywood fue creado por inmigrantes? Rescatado de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=HqoLy5v9Zg>

Reseñas curriculares

Diana Pillasagua Castro es Ingeniera en Dirección y Producción en Artes Audiovisuales por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Actualmente trabaja como docente en la Unidad Educativa Bilingüe Montessori.

María Emilia García es directora de la Carrera de Cine en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Es Licenciada en Comunicación Social con mención en Comunicación Audiovisual por la mencionada universidad, y tiene una Maestría en Fine Arts in Film obtenida en la Universidad Central de Florida. Su película *La Descorrupción* obtuvo en el año 2015 el Premio de la Audiencia en el Starlite Film Festival y en el Festival Internacional de Cine de Guayaquil. En el Festival Internacional de Cine de Ayacucho la mencionada película fue premiada como la Mejor Película de la Competencia Latinoamericana.

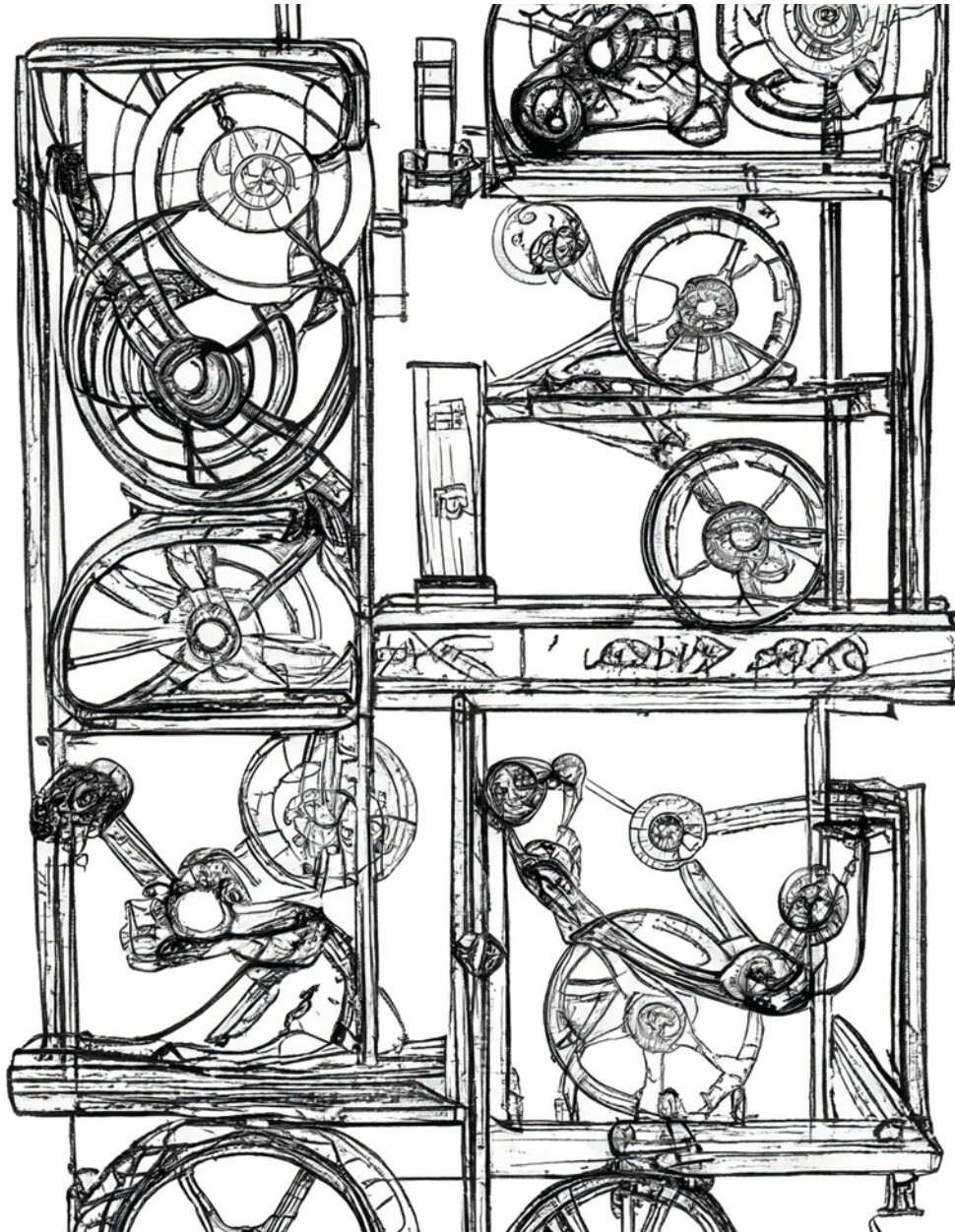


Imagen: Generada con Photoshop IA