



Universidad
de las **Artes**

UNIVERSIDAD DE LAS ARTES

Escuela de Cine y Artes Audiovisuales

Proyecto de investigación sobre cine y cultura

**Estudio de la interpretación perceptiva del espectador
guayaquileño y sus hábitos de consumo de producciones
cinematográficas ecuatorianas**

Previo a la obtención del Título de:

Licenciatura en Cine y Artes Audiovisuales

Autor:

Ernesto Xavier León Navarro.

GUAYAQUIL - ECUADOR

2020



Declaración de autoría y cesión de derechos de publicación de la tesis

Yo, **ERNESTO XAVIER LEÓN NAVARRO**, declaro que el desarrollo de la presente obra es de mi exclusiva autoría y que ha sido elaborada para la obtención de la Licenciatura en (Cine y Artes Audiovisuales). Declaro además conocer que el Reglamento de Titulación de Grado de la Universidad de las Artes en su artículo 34 menciona como falta muy grave el plagio total o parcial de obras intelectuales y que su sanción se realizará acorde al Código de Ética de la Universidad de las Artes. De acuerdo al art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad E Innovación* cedo a la Universidad de las Artes los derechos de reproducción, comunicación pública, distribución y divulgación, para que la universidad la publique en su repositorio institucional, siempre y cuando su uso sea con fines académicos.

Firma del Estudiante

*CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN (Registro Oficial n. 899 - Dic./2016) Artículo 114.- De los titulares de derechos de obras creadas en las instituciones de educación superior y centros educativos.- En el caso de las obras creadas en centros educativos, universidades, escuelas politécnicas, institutos superiores técnicos, tecnológicos, pedagógicos, de artes y los conservatorios superiores, e institutos públicos de investigación como resultado de su actividad académica o de investigación tales como trabajos de titulación, proyectos de investigación o innovación, artículos académicos, u otros análogos, sin perjuicio de que pueda existir relación de dependencia, la titularidad de los derechos patrimoniales corresponderá a los autores. Sin embargo, el establecimiento tendrá una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra con fines académicos.

Miembros del tribunal de defensa

MSc. Tomás Humberto Rodríguez Caguana

Tutor del Proyecto Interdisciplinario

MSc. Agustín Garcells

Miembro del tribunal de defensa

PhD. Arturo Serrano

Miembro del tribunal de defensa

Agradecimientos:

Deseo agradecer a mi tutor MSc. Tomás Rodríguez por su valiosa ayuda y guía, además de su infinita paciencia.

Deseo agradecer también a mi mejor amigo de la época del colegio, Xavier Pincay, por su invaluable ayuda en el trabajo de campo realizado para esta investigación.

Muchísimas gracias a ambos.

Dedicatoria

Deseo dedicar este trabajo de investigación a toda mi familia que me ha apoyado todos estos años en la consecución de mi sueño.

Resumen

Hoy en día, gracias a organismos estatales que proporcionan subvenciones a los realizadores nacionales para financiar sus proyectos fílmicos, la producción cinematográfica ecuatoriana se encuentra garantizada en maneras que no fue posible en décadas anteriores. No obstante, el desinterés de la audiencia nacional por las producciones locales, reflejado en su persistente pobre desempeño en salas comerciales, continúa siendo un obstáculo aparentemente infranqueable debido al predominio del cine extranjero en el país. Bajo esta perspectiva, se considera imperativo conocer las causas subyacentes de las preferencias del público guayaquileño a través de una extensa investigación y un consiguiente análisis que indaguen en sus hábitos de consumo y la interpretación perceptiva que éste genera con respecto al cine ecuatoriano. Por medio de una acuciosa revisión teórica de diversos autores y un exhaustivo trabajo de campo, se pretende indagar en las complejidades del espectador guayaquileño para comprender su comportamiento y sus motivaciones al momento de asistir a una sala de cine.

Palabras clave: cine, producción cinematográfica, audiencia, espectador, público, hábitos de consumo, interpretación perceptiva.

Abstract

Nowadays, due to the grants provided by state agencies to national filmmakers to finance their film projects, ecuadorian film production is guaranteed in ways that was not possible in previous decades. However, the disinterest of national audiences for local productions, reflected in its persistent poor performance in commercial theaters, continues to be an apparently insurmountable obstacle due to the predominance of foreign cinema in the country. Under this perspective, it is considered imperative to know the underlying causes of the preferences of the audience from Guayaquil through extensive research and a posterior analysis that delve into its consumption habits and the perceptual interpretation that it generates with regard to ecuadorian cinema. Through a thorough theoretical review of several authors and an exhaustive field work, it is intended to investigate the complexities of the spectator from Guayaquil to understand their behavior and motivations when attending a movie theater.

Keywords: cinema, film production, audience, spectator, public, consumption habits, perceptual interpretation.

ÍNDICE GENERAL

Portada	I
Declaración de autoría y cesión de derechos de publicación de la tesis	II
Miembros del tribunal de defensa	III
Agradecimientos:	IV
Dedicatoria	V
Resumen	VI
Abstract	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE DE IMÁGENES	IX
ÍNDICE DE TABLAS.....	XI
Introducción	1
Presentación general del tema	1
Formulación de problema	4
Sistematización de la investigación	4
Objetivos del proyecto.....	4
Justificación.....	5
Balance del estado del conocimiento.....	7
Capítulo I. Revisión de Literatura	9
Antecedentes.....	9
Referentes.....	13
Marco teórico	15
Capítulo II. Objeto de investigación.....	47
Análisis del objeto de estudio	50
Análisis de resultados	58
Comprobación de hipótesis	91
Conclusiones	93
Recomendaciones	94
Bibliografía.....	95
Anexos	100

ÍNDICE DE IMÁGENES

Capítulo 2. Objeto de investigación

Figura 2.1.....	59
Figura 2.2.....	60
Figura 2.3.....	61
Figura 2.4.....	62
Figura 2.5.....	63
Figura 2.6.....	64
Figura 2.7.....	65
Figura 2.8.....	66
Figura 2.9.....	67
Figura 2.10.....	68
Figura 2.11.....	69
Figura 2.12.....	70
Figura 2.13.....	71
Figura 2.14.....	72
Figura 2.15.....	73
Figura 2.16.....	74
Figura 2.17.....	75
Figura 2.18.....	76
Figura 2.19.....	77
Figura 2.20.....	78
Figura 2.21.....	79

Figura 2.22.....	80
Figura 2.23.....	81
Figura 2.24.....	82
Figura 2.25.....	83
Figura 2.26.....	84
Figura 2.27.....	85
Figura 2.28.....	86
Figura 2.29.....	87
Figura 2.30.....	88
Figura 2.31.....	89
Figura 2.32.....	90

ÍNDICE DE TABLAS

Capítulo 2. Objeto de investigación

Tabla 2.1.....	59
Tabla 2.2.....	60
Tabla 2.3.....	61
Tabla 2.4.....	62
Tabla 2.5.....	63
Tabla 2.6.....	64
Tabla 2.7.....	65
Tabla 2.8.....	66
Tabla 2.9.....	67
Tabla 2.10.....	68
Tabla 2.11.....	69
Tabla 2.12.....	70
Tabla 2.13.....	71
Tabla 2.14.....	72
Tabla 2.15.....	73
Tabla 2.16.....	74
Tabla 2.17.....	75
Tabla 2.18.....	76
Tabla 2.19.....	77
Tabla 2.20.....	78
Tabla 2.21.....	79

Tabla 2.22.....	80
Tabla 2.23.....	81
Tabla 2.24.....	82
Tabla 2.25.....	83
Tabla 2.26.....	84
Tabla 2.27.....	85
Tabla 2.28.....	86
Tabla 2.29.....	87
Tabla 2.30.....	88
Tabla 2.31.....	89
Tabla 2.32.....	90

Introducción

Presentación general del tema

El cine en el Ecuador ha logrado un importante crecimiento en la última década. Con la instauración del Consejo Nacional de Cinematografía (CNCine) en el 2007, el patrocinio que las producciones cinematográficas nacionales han recibido, por medio de fondos monetarios concursables, ha permitido desarrollar el aporte creativo y cultural de los realizadores ecuatorianos como no había sido posible en décadas anteriores. En los últimos doce años (2007-2019), las producciones locales se han incrementado en promedio a más de una decena anual alcanzando su punto más alto en el 2018, año en que dieciocho filmes fueron estrenados en salas de cine del país. Esta reciente prolificidad ha permitido que muchas de estas obras, tanto de ficción como de corte documental, traspasen las fronteras y sean galardonadas en prestigiosos festivales de cine internacionales.

Sin embargo, los espectadores ecuatorianos parecieran no estar respondiendo a las propuestas cinematográficas nacionales, pues muchas de éstas no alcanzan a cubrir sus costos de producción debido a las bajas cifras de asistencia a salas comerciales¹. A pesar del incremento de producciones cinematográficas en la última década, esto no ha conllevado a que el público considere a los filmes locales como una primera opción al momento de asistir al cine. Se suele argumentar que dicha situación se debe a que, a pesar de que la producción ha aumentado notablemente y los realizadores han alcanzado un nivel cinematográfico profesional, la fase de distribución de los filmes continúa siendo deficiente. Entre otras razones citadas, suelen mencionarse que los horarios de exhibición de películas nacionales no son los más convenientes para el público, las temáticas presentadas impiden que el espectador se conecte con los filmes, así como la promoción inadecuada de los mismos por parte de productores y salas de exhibición.

No obstante, una de las principales razones de tal situación puede atribuirse a que el cine extranjero ha desarrollado desde inicios del siglo pasado una estructura que procura que sus producciones predominen en las pantallas de cine mundiales. La industria cinematográfica norteamericana ha perfeccionado un complejo entramado que se extiende a toda la cadena del quehacer filmico, el cual se destaca por su excelencia en el

¹ De acuerdo a información proporcionada por el Instituto de Cine y Creación Audiovisual (ICCA), con 18 filmes estrenados en el año 2018, apenas un promedio de 135000 espectadores asistió a salas de cine nacionales en busca de producciones cinematográficas ecuatorianas.

área de distribución, permitiéndole extender su hegemonía a una escala global y ejercer un dominio total sobre este ramo particular de las industrias culturales. Al imponer su influjo ideológico en todos los rincones del mundo, la industria norteamericana ha provocado que los espectadores se vean habituados exclusivamente al tipo de cine que ésta ofrece, ocasionando que el público priorice el entretenimiento como gancho para atraer y retener a grandes multitudes. El espectador ecuatoriano promedio, al igual que el resto del público latinoamericano, se ha visto expuesto a dicho influjo desde muy temprano, provocando que esta clase de cine se erija como su principal referente al momento de escoger un filme cuando asiste a una sala comercial.

Por su parte, el cine nacional se ha caracterizado por ser predominantemente un cine de autor con filmes que procuran invitar a la reflexión y la identificación, temáticas que pueden resultar densas para una audiencia acostumbrada al cine meramente como un medio de entretenimiento. Tal inclinación de parte de los realizadores locales suele provocar que dichas películas, al ser exhibidas en festivales cinematográficos nacionales, cuenten con salas llenas. Si bien este hecho puede resultar paradójico, se debe tomar en consideración que los asistentes a estos festivales usualmente son personas que cuentan con un vasto capital cultural, circunstancia que suele instar a esta clase de público a ir en busca de propuestas cinematográficas alternas que ofrezcan perspectivas diferentes a las establecidas por el cine normativo.

Dichas diferencias entre el cine extranjero y el cine nacional han provocado que el espectador ecuatoriano se vea escindido en sus intereses con respecto a qué ver al momento de acudir a una sala comercial. La constante exposición al cine de otras latitudes ha provocado que se generen múltiples expectativas en la audiencia local que los filmes, independientemente de su género, deben cumplir, provocando así que se descarte cualquier tipo de cinematografía que no satisfaga los estándares inconscientemente delimitados. De este modo, la elección de entretenimiento cinematográfico por parte del público, se encuentra intrínsecamente ligada a un proceso de interpretación perceptiva que éste genera con respecto a los filmes que se ofrecen en cartelera. Dicha interpretación perceptiva se encuentra correlacionada directamente, en lo que respecta al espectador local, con una desconexión con los filmes nacionales, producto en cierta medida de la reincidencia de varios realizadores ecuatorianos en las mismas temáticas, así como de la carencia de campos de conexión ocasionada por las deficiencias generadas desde los espacios tanto teórico como operativo. Como consecuencia, los hábitos de consumo

cinematográfico se ven directamente influenciados por la interpretación perceptiva a partir de una construcción de perfiles de consumo, así como también por la generalización de estructuras culturales e ideológicas en las grandes industrias cinematográficas mundiales, impidiendo de tal manera un ejercicio más amplio por parte del público con respecto a las posibilidades de apreciar cine nacional.

Tal situación ha provocado que los cineastas ecuatorianos exploren otras alternativas cinematográficas en un intento por cautivar a la audiencia local. En la década reciente, se ha visto al documental como el componente fundamental para atraer al espectador ecuatoriano a las salas de cine, en gran medida debido al éxito que han logrado documentales como *Con mi corazón en Yambo* (Restrepo, 2011) y *La Muerte de Jaime Roldós* (Rivera y Sarmiento, 2013). Sin embargo, se suele pasar por alto el hecho de que los dos documentales mencionados abordan dos eventos cruciales de la historia ecuatoriana. Ambas propuestas representaron un suceso cinematográfico concreto y singular en la filmografía del país, debido al vínculo que sus temáticas lograron establecer con la audiencia, proporcionando al público el grado de filiación necesario para empatizar con las propuestas. Esto puede ser evidenciado fácilmente, si se observa que ningún otro documental nacional ha podido alcanzar las cifras de espectadores de los filmes previamente mencionados.²

Con las desigualdades sociales, económicas y culturales presentes en la sociedad guayaquileña y ecuatoriana en general, resulta difícil que gran parte de la ciudadanía opte por emplear parte de sus ingresos en espectáculos públicos como el cine, provocando que ésta acuda a otras modalidades de visionado para satisfacer sus necesidades de entretenimiento cinematográfico. Hoy, el visionado en sala es un privilegio de las clases media y alta de Guayaquil, así como de las demás grandes urbes del país, por lo que cabe cuestionarse si los filmes que los realizadores nacionales estrenan en salas comerciales anualmente serán capaces de obtener las cifras de asistencia lo suficientemente altas como para recuperar los montos invertidos y generar ganancias. Por ende, el presente estudio pretende caracterizar el tipo de espectador que es el ciudadano guayaquileño, a través de un acucioso sondeo de la interpretación perceptiva que genera el público local en general, y a su vez, tratar de discernir hasta qué punto dicha interpretación incide en sus hábitos de consumo de contenido cinematográfico, tanto local como foráneo.

² De acuerdo a información del archivo del Consejo Nacional de Cinematografía (CNCine), los filmes *Con mi corazón en Yambo* y *La Muerte de Jaime Roldós* alcanzaron cifras aproximadas de 150000 y 52000 asistentes respectivamente.

Formulación de problema

¿Cuáles son las características de interpretación perceptiva del espectador guayaquileño y sus hábitos de consumo de producciones cinematográficas ecuatorianas?

Sistematización de la investigación

- ¿Cuáles son los fundamentos conceptuales que relacionan a la interpretación perceptiva del espectador guayaquileño con los hábitos de consumo cinematográficos en relación a la producción nacional?
- ¿Cómo se determinan los métodos y técnicas en investigaciones que relacionan la interpretación perceptiva y los hábitos de consumo cinematográficos con el desarrollo de producción nacional?
- ¿Cómo se visualizan, en la actualidad, la interpretación perceptiva y los hábitos de consumo del espectador guayaquileño en relación a las producciones cinematográficas ecuatorianas?

Objetivos del proyecto

Objetivo general

Analizar la interpretación perceptiva del espectador guayaquileño y sus hábitos de consumo en relación a las producciones cinematográficas ecuatorianas.

Objetivos Específicos

- a) Fundamentar las escuelas conceptuales que relacionan a la interpretación perceptiva del espectador guayaquileño con los hábitos de consumo de producciones cinematográficas ecuatorianas.
- b) Determinar los métodos y técnicas más recurrentes en investigaciones que relacionan la interpretación perceptiva con los hábitos de consumo cinematográficos con el desarrollo de producción nacional.
- c) Diagnosticar el estado actual de los hábitos de consumo del espectador guayaquileño en relación a las producciones cinematográficas ecuatorianas.

Justificación

La importancia de un estudio sobre las preferencias de los espectadores locales radica en que, a fin de forjar una industria cinematográfica nacional, se requiere más que solo el aumento de la producción audiovisual. El forjamiento de una industria implica sondear las tendencias de los consumidores potenciales, para así tratar de predecir su comportamiento y la manera en que éste se relacionará con el producto en cuestión. Entender cómo interactúa el espectador guayaquileño con los filmes locales resulta esencial al tratarse de la ciudad más habitada y con mayor concentración de salas de cine a nivel nacional. Por ende, Guayaquil representa un segmento significativo del mercado para los realizadores ecuatorianos y sus esfuerzos artísticos, uno sin el cual la cantidad de público al que pueden llegar sus producciones se reduce, mermando además sus probabilidades de éxito comercial considerablemente.

La relevancia de este tipo de estudio radica en tratar de conocer las características inherentes del público, a fin de que se pueda conocer si existen diferencias relevantes en la interacción que el espectador guayaquileño tiene con el cine nacional en comparación a otras regiones del país. Indagar si estas características tienen su origen en diferencias sociales, económicas, culturales u otros factores permitiría profundizar en las razones subyacentes de los hábitos de consumo cinematográfico de los guayaquileños, así como de la interpretación perceptiva que los impulsa a favorecer un tipo específico de producción por encima de otra. Aunque se han llevado a cabo estudios similares en el pasado en el país, estos generalmente han sondeado las preferencias de consumo cinematográfico de los ecuatorianos, pero no han explorado las causas implícitas de dichas preferencias. Para la economía tradicional y otras disciplinas asociadas, es de suma importancia entender el comportamiento del consumidor en cualquier clase de producto que trate de comercializarse.

Representa una declaración de principios el asumir que un filme, aunque en principio una obra artística, al llegar a la etapa de distribución y exhibición, debe ser tratado como un producto cultural convencional, pues uno de sus varios objetivos es que éste sea exhibido en el mayor número de salas disponible y apreciado por la mayor cantidad de espectadores posible. Si bien esta investigación no valora a una obra cinematográfica solamente bajo uno de los preceptos clásicos-liberales de la Economía de la Cultura, la cual considera a un filme únicamente como una pieza mercantilista más que se debe a la estructura del capital, también considera que un filme debe además

cumplir con ciertos criterios que miren más allá de los cánones artísticos, estéticos y narrativos. De esa manera, no solo se incrementan las probabilidades de viabilidad económica de los proyectos audiovisuales, sino que además se vuelve posible competir con las propuestas extranjeras, de la misma manera que lo han logrado algunas otras filmografías del cono sur.

A fin de alcanzar este objetivo, es vital comprender el comportamiento del espectador local y sus preferencias al momento de asistir a una sala de cine. Si se profundiza en el origen de las tendencias que el espectador promedio sigue, resulta posible entender la causa del éxito o el fracaso de obras cinematográficas nacionales específicas, facilitando el reconocimiento de patrones de preferencias que puedan ser tomados en consideración por los cineastas antes de emprender un nuevo proyecto cinematográfico. Con estudios basados en información fidedigna, se pueden develar intereses de las audiencias que aún no han sido explorados en la filmografía nacional. La toma de decisiones fundamentada para invertir en nuevas propuestas cinematográficas mejora notablemente las probabilidades de éxito financiero, acrecentando así el mercado nacional. De igual manera, una mayor aceptación de parte del público local tiene el potencial de provocar que los mercados extranjeros se interesen en invertir en propuestas nacionales, observando que existe una demanda importante por las producciones ecuatorianas.

Debido a todas las razones expuestas, el presente estudio no puede limitarse a estudiar los hábitos de consumo del espectador local a fin de maximizar las cifras de asistencia a salas, pues la producción nacional se encuentra garantizada por el apoyo que recibe del Estado, sea que ésta genere ganancias o no. Es preciso entender a cabalidad las razones subyacentes de los hábitos de consumo, siendo la interpretación perceptiva que el espectador genera sobre el cine local con respecto al extranjero, un componente esencial en la comprensión del comportamiento del consumidor cinematográfico. El cine, como componente cultural, representa uno de los ejes vitales que permiten la transformación de una sociedad. Por ende, cuando la única producción cinematográfica a la que una sociedad se encuentra expuesta proviene del extranjero, a pesar de que se procure una constante creación de filmes autóctonos que reflejen a su gente e idiosincrasias, resulta imposible generar procesos permanentes para el fortalecimiento de una memoria e identidad propias, si estos no pueden ser apreciados por la audiencia para la que fue concebido originalmente.

Balance del estado del conocimiento

Se suele considerar a la intermitencia en la producción cinematográfica como la razón por la que el espectador local no ha desarrollado un hábito de consumir cine nacional. Sin embargo, a pesar del aumento de la producción en la última década, los resultados en taquilla para las producciones locales continúan siendo desfavorables, motivando a investigadores ecuatorianos a tratar de dilucidar las verdaderas razones de las bajas cifras de audiencia. Los bajos niveles de espectadores no son un problema exclusivo del Ecuador, por lo que varios investigadores de la región y del resto del mundo realizan continuamente estudios para tratar de comprender la interpretación perceptiva y los hábitos de consumo de obras cinematográficas. A continuación, se mencionan algunas obras de investigadores cuyos análisis recientes han examinado variables y unidades de observación similares a la del presente estudio.

En el trabajo final de grado *Análisis de las variables influyentes en el comportamiento del espectador de cine en España* (Universidad Politécnica de Valencia, julio 2018), el tesista Víctor Rubio Aurrecoechea presenta claramente a las producciones cinematográficas como productos culturales que, como cualquier otro, representan una fuerte inversión por parte de los empresarios y, por ende, un gran riesgo financiero. Rubio considera indispensable estudiar al consumidor para garantizar las probabilidades de éxito de los filmes que se producen en España. Esto lo llevó a considerar las emociones y atributos percibidos por el espectador en los filmes más exitosos que se estrenaron en salas de cine españolas en el año 2013. Sus resultados indican que el espectador español frecuente busca diversión como principal objetivo al momento de asistir a una sala de cine, venciendo por amplio margen a otro tipo de emociones y atributos. Cabe destacar que sus resultados además indican que el espectador español valora la construcción detallada de los personajes.

En el artículo *Características de consumo de los espectadores mexicanos en salas de cine comerciales* (*Mercado y Negocios*, enero-junio 2018), David Lozano Treviño hace hincapié en que, si bien las preferencias cinematográficas de los mexicanos se encuentran vinculadas a la clase socioeconómica a la que pertenecen y a su rango de edad, también resulta importante tomar en cuenta el factor de la *proximidad cultural*. Dicho factor provoca que las películas que se exhiben en salas de cine locales reflejen plenamente su estilo de vida y su cultura, factor que Lozano considera fundamental para retener la atención de las audiencias. Lozano correlaciona la sensación de empatía que el

espectador alcanza con los protagonistas de las producciones extranjeras, como una de las principales razones del éxito de éstas. El autor recomienda además a las compañías productoras mexicanas tomar en cuenta las necesidades de diversión, así como de reflexión y arte, del espectador mexicano habitual para afianzar la sensación de proximidad cultural.

En el libro *Audience effect: on the Collective cinema experience*, Julian Hanich ha investigado sobre el efecto que la colectividad tiene en la experiencia cinematográfica. El autor, en su obra, reconoce que no se ha investigado a profundidad en el pasado sobre los efectos que apreciar un filme en la compañía de un grupo numeroso de personas puede tener en el espectador. En su teoría, propone que, si bien la experiencia de ver una película puede sentirse como una individual, el proceso de inmersión que se genera cuando el público alcanza una identificación con los personajes y la trama, provoca que la masa de la audiencia se unifique y comparta colectivamente los efectos de la diégesis ofrecida por el filme. Para Hanich, la práctica de asistir a una sala oscura con un grupo de gente que no se conoce constituye una colusión por parte de la muchedumbre pues, aunque la poca visibilidad puede ofrecerle al espectador un cierto sentido de privacidad, éste en ningún momento pierde conciencia de que se encuentra acompañado. De esta manera, el investigador considera que se debe investigar acuciosamente sobre los efectos de la colectividad en la experiencia en sala, dado que las dimensiones sociales de sus efectos aún no han sido indagadas a cabalidad.

En la tesis de grado *Estudio de las películas ecuatorianas con más espectadores en el periodo 2010-2015 y su relación con el tipo de narrativa utilizada por sus directores, en la ciudad de Guayaquil* (Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, febrero 2017), Joham Mejía Arriaga considera al cine de autor como una de las grandes limitantes para atraer a los espectadores locales a las salas de cine. El tesista estima que este tipo de cine plantea la visión específica del director, lo cual impide a las audiencias identificarse con dichas obras, al ofrecerse productos audiovisuales para una demanda inexistente. Mejía considera el éxito del filme *Sexy Montañita* (Rivera, 2014) como evidencia de que los espectadores están en busca de algo diferente al momento de asistir a una sala comercial. Además, considera que la producción nacional debe seguir concentrada en contar ideas originales, pero recomienda que los productores y realizadores ecuatorianos deberían explorar nuevas temáticas y géneros para atraer a las audiencias locales.

Capítulo I. Revisión de Literatura

Antecedentes

El dominio del cine extranjero, particularmente del cine norteamericano, ha provocado que las audiencias alrededor del mundo se vean expuestas a imaginarios ajenos desde la segunda década del siglo XX, cuando la crisis desencadenada por la Primera Guerra Mundial ocasionó que Francia perdiera su rol como principal productor cinematográfico del mundo³. Las características de las producciones hollywoodenses les han permitido alcanzar una ventaja competitiva por encima de todas las demás industrias cinematográficas, llevando a muchos investigadores de diversos ramos a través de los años a analizar y cuestionar las razones subyacentes de tal hegemonía. En este apartado se han recopilado las opiniones de autores e investigadores que han indagado previamente sobre las inclinaciones cinematográficas de los espectadores, demostrando cómo los imaginarios planteados por las producciones extranjeras tienden a cautivar a las audiencias, así como el rol que las nuevas tendencias de consumo audiovisual desempeñan en los públicos y sus efectos en el visionado tradicional en sala.

El problema de las bajas cifras de recaudación de filmes nacionales por parte de los espectadores locales no es una situación que afecta exclusivamente al Ecuador. Varios de los países latinoamericanos, en los que ha sido posible alcanzar un desarrollo cinematográfico sostenible, enfrentan las mismas dificultades que el cine ecuatoriano con respecto a la preferencia del público por la filmografía extranjera. La filmografía latinoamericana, desde el punto de vista histórico, ha contado con características temáticas y de producción notablemente disímiles a las de las películas extranjeras que predominan en carteleras de la región.

Guillermo D'Abbraccio, comunicador social e investigador argentino, considera a varias de estas características intrínsecas del cine latinoamericano en general, y del colombiano en particular, como la causa de que los resultados en taquilla en la región no sean los deseados. Así lo explica en su artículo *La industria del cine en Colombia. Entre el optimismo ingenuo y el pesimismo crónico*:

Es urgente desmarcarse de la telenovelización del cine (...), es decir, de formas particulares de relatar y narrar nuestras realidades, para así asumir nuevas y atractivas historias en clave de lenguaje cinematográfico, con el fin

³ Édgar Soberón Torchia, ed., *Los cines de América Latina y el Caribe, Parte 1* (Artemisa: Ediciones EICTV, 2012), 16.

de capturar a un mayor mercado potencial de espectadores. Se trata, en suma, de ofertar miradas y producciones innovadoras, estéticamente sugestivas, con guiones mejor elaborados.⁴

Para D'Abbraccio, en términos generales, el cine colombiano ha mantenido ciertos paradigmas propios del medio televisivo, con producciones que poseen características melodramáticas de las telenovelas, aspecto que, en su opinión, obra en detrimento de la cinematografía nacional. De igual manera, increpa la inclinación de los realizadores por reflejar la realidad social del país y los aspectos negativos de la sociedad colombiana. D'Abbraccio considera la propuesta de nuevas perspectivas cinematográficas, desde la concepción hasta la producción, como el elemento fundamental para lograr que el público local se interese en su filmografía. Las características mencionadas también pueden ser observadas en las producciones nacionales, pues varias de ellas pretenden ofrecer al espectador un reflejo de la cultura y la sociedad ecuatoriana, usualmente a través de relatos melodramáticos.

Desde su introducción a finales del siglo XIX, a lo largo de las décadas el cine ha tenido que hacer frente a diferentes desafíos en la forma de nuevas modalidades de consumo audiovisual. En apariencia, el surgimiento de la televisión auguraba la desaparición de las salas de cine de tradicionales, pero fue posible generar mecanismos que permitieran la coexistencia de ambos medios.

Juan Francisco Hernández Pérez y Miguel Ángel Martínez Díaz, docentes e investigadores de la Universidad de Murcia, han indagado en sus estudios sobre los efectos que las modalidades de consumo digitales desarrolladas en el nuevo milenio tienen en los espectadores y la industria audiovisual en general. En su artículo *Nuevos modelos de consumo audiovisual: los efectos del binge-watching sobre los jóvenes universitarios*, los investigadores manifiestan:

(...) la innovación disruptiva que proponen las nuevas tecnologías (...) ha castigado la base del modelo de negocio de la industria audiovisual, que es la producción, distribución y promoción de contenidos. Este conflicto, que conlleva un tremendo impacto tanto en las empresas televisivas como cinematográficas, provoca, a su vez, una modificación radical en los hábitos

⁴ Guillermo D'Abbraccio, «La industria del cine en Colombia. Entre el optimismo ingenuo y el pesimismo crónico», *Revista Luciérnaga* N.º 14, (2015): 44, DOI: <http://orcid.org/0000-0002-3243-4650>.

de consumo de los espectadores (...) Esta situación, permite al público (...) el continuo descubrimiento de nuevo material (...) a través de Internet (...).⁵

En la opinión de Hernández y Martínez, las alternativas de consumo audiovisual digital nuevamente han modificado en gran medida la manera en que el público se acerca al cine y la televisión, tal como sucedió en el pasado con el surgimiento de modalidades de visionado precedentes. Las ventajas que ha proporcionado la digitalización de los contenidos audiovisuales permiten a los espectadores consumir filmes en cualquier lugar y momento, trastocando los paradigmas que la industria cinematográfica, y audiovisual en general, han seguido durante décadas. Con las nuevas tecnologías, los hábitos de consumo de los espectadores están evolucionando a un paso acelerado, provocando que el impacto que éstas tendrán sobre el visionado tradicional en el futuro no se pueda determinar aun con exactitud.

A pesar del influjo que las nuevas modalidades de consumo digital están ejerciendo sobre los espectadores, en especial los más jóvenes, la sala comercial continúa siendo una alternativa que atrae a públicos de toda clase de grupos socioeconómicos y demográficos. Las características que ofrece el visionado en sala aún no han podido ser replicadas por otras modalidades, ocasionando que se mantengan como el medio de consumo cinematográfico por excelencia.

Sin embargo, para el investigador colombiano Carlos Fernando Alvarado Duque, la sala posee un atractivo intangible que afecta y atrae al espectador sin que éste se percate de ello. En su artículo *Las mutaciones del espectador. El cine como estética de la multitud*, Alvarado afirma:

El cine clásico, por ejemplo, configura un espectador-modelo que fácilmente configuran las audiencias en sus procesos de alfabetización asistiendo cotidianamente a las salas de cine. Dicho espectador-modelo es, en teoría, una multitud. El gran esfuerzo de Hollywood es por configurar, desde la enunciación, un espectador que goza con la experiencia del ritual colectivo de la sala.⁶

⁵ Juan Francisco Hernández Pérez y Miguel Ángel Martínez Díaz, «Nuevos modelos de consumo audiovisual: los efectos del binge-watching sobre los jóvenes universitarios», *adComunica: Revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*, N. ° 13, (2016): 205. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2017.13.11>.

⁶ Carlos Alvarado Duque, «Las mutaciones del espectador. El cine como estética de la multitud», *Revista Comunicación*, No. 28 (2011): 68. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/comunicacion/article/view/1198/1238>

Para Alvarado, la experiencia en sala permite al espectador alcanzar una identificación colectiva involuntaria. Esta experiencia grupal, en la visión del investigador, tiene la capacidad de alterar la percepción del público durante la duración del filme. Como consecuencia, el cine hollywoodense busca perpetuar esta sensación colectiva en sus producciones, incluyendo acciones y figuras heroicas que estimulan profundamente sus imaginarios, generándose así los campos de conexión necesarios para que la audiencia se identifique.

María Emilia García, docente universitaria e investigadora ecuatoriana, ha realizado estudios sobre el perfil del espectador local. En su publicación *Estudio del comportamiento del mercado cinematográfico ecuatoriano en el año 2012 y de la injerencia de los planes de negocios para la generación de ganancias*, señala a la dependencia del cine hacia el Estado como un perjuicio para la cinematografía nacional:

Al no representar el cine nacional un negocio rentable, se vuelve difícil atraer inversión privada para su financiamiento, lo cual lo mantiene en un estado de dependencia del apoyo gubernamental para su desarrollo. Esto es una realidad negativa ya que limita el número de producciones realizadas por año, a las que alcanzan a obtener un financiamiento gubernamental.⁷

Aunque optar por fondos estatales no reembolsables como medio de financiamiento es válido, al no existir una imperante motivación en directores y productores en procurar que sus películas sean rentables, a través de un análisis cuidadoso de las estrategias de producción de los filmes, las probabilidades de que estos resulten comercialmente viables se reducen significativamente. Bajo tales condiciones, atraer la atención de la inversión privada, sea ésta nacional o foránea, se dificulta considerablemente, pues ningún empresario está dispuesto a invertir en proyectos que no ofrecen alguna garantía de retorno, complicando a su vez la colocación de las producciones en los mercados extranjeros. García sugiere además que la causa para el fracaso económico de las producciones ecuatorianas se debe a que los productores no consideran los comportamientos del espectador en sus decisiones. Para la investigadora, realizar nuevos proyectos cinematográficos locales sin antes basarse en proyecciones de resultados de audiencia de años anteriores, no solo perjudica a los productores y realizadores nacionales, sino a la comunidad cinematográfica en general.

⁷ García, María Emilia. «Estudio del comportamiento del mercado cinematográfico ecuatoriano en el año 2012 y de la injerencia de los planes de negocios para la generación de ganancias». Artículo. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, 2015. Revista Fotocinema (E-ISSN: 2172-0150).

Referentes

La presente investigación considera estudios y análisis de diversos autores cuyos trabajos pretenden comprender el comportamiento del espectador desde diferentes perspectivas, obras que además reflexionan sobre las medidas que sus respectivas industrias han implementado para tratar de fomentar el interés del público por las producciones cinematográficas locales.

Nikki J.Y. Lee, autora e investigadora de origen coreano, ha realizado estudios que han analizado el crecimiento del cine surcoreano en los últimos veinte años, además de cómo éste se encuentra directamente relacionado con la configuración social que la industria cinematográfica nacional ha abordado en sus producciones, a fin de captar el interés del espectador local. Sus análisis develan que el éxito que ha alcanzado la cinematografía surcoreana en las últimas dos décadas se basa en crear filmes con el atractivo de las grandes producciones de Hollywood, pero cuyo discurso social se encuentra fundamentado en valores nacionalistas. Su obra ha estudiado los fenómenos culturales y económicos que se han generado en Corea del Sur a través de las filmografías de diversos directores nacionales, quienes han elegido géneros tan diversos como la acción, ciencia ficción, terror y comedia para visibilizar las problemáticas más comunes de la sociedad coreana contemporánea.

Marina Moguillansky, Doctora en Ciencias Sociales argentina, autora de varias publicaciones editoriales y artículos científicos, ha analizado los hábitos de consumo del espectador argentino desde el punto de vista sociológico en varios de sus estudios. En sus artículos científicos ha estudiado cómo los cambios en el panorama cinematográfico argentino en las últimas dos décadas, desde ámbitos críticos como la distribución y la exhibición, han alterado la interacción que el espectador local genera con los filmes nacionales y extranjeros. Moguillansky también ha dedicado parte de sus investigaciones a analizar el impacto que los nuevos medios de visionado han generado en las preferencias de consumos culturales de la sociedad argentina actual, demostrando cómo dicho consumo se encuentra intrínsecamente ligado al contexto cultural en que los espectadores se hayan desarrollado.

Juan León Rivera-Betancur, investigador y docente colombiano, ha escrito publicaciones científicas y varios libros que hablan sobre el desarrollo histórico del cine en su país, así como el influjo que ejerce el cine extranjero en los espectadores locales. Su obra ha buscado explorar cómo factores como el gusto se imponen antes que la calidad

en las preferencias del público colombiano. El investigador, en sus estudios, ha pretendido además matizar los aspectos más importantes que el espectador local favorece al momento de asistir a una sala de cine comercial. De igual manera, su obra ha intentado reconciliar al cine colombiano pasado con el actual, por medio de un profundo análisis de los cambios que políticas públicas recientes han originado en el escenario cinematográfico colombiano actual.

Guillaume Erner, catedrático y autor francés, ha analizado las tendencias de consumos culturales desde una perspectiva sociológica, permitiéndole caracterizar a las personas a través de las tendencias que procuran seguir. Erner, en varias de sus publicaciones, explica cómo el ser humano se ve proyectado a sí mismo en la muchedumbre y cómo ésta puede incidir de manera drástica, voluntaria en involuntariamente, en su comportamiento y en las decisiones que toma. El autor procura develar las diversas y complejas estructuras que se erigen en una sociedad, provocando que las personas conjuntamente deseen consumir las mismas cosas en un momento determinado de la historia. Si bien la obra del autor no hace un énfasis particular en su obra con respecto al cine, sus reflexiones sobre cómo el individuo es un ser gregario que depende del colectivo y cómo su instinto inconscientemente lo incita a modificar su proceder en determinadas situaciones, permitieron profundizar en la interpretación perceptiva y hábitos de consumo de los espectadores guayaquileños.

José Aguaded y Ramón Correa, docentes investigadores de la Universidad de Huelva, han trabajado en conjunto en varios estudios que han analizado los intereses de las audiencias desde un punto de vista antropológico, así como la naturaleza de la imagen y el efecto que ésta puede tener en el espectador. En su obra, los autores explican cómo la industria cinematográfica hegemónica, al contar con una potestad total de los símbolos, ejerce un control sobre el significado que estos procuran difundir. Marcando profundos sesgos ideológicos en el espectador, se logra hacer sentir a éste lo ajeno como propio, modelando su identidad a su conveniencia, logrando que considere a la producción hollywoodense como la primera y única alternativa de consumo cinematográfico. Así mismo, los investigadores han considerado en sus estudios los diferentes aspectos de la representación que se ven reflejados en gran parte del cine contemporáneo, los cuales perpetúan estereotipos negativos que atentan contra la diversidad del otro y son ideológicamente anacrónicos en la sociedad moderna.

Marco teórico

Cine como proyecto creativo sustentable

A partir del siglo XIX, Estados Unidos ingresa en el proceso de industrialización y, como tal, su gobierno no tarda en notar el potencial que el cine puede tener como una industria idónea para generar cuantiosas ganancias. Al convertir al cine en una industria, y por ende en un negocio, entran en juego factores económicos como la oferta y demanda que conllevan inherentemente a una situación de competencia, en la que usualmente el vendedor que posee el producto con los atributos más atractivos para el consumidor suele ser el triunfador. Hollywood, con su poderío económico y financiero, ha sido capaz de realizar filmes de gran envergadura cuyos valores de producción han sido difícilmente emulados por industrias cinematográficas de otras latitudes.

Un ejemplo incipiente digno de mencionar es *El nacimiento de una nación* (Griffith, 1915), filme que, con sus espectaculares batallas y altos valores de producción para la época, demuestra la capacidad de los norteamericanos de convertir al cine en un nuevo tipo de espectáculo. La alta factura de sus producciones permite a Hollywood conquistar el mercado cinematográfico desde la segunda década del siglo XX, provocando que a partir de su temprana penetración en los mercados extranjeros las audiencias prefieran el cine que éste ofrece.

Esto es el resultado de su amplia ventaja que le otorga su condición de país del primer mundo, como afirma Alejandro Artopoulos en su obra *La sociedad de las cuatro pantallas*:

Las enormes inversiones de partida que supone una producción mínimamente aceptable son tan altas que solo una pequeña porción de empresas tienen la capacidad para emitir en esas condiciones (...) Ese peso industrial hace que se haya desarrollado con grandes inversiones en países o regiones que contaban con el capital suficiente como para llevar adelante la empresa, situación de partida que se fue ampliando por regiones más periféricas a medida que las herramientas para su producción se fueron difundiendo.⁸

La capacidad de Hollywood de realizar las grandes inversiones que Artopoulos menciona representa solo un aspecto de la ventaja competitiva que posee sobre los demás mercados. La industria se maneja como cualquier otra en el sentido de que debe satisfacer

⁸ Alejandro Artopoulos, ed., *La sociedad de las cuatro pantallas. Una mirada latinoamericana* (Barcelona: Editorial Ariel, 2011), edición en PDF, pág. 10.

una demanda ya establecida, y por ende debe producir sin detenerse. Su mercado potencial supera los 300 millones de habitantes, quienes además cuentan con una capacidad adquisitiva superior a la de la gran mayoría de países. Tales características le permiten producir en masa, logrando que los costos de producción por cada filme subsecuente se abaraten, garantizándose así la rentabilidad de la industria. Dicho proceso representa lo que se conoce como la economía de escalas⁹, asegurada no solo por la demanda del público estadounidense, sino también por la del extranjero.

El cine latinoamericano no cuenta con los recursos para realizar filmes comparables a los de la industria norteamericana, por lo que su producción se caracteriza por ser de bajo presupuesto. A pesar de existir excepciones, como son los casos de Argentina y México, el modelo industrial cinematográfico resulta esquivo para la gran mayoría de países de la región. Si bien las herramientas del oficio actualmente se encuentran difundidas a lo largo de toda la región, las limitaciones económicas impiden que se puedan replicar los modos de producción del mercado hegemónico, siendo estos últimos el elemento esencial para alcanzar una sostenibilidad.

Tales circunstancias han requerido la implementación de medidas intervencionistas, como señala Guillermo Mastrini en su obra *Industria cinematográfica latinoamericana: políticas públicas y su impacto en un mercado digital*:

El Estado, en sus múltiples niveles, constituye un factor fundamental para el desarrollo de la cultura. Esto es particularmente cierto en una región como Latinoamérica, donde los mercados culturales son particularmente débiles debido a que no suelen alcanzar las economías de escalas rentables y la mala distribución de la riqueza margina a millares de personas [...]¹⁰

Las políticas públicas que fomentan las iniciativas cinematográficas locales resultan ser de vital importancia para la región latinoamericana dado que, sin éstas, muy pocos países pueden alcanzar un nivel mínimo de producción ante las condiciones de mercado impuestas por la industria dominante. De igual manera, la inequidad económica y social contribuye a que el consumo cultural entre los habitantes de un país sea dispar, permitiendo que solo las personas que gozan de un holgado acceso a recursos económicos, y por ende a mejores condiciones de vida, puedan considerar al cine entre

⁹ El *Diccionario Enciclopédico Salvat* define a la *economía de escalas* como la ganancia en producto o en costes, o en ambas cosas, a causa de un aumento del tamaño de la planta, de la empresa o del sector.

¹⁰ Marta Fuertes y Guillermo Mastrini, ed., *Industria cinematográfica latinoamericana: políticas públicas y su impacto en un mercado digital* (Buenos Aires: La Crujia, 2014), 19.

sus opciones de actividades recreativas. Ante tales circunstancias, la instauración de una industria fílmica local se dificulta considerablemente, pues no existen las condiciones para alcanzar una sostenibilidad en el mercado. Sin una demanda constante, debido a las limitaciones económicas de los consumidores potenciales, la producción local se encuentra circunscrita a los patrocinios que recibe por parte del Estado, limitando así el número de filmes que se realizan anualmente.

A pesar de que en la actualidad se cuenta con los estímulos que reciben los realizadores locales por parte del Estado para potenciar su producción, la competencia por las audiencias continúa siendo uno de los mayores obstáculos por superar. Si bien largas franjas poblacionales del país se encuentran excluidas de asistir a una sala de cine en busca de entretenimiento, las que sí cuentan con las condiciones para hacerlo, suelen elegir las propuestas extranjeras como su primera opción.

Esta situación no se encuentra supeditada meramente a las leyes de la oferta y demanda, sino a múltiples estrategias que la industria hollywoodense ha implementado en los mercados extranjeros, como explica Diego Rossi en su artículo *Países de Unasur: exhibición y nuevas pantallas de cine para una producción creciente*:

El fortalecimiento de posiciones dominantes dentro del mercado (...), en el marco de una creciente economía de escala, resuelve a los mayores jugadores del sector no sólo la reserva de pantallas para estrenos simultáneos (mayor poder relativo de mercado), sino la posibilidad de optimizar las inversiones de marketing.(...) Esta limitación estructural del mercado exhibidor marca calendarios prefijados (vacaciones de invierno, estrenos programados por género o por película), que bloquean a terceros distribuidores, las mejores fechas y pantallas.¹¹

De esta manera, la industria norteamericana asegura la saturación de los complejos multisalas con sus filmes pues, al acaparar los medios de exhibición, afianza su derecho a decidir las mejores franjas horarias y las mejores temporadas del año, anulando de esta manera a cualquier competidor y reduciendo las oportunidades de las producciones locales de otros países. Asegurando de esta manera el monopolio en la exhibición, los espectadores tienen menos oportunidades de asistir a una función de filmes locales en una sala comercial, pues el propósito de la industria hollywoodense es hacer que su producto

¹¹ Diego Rossi, «Países de Unasur: exhibición y nuevas pantallas de cine para una producción creciente», *Chasqui* N. ° 132, agosto - noviembre (2016): 133.

se convierta en la primera y única alternativa de los espectadores en todos los mercados extranjeros que ha penetrado.

Los resultados de taquilla obtenidos por la mayoría de filmes ecuatorianos en la última década, evidencian que las bajas cifras de asistencia a películas locales en salas comerciales no se deben solamente a la escasa e intermitente producción por la cual se ha caracterizado el cine nacional a lo largo de su historia, pues ésta se ha visto multiplicada considerablemente desde el año 2007. Por ende, a pesar de que los fondos económicos otorgados por el Estado permiten en la actualidad a los realizadores nacionales llevar a cabo sus producciones, se requiere de la implementación de medidas adicionales que contribuyan a fomentar el interés por el cine nacional.

La investigadora argentina Stella Puente, en su libro *Industrias Culturales y políticas de Estado*, enfatiza la importancia de políticas adicionales que asistan a la producción nacional en áreas diferentes al financiamiento:

Los hechos demuestran que de no mediar una intervención contundente por parte del Estado en pos de equilibrar el mercado, la supervivencia de la industria cinematográfica local –y la regional e iberoamericana, como la europea o cualquier otra industria continental– corre peligro ante el expansionismo feroz de Hollywood, que deja escaso o casi ningún margen para la circulación de producciones que no sean las suyas.¹²

Para Puente, la sostenibilidad del cine latinoamericano depende de la generación de mecanismos efectivos que permitan contrarrestar o, en su defecto, aminorar el dominio de la competencia extranjera, para así lograr una participación más equitativa en el sector. La consolidación de un mercado cinematográfico nacional en el que el cine local llegue a convertirse en un rubro significativo, no depende únicamente de que la producción se incremente, sino también de la implementación de estudios que permitan conocer a fondo el comportamiento del mercado y sus consumidores a fin de comprender sus gustos, así como sus necesidades culturales.

Producción cinematográfica en la Economía de la Cultura

En el Ecuador, el desarrollo de la cinematografía nacional durante varias décadas ha sido el producto de esfuerzos privados e independientes. Esto ha causado que, a diferencia de otros países latinoamericanos como Brasil, México o Argentina, el Ecuador

¹² Stella Puente, *Industrias Culturales y políticas de Estado* (Buenos Aires: Prometeo Libros, 2007), 16.

atraviase por periodos prolongados de completa inactividad fílmica, provocando así que la única alternativa a la que el espectador habitual puede recurrir es la oferta del cine extranjero.

Este panorama evoluciona significativamente a finales de la década pasada, de acuerdo a José Antonio Figueroa en su artículo *Las debilidades de la industria cultural del Ecuador y del Quito Moderno*:

Hay que decir que solo en los últimos años se ha incorporado al debate nacional el concepto de industrias culturales y solo en el gobierno de Rafael Correa se ha empezado a articular la economía con la cultura, como resultado de la línea decididamente desarrollista adoptada por el gobierno. A partir de la promulgación de la nueva Constitución, se diseñó un Plan Nacional de Desarrollo, que luego adoptaría el nombre de Plan Nacional del Buen Vivir, en el que se contempla la consolidación de las industrias culturales.¹³

Hasta hace años recientes no existían políticas que fomentaran el desarrollo artístico en cualquiera de sus ramos, por lo que se carecía de un ámbito en el que se incentivara la profesionalización de los artistas nacionales. Actualmente, entre los quehaceres culturales que se han visto impulsados con las nuevas iniciativas políticas se encuentra el cine, propiciando que éste pase de ser una actividad eventual a contar con una producción continua, pues se llega a comprender que, con el amparo económico a las actividades artísticas por parte del Estado, se puede alcanzar un crecimiento tanto cultural como económico. Con los cambios en la matriz productiva dispuestos por el régimen anterior, se evidencia el rol preponderante que las industrias culturales pueden desempeñar en una economía global.

Las industrias culturales pueden definirse como “industrias que combinan la creación, producción y comercialización de contenidos culturales y/o artísticos”¹⁴. En este sentido, se puede decir que las industrias culturales procuran la creación de bienes cuyo valor económico se encuentra intrínsecamente ligado a su valor artístico. Sin embargo, conceptos como éste pueden resultar problemáticos en el ámbito del cine, puesto que en muchas ocasiones obras cinematográficas que se destacan por contar con notables cualidades artísticas generan un bajo rendimiento económico; mientras que, en otras

¹³ José Antonio Figueroa, «Las debilidades de la industria cultural del Ecuador y del Quito Moderno», *Temas* N. ° 85-86, enero - junio (2016): 50.

¹⁴ Osorio, Arturo. «Industria Culturales: Definiciones, valor y caracterización». Rutgers, The State University of New Jersey, 2017. ResearchGate (318827291).

ocasiones, producciones con mínimos estándares de calidad logran convertirse en éxitos de taquilla. Particularidades como éstas revelan las complejidades de las industrias culturales, y de la Economía de la Cultura en general, pues en ésta existen posturas enfrentadas: una que defiende la idea de que el cine es un bien más que debe ser movilizadado como cualquier otro en la estructura del capital; mientras la otra, critica el hecho de que una obra cinematográfica sea vista solamente como una mercancía más del sector productivo.

Si bien ninguno de los dos extremos resulta conveniente para el desarrollo eficiente de una industria cultural nacional, Ramón Zallo en su artículo *La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio*, manifiesta que la primera postura genera problemas para alcanzar el desarrollo de una cinematografía local que cumpla con todos los objetivos propuestos:

Que el motor de las industrias culturales sea la rentabilidad, tiene efectos importantes en la producción cultural. Los grandes grupos se centran en ellas y en pocos títulos (fast-sellers), de alto coste, con un importante recurso al caro *star system*, muy promocionados y con previos y exhaustivos estudios de mercado. El resultado es una aceleración de la difusión, una relativamente breve vida comercial, la estandarización de la producción y de los formatos y una tendencia a una cultura clónica.¹⁵

Para Zallo, la mera búsqueda de ganancias en una Economía de la Cultura, en el caso particular del ramo cinematográfico, genera problemas en un largo plazo, pues el éxito de cierto tipo de películas provoca que la industria en general trate de replicarlos, tornándose en proyectos basados en fórmulas, que garantizan una rentabilidad fácil y rápida de conseguir. Así, una obra fílmica se vuelve un producto enteramente sujeto a las leyes del mercado, con todas las consideraciones que esto conlleva. Antes estas circunstancias, se desvirtúa el propósito de las industrias culturales, pues éstas tienen como objetivo fundamental procurar la generación de productos artísticos que puedan satisfacer las necesidades culturales de la sociedad en general mientras que, al mismo tiempo, sean capaces de contribuir de manera significativa como un rubro económico, de la misma manera que ha resultado posible lograr en varios otros países.

¹⁵ Ramón Zallo, «La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio». *ZER - Revista de Estudios de Comunicación*, Vol. 12, Núm. 22 (2007): 215-234, <https://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/3682/3314>.

Sin embargo, son las propias características de una obra cinematográfica las que la vuelven susceptible de ser vista como una mercancía. El cine, al igual que la música, se caracteriza por tratarse de obras con motivaciones artísticas que pueden ser reproducibles, a diferencia de la pintura, de cuya unicidad radica tanto su valor artístico como comercial. Los montos de inversión para la producción cinematográfica suelen ser elevados a diferencia de otras prácticas culturales, lo que conlleva un riesgo mayor y, por ende, una mayor presión para que las obras cinematográficas generen resultados económicos positivos. Esto ha conllevado a la continua discusión sobre cuál debe ser la dirección que los proyectos cinematográficos nacionales, en vistas del rendimiento registrado año tras año en la taquilla nacional: La primera, que cuestiona si el cine debe ser utilizado con un fin meramente instrumental en la consecución de fines económicos; y la segunda, que considera que el cine debe permanecer como propuestas de alto vuelo estético que carecen de un valor comercial.

En el artículo *El proyecto político de cambio de la matriz productiva y la adscripción a éste del campo artístico mediante el desarrollo de industrias culturales*, el investigador Santiago Campos se manifiesta al respecto:

Si existe una pretensión de desarrollo de industrias culturales, es necesario reconocer la necesidad de un conjunto de medidas económicas que resguarden la producción local, y promuevan el consumo interno, pues el sector no puede pretender una ampliación internacional sin una demanda interna que le respalde.¹⁶

Sin haber contado con un acervo fílmico al cual acudir con fines culturales o de mero entretenimiento durante décadas, el espectador ecuatoriano no ha contado con otra opción que ir en busca de las propuestas cinematográficas extranjeras, ya sean éstas norteamericanas, mexicanas o de cualquier otro origen. Por ende, para Campos primero resulta indispensable procurar que la demanda se fortalezca internamente a fin de garantizar la sostenibilidad de una industria cinematográfica local. Además de facilitar fondos económicos a realizadores y productores, se requiere de programas que fomenten la formación de públicos que permitan al espectador local apreciar, desde un punto de vista crítico, los diversos enfoques que existen en el ámbito cinematográfico, tanto para el cine local como para el extranjero.

¹⁶ Santiago J. Campos, «El proyecto político de cambio de la matriz productiva y la adscripción a éste del campo artístico mediante el desarrollo de industrias culturales», *Index, revista de Arte Contemporáneo* Núm. 2 (2016): 110.

Interpretación perceptiva del espectador

El cine, como expresión artística, puede ser apreciado desde diferentes perspectivas estéticas. El sesgo que suele surgir entre lo que tradicionalmente suele ser considerado cine artístico y cine comercial, en muchas ocasiones, resulta difícil de definir con claridad, pues pueden existir propuestas fílmicas con un alto valor comercial que además cuenten con un vasto despliegue estético y cultural. Sin embargo, a pesar de que una obra cinematográfica cuente con dichas cualidades, la asistencia del público a las salas de cine de ningún modo se encuentra garantizada en ninguno de los casos previamente señalados.

En *El sentido social del gusto: Elementos para una sociología de la cultura*, Pierre Bourdieu menciona que el espectador de cine forma parte de un colectivo cuyas preferencias específicas dependen de factores externos:

[...] la observación científica muestra que las necesidades culturales son producto de la educación: la investigación establece que todas las prácticas culturales (frecuentación de museos, conciertos, exposiciones, lectura, etc.) y las preferencias correspondientes (escritores, pintores o músicos preferidos, por ejemplo) están estrechamente ligadas al nivel de instrucción (evaluado según el título escolar o el número de años de estudios) y, en segundo lugar, al origen social.¹⁷

Para Bourdieu, el consumo cultural se encuentra intrínsecamente ligado al capital cultural que posea cada individuo, así como al nivel social que éste ocupe en la sociedad. En el contexto latinoamericano, esta aseveración resulta particularmente oportuna, puesto que la gran mayoría de países que conforman la región se encuentran en vías de desarrollo, provocando que el consumo cinematográfico se vea limitado a las franjas de audiencia que cuentan con las condiciones socioeconómicas para acceder a los complejos multisalas. De igual manera, el capital cultural de cada espectador puede incidir significativamente en su elección de entretenimiento cinematográfico, dado que mientras más elevado sea el nivel de educación con el que cuente cada espectador, éste procurará consumir propuestas fílmicas que considere posean un valor cultural y estético superior a las usualmente exhibidas en salas comerciales. Dichas diferencias, tanto socioeconómicas

¹⁷ Pierre Bourdieu, *El sentido social del gusto: Elementos para una sociología de la cultura*. (Siglo Veintiuno Editores, 2010), 231.

como culturales, provocan que el público perciba al cine de diversas maneras, ocasionando que surjan diferentes tipos de espectadores.

Sin embargo, al citar la postura de Bordieu con respecto al capital cultural, no se pretende ofrecer una visión reduccionista de que solo los espectadores que lo poseen son capaces de disfrutar filmes que se mantienen fuera de las normas impuestas por la industria hollywoodense, ni mucho menos se pretende inferir que el consumo cinematográfico en el que incurren las personas con profundos conocimientos culturales es exclusivamente artístico.

En su obra *Apocalípticos e Integrados*, Umberto Eco explica que los consumos culturales de toda clase, pueden influir en las personas de diversas maneras:

(...) entre el consumidor de poesía de Pound y el consumidor de novela policíaca, no existe, por derecho, diferencia alguna de clase social o nivel intelectual. Cada uno de nosotros puede ser lo uno o lo otro en distintos momentos, en el primer caso buscando una excitación de tipo altamente especializado, en el otro una forma de distracción capaz de contener una categoría de valores específica.¹⁸

En la visión de Eco, los hábitos de consumo cultural no deben verse circunscritos a factores externos como la educación o el nivel socioeconómico. Para el autor, toda persona es capaz de apreciar la belleza constitutiva de una obra artística, independientemente de si ésta es considerada arte popular o arte de alto vuelo estético. Por ende, si bien los conocimientos y la educación pueden influir significativamente en el consumo cultural de las personas que los poseen, tal situación no implica que un espectador cinematográfico que cuenta con una instrucción artística profesional no asista a una sala comercial a disfrutar los más recientes estrenos de Hollywood. Así mismo, el hecho de que una persona pertenezca a una clase social desfavorecida y no haya podido contar con los beneficios de una educación superior, no significa que no pueda disfrutar de un filme nacional que refleja las realidades de la sociedad.

El espectador latinoamericano promedio, independientemente de su capital cultural o del nivel socioeconómico al que pertenezca, se ha visto expuesto a las producciones estadounidenses desde la niñez, por lo que éste constituye su referente principal al momento de escoger alternativas cinematográficas. Hollywood ha logrado

¹⁸ Umberto Eco, *Apocalípticos e Integrados* (Editorial Lumen, 2013), 84.

convertirse en el pináculo de la industria global a través de producciones en las que prevalece el entretenimiento a través de la hábil construcción de un entramado visual.

En el artículo *El cine como golosina. Reflexiones sobre el consumo de cine en los jóvenes*, el investigador Juan León Rivera-Betancur enfatiza la habilidad con la que la industria norteamericana captura a los públicos:

La permanente exposición a las imágenes genera en los espectadores un doble proceso de saturación y acostumbramiento. La saturación impide la focalización, y genera un proceso de cansancio visual y dispersión que va en la vía contraria a la concentración y a la percepción, y el acostumbramiento es parte de la rutinización del espectáculo de la imagen, que se ha instalado cómodamente en nuestros hogares desde la época de la supremacía de la televisión hasta nuestros días con el advenimiento del imperio de las pantallas personalizadas.¹⁹

Con esta continua saturación a la que se ven expuestas las audiencias latinoamericanas, se crea un hábito que se arraiga profundamente en el espectador, provocando que lo exija en cada una de las producciones que asiste a ver a una sala de cine. El congestionamiento visual al que Hollywood termina habituando a los espectadores, con eventos fantásticos y efectos especiales que vuelven posibles las situaciones más inverosímiles, fija en estos la idea de que el cine debe ser visto únicamente como un medio de escapismo. De esta manera, la audiencia latinoamericana en general se ve afectada a través de un proceso transcultural, en el que empiezan a asimilarse valores ajenos y a sentirse como propios.

El conjunto de espectadores que asiste a una sala comercial a disfrutar películas de Hollywood puede consistir de muchas clases de audiencias. Dicho conjunto puede estar compuesto por un público que disfruta el cine como una actividad recreativa ocasional o por un público que tienen por costumbre asistir con regularidad a los complejos multisalas. En la convergencia de estos públicos usualmente se sitúa alguna producción norteamericana que cuenta con la espectacularidad y las emociones previamente mencionadas, además de una amplia cobertura mediática que resulta imposible de ignorar. Es en este tipo de “filme-evento” que se puede observar inequívocamente la hegemonía de la industria norteamericana, pues logran atraer a las

¹⁹ Rivera-Betancur, Jerónimo. «El cine como golosina. Reflexiones sobre el consumo de cine en los jóvenes». Artículo. Universidad de la Sabana, 2008. Redalyc (64911210).

audiencias en general independientemente de sus inclinaciones fílmicas. Esto resulta posible a través de la implementación de artificios narrativos usados previamente por la literatura o el teatro, pero perfeccionados luego por el cine, permitiendo a los asistentes satisfacer sus necesidades de entretenimiento, así como otras necesidades más profundas y complejas.

En el artículo *Imagen y construcción de las audiencias: El significado del significado*, los autores resaltan estas necesidades complejas por las que la industria cinematográfica norteamericana se destaca en lograr satisfacer a la perfección:

El cine, y en general, los medios de masas audiovisuales se ofrecen (...) como una oportunidad para que se puedan vivenciar contenidos emocionales reprimidos o insatisfechos. Permiten el doble movimiento centrífugo y centrípeto que se inauguró en la infancia. Nos permiten asimilarnos con un personaje que experimentamos como placentero y (...) transferir hacia otro unas pulsiones o sentimientos negativos que rechazamos en nosotros mismos (es la mecánica argumental simple y maniquea de ‘héroes’ y ‘villanos’).²⁰

La observación de Aguaded y Correa comenta sobre la habilidad que la industria hegemónica ha forjado para producir en el espectador un estado vivencial que no puede ser replicado por ningún otro tipo de espectáculo desde su inepción. Sin embargo, esta observación resulta notablemente prevalente hoy en día, dado que la cartelera nacional se encuentra acaparada por títulos de superhéroes y de acción, filmes que han desgastado la mecánica argumental mencionada por los autores. Propuestas cinematográficas como éstas refuerzan la noción del cine como entretenimiento escapista, y aunque esta orientación no sea necesariamente negativa, sí limita de manera considerable las opciones del público al momento de asistir a un complejo multisalas, ocasionando que esta clase de filmes se conviertan en su primera opción, dejando de lado propuestas extranjeras o locales que carecen de estas características.

Si bien las propuestas de cine-espectáculo que ofrece la industria norteamericana no presentan un contenido que pueda satisfacer las necesidades culturales del público, debido a sus contenidos basados en fórmulas continuamente recicladas, resulta incuestionable que se trata de un cine que logra llegar a las audiencias más diversas debido

²⁰ Aguaded, José Ignacio y Ramón Ignacio Correa. «Imagen y construcción de las audiencias: El significado del significado». Artículo. Universidad de Huelva, 2004. ResearchGate (324151682).

al grado de compenetración que el espectador alcanza con los personajes o las historias presentadas.

En el artículo *Tras los pasos del cine en Ecuador: la producción nacional y políticas de apoyo*, Loaiza y Gil destacan a la ausencia de estas características en el cine local como su principal desventaja:

Los campos de conexión con el espectador son los que crean el sentido de identificación y filiación, sea un personaje, una historia o un hecho. Una de las problemáticas del ficcional ecuatoriano es que, en algunos casos, no existen elementos que permitan esa conexión. Es difícil que un espectador que vaya a una película, la recomiende o la vea otra vez si ésta no conecta con él. Si no se identifica, no la comprenderá y por ende no la recomendará.²¹

El cine ecuatoriano de ficción tradicionalmente ha producido historias que se desenvuelven en el escenario social nacional, esperando que los espectadores alcancen un grado de identificación. En éstas se suele ilustrar las idiosincrasias de la sociedad ecuatoriana en sus diferentes estratos sociales y económicos. Aunque estas propuestas pueden atraer a un público que haya desarrollado el hábito de consumir películas locales, resultará difícil que se establezcan los deseados campos de conexión con el resto de la audiencia. Esta situación se exagera al considerar que se trata de una audiencia que se encuentra habituada a consumir únicamente las producciones de la industria cinematográfica norteamericana, provocando que ésta solo sea capaz de reconocer los campos de conexión que estas producciones suelen ofrecer.

Hábitos de consumo del espectador

A pesar de que el cine constituye una de las expresiones artísticas más representativas, en la actualidad éste se ve sujeto a las leyes del mercado pues, además de ser una expresión cultural como la pintura o la literatura, también representa un bien que puede llegar a rendir un alto valor financiero, convirtiéndose así en un sector potencialmente significativo para la economía de una sociedad. Desde esa perspectiva, el cine debe funcionar en base a los mecanismos de la industria, la cual se encarga de producir en masa aquellos bienes que garantizan la mayor rentabilidad posible. Como tal, la industria cinematográfica predominante se ha encargado de producir filmes que

²¹ Loaiza, Violeta y Emiliano Gil. «Tras los pasos del cine en Ecuador: la producción nacional y políticas de apoyo». Artículo. Universidad de los Hemisferios, 2015. ResearchGate (297007392).

satisfarán a la mayor cantidad de espectadores, haciéndoles pensar que sus elecciones de entretenimiento cinematográfico son enteramente libres e independientes.

No obstante, Guillaume Erner en su obra *Sociología de las tendencias* señala que las elecciones de consumo cinematográfico y, de cualquier otro orden en general, se encuentran determinadas por agentes externos que influyen subrepticamente la conducta de los consumidores:

En realidad, el conductor es el conducido, su autonomía aparente enmascara su condición heterónoma, ya que se rige por una ley que procede de fuera (...) la moda, según Simmel llega a menudo del extranjero, con frecuencia se importa de otro lugar. Los “diferentes”, los monstruos sociales tienen una facilidad mayor para inventar la moda ya que no comparten las adhesiones medias de una sociedad.²²

Erner destaca este aspecto de la teoría de Georg Simmel para que puedan dilucidarse con mayor facilidad los mecanismos que intervienen en las preferencias de consumos culturales. Hollywood representa la industria cinematográfica dominante a escala global, “el monstruo” como lo cataloga Erner, que con un control total de la distribución logra que sus producciones lleguen a todos los rincones del mundo. Esto resulta en que el cine estadounidense se erija como la cultura audiovisual preponderante en la mayoría de las sociedades, provocando que las personas de todos los estratos sociales generen una tendencia por consumirlo como su primera opción.

Escenarios como éste pueden ser observados en múltiples regiones alrededor del mundo, siendo Ecuador un caso particular. El desempeño del cine nacional en el país presenta muchos de los problemas que poseen varios de los países vecinos pues, a pesar de haber visto crecer en años recientes sus filmografías, el espectador sigue sin responder ante las propuestas locales.

Las investigadoras Diana Cortés y Juliette Ospina han estudiado las causas subyacentes de la falta de interés del espectador por el cine local en su estudio *El consumidor colombiano habla de cine*:

Una de las problemáticas centrales (...) del cine en auge se asocia con el incremento en la oferta de salas de cine y su desconexión con el número de espectadores (...) el cine nacional que se produce actualmente “no le gusta” al público (...) el “gusto” se presenta como una categoría indeterminada, que

²² Guillaume Erner, *Sociología de las tendencias* (Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2010), 83.

puede estar atravesada por diferentes factores: (...) la disponibilidad de la obra cinematográfica para ser vista en condiciones ideales y la pluralidad de públicos con diferentes formas de consumo cultural en un país geográfica y socialmente diverso.²³

Aunque este caso específico refleja la situación del cine colombiano actual, muchas de sus características se pueden apreciar en la realidad cinematográfica ecuatoriana. En el Ecuador, el “gusto” predominante se inclina hacia los filmes norteamericanos, que se diferencian marcadamente de la producción nacional. Cortés y Ospina mencionan la diversidad social como un factor determinante para el consumo local, siendo éste también un factor importante en el consumo de cine ecuatoriano, pues muchas de las producciones locales suelen ser apreciadas por cantidades masivas de públicos con un vasto capital cultural en diversos festivales del país. Sin embargo, muchas de éstas fracasan económicamente al momento de ser distribuidas en los circuitos comerciales para consumo de la ciudadanía en general. De igual manera, la falta de condiciones ideales que plagan a la producción colombiana también afecta a la producción ecuatoriana, producto de la breve permanencia de los filmes en cartelera y su deficiente programación.

A pesar de que el consumo fílmico a lo largo de toda la región latinoamericana se encuentra, en su mayor parte, concentrado hacia las producciones extranjeras, el espectador de cine puede ser categorizado en distintos tipos que determinan su nivel de consumo, además de su afinidad hacia el arte cinematográfico.

Emiliano Torterola en su artículo *El cine y la ciudad en el cambio de siglo. Apuntes sobre las transformaciones recientes en el consumo audiovisual en Buenos Aires* destaca las características los tipos más usuales de consumidor de cine:

El cinéfilo (espectador asiduo). En esta categoría (...) el cine forma parte de la estilización vital, conforma una práctica en la que se ponen en juego las capitales económicos, intelectuales y culturales de los espectadores (...) El concurrente periférico, ocasional abarca en este ejercicio a aquellas personas que asisten de manera esporádica e intermitente al cine a lo largo del año (...)²⁴

²³ Diana Cortes Acosta y Juliette Ospina Bernal, «El consumidor colombiano habla de cine», *Revista Nómadas* N.º 48 (2018): 254. DOI: [10.30578/nomadas.n48a16](https://doi.org/10.30578/nomadas.n48a16)

²⁴ Emiliano Torterola, «El cine y la ciudad en el cambio de siglo. Apuntes sobre las transformaciones recientes en el consumo audiovisual en Buenos Aires», *MIRÍADA* Año 3, No. 5 (2010): 119.

Como menciona Torterola, para el espectador asiduo o cinéfilo, el cine es un componente integral de su cotidianidad. Sin embargo, en el caso del espectador ecuatoriano, esto dependerá mucho más de su nivel socioeconómico que de su capital cultural, pues será el primero el que le permitirá asistir regularmente a salas de cine para apreciar los más recientes estrenos de Hollywood. El capital cultural, por su parte, podría interesar al cinéfilo local en explorar otras tendencias que se realizan en el país que promueven propuestas alternativas. El espectador ocasional puede ser categorizado, de acuerdo al esquema de Torterola, como uno que se muestra receptivo a propuestas cinematográficas específicas, mas no a causa de un interés profundo por el arte cinematográfico.

De igual manera, con el desarrollo de las nuevas tecnologías en las dos primeras del siglo XXI, resulta importante considerar todas las formas alternativas de consumo cinematográfico. En el artículo *El talón de Aquiles: exhibición y distribución de cine en la Argentina*, para los investigadores Leandro González, Carolina Barnes y José Borello existe un sesgo perfectamente delimitado entre las elecciones del consumidor cinematógrafo:

(...) la demanda se ha fragmentado y se ha vuelto más sofisticada en tanto exige comodidades y estándares de calidad altos, al mismo tiempo que se produjo un vuelco progresivo al consumo hogareño. En este marco, el gran producto que ofrece la industria es el “tanque”, un producto en el que los grandes conglomerados de Hollywood invierten cifras inigualables y que, al contar con esa estructura, logra imponerse en las salas de todo el planeta.²⁵

De acuerdo a la opinión de los investigadores, el público que tiene por hábito consumir producciones cinematográficas se encuentra escindido en dos grupos: El primero, que considera a la sala de cine como el escenario ideal para apreciar contenido cinematográfico y decide invertir en esta experiencia debido a las comodidades y ventajas que le ofrece; y el segundo, que hace una clara distinción en los filmes que merecen ser vistos en una sala tradicional y los que pueden ser vistos en otras modalidades de visionado como televisión o DVD.

Aunque los autores consideran específicamente la situación actual de las salas de cine argentinas, su hipótesis no se encuentra alejada de la realidad ecuatoriana. En el año

²⁵ Leandro González, Carolina Barnes y José Borello «El talón de Aquiles: exhibición y distribución de cine en la Argentina», *H-industri@* Año 8, No. 14 (2014): 61. <http://ojs.econ.uba.ar/index.php/H-ind/article/view/656/1209>.

2018, la película con más recaudación en la taquilla del país fue *Avengers: Infinity War* con \$7.000.000, a diferencia del filme local *Tal vez mañana*, con una recaudación de solo \$158.000; mientras que el filme más visto por el público local en el 2017 fue la octava entrega de *Rápidos y Furiosos* con un millón de espectadores, en contraposición a *No Todo es Trabajo*, la producción nacional más vista del mismo año con apenas 25762 espectadores²⁶. Ambos filmes extranjeros, aunque diferentes en temática, género y estilo, cuentan con las características del “tanque” que los autores describen en su artículo.

Asimilación de personajes

El cine tiene una gran deuda con la literatura y con el teatro, pues hace uso de varios elementos que fueron cultivados en estas expresiones artísticas, pero los potencia de una manera diferente adaptándolos a sus necesidades y características. Uno de los principales elementos que el cine ha extraído del teatro y de la literatura es la creación de personajes, elemento fundamental de la narrativa que le permiten tanto al lector como al espectador de teatro y de cine adentrarse en la diégesis propuesta por el creador de la historia. No obstante, esto solo es posible si se alcanza un grado de filiación con el relato y los personajes propuestos.

En el artículo *Recepción e impacto del drama cinematográfico: el papel de la identificación con los personajes y la empatía*, los autores hacen hincapié sobre la importancia fundamental que supone la identificación de la audiencia con el protagonista en un filme:

La identificación es un proceso imaginativo (...) Implica la pérdida de autoconciencia paulatina y el reemplazo temporal de la propia identidad por la de un personaje, desde un punto de vista afectivo y cognitivo por el que la audiencia imagina ser uno de los personajes dentro del texto (...) supone una oportunidad para experimentar de manera vicaria situaciones no habituales en la vida cotidiana, alternar otras identidades (tener la sensación de ser otro), y adoptar las metas, sentimientos y pensamientos de otro.²⁷

En la opinión de los autores, la empatía constituye el principal factor que le permite al espectador experimentar de manera sucedánea las situaciones y predicamentos

²⁶ De acuerdo a cifras proporcionadas por el Instituto de Cine y Creación Audiovisual (ICCA).

²⁷ Igartua, Juan José, Tania Acosta y Francisco J. Frutos. «Recepción e impacto del drama cinematográfico: el papel de la identificación con los personajes y la empatía». Artículo. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 2009. Redalyc (68711445001).

por los que atraviesan los personajes. De cierto modo, este proceso de asimilación invita a los espectadores a percibir la sensibilidad y la emotividad por las que el protagonista atraviesa a lo largo del filme con la misma intensidad, incitándolos a entrar en un proceso inmersivo que los insta a suspender la incredulidad durante la duración de la película. Este ejercicio permite que se acoja sin esfuerzo cualquier tipo de escenario, por más inverosímil que éste resulte ser. Así, la audiencia es capaz de sentir las más intensas emociones de terror y peligro desde la comodidad y seguridad de sus butacas en la sala de cine. Por lo tanto, del grado de filiación que el espectador pueda alcanzar con la trama y los personajes presentados depende en gran medida el éxito o el fracaso de una propuesta fílmica.

El vínculo empático que el espectador pueda lograr con los personajes de una obra cinematográfica también depende mucho de la naturaleza de la experiencia en sí. El cine nació en la forma de un espectáculo de masas y, como tal, a fin de que pueda ser vivenciado en toda su magnitud se requiere que éste sea una experiencia colectiva.

En su artículo *Cine, memoria y ciudad: el estudio de los públicos de cine en las Ciencias Sociales*, la investigadora Lucila Hinojosa-Córdova resalta la significancia del cine como actividad grupal:

Ir al cine implica, entonces, una función comunitaria (...) La gente va al cine en grupo, porque ir al cine motiva temas de conversación, tanto en anticipación como en el recuerdo; las películas son un lazo de experiencia común que facilita los contactos informales entre personas; promueve reuniones, citas, amistades, relación entre vecinos, matrimonio y facilita otras relaciones interpersonales y grupales. Ir al cine es una actividad que se hace y disfruta en compañía y cuyo comentario también origina mutuo agrado.²⁸

La opinión de la autora enfatiza no solo la relevancia del cine como una actividad en grupo, sino además los efectos que ésta puede tener sobre los espectadores tanto antes como después del visionado. Cuando el filme triunfa en su propósito de construir una historia y personajes con los que el espectador se pueda identificar, el nexo que nace entre éste y los protagonistas de la obra puede verse realzado por las reacciones del resto de la concurrencia en la sala de cine. Si bien el visionado fílmico es una actividad que puede realizarse en solitario, el sentido de comunidad que se crea en un grupo humano,

²⁸ Hinojosa-Córdova, Lucila. «Cine, memoria y ciudad: el estudio de los públicos de cine en las Ciencias Sociales». Artículo. Universidad del Zulia, 2016. Redalyc (31048483025).

independientemente de si existe una relación directa entre éste o no, puede magnificar los efectos de la experiencia cinematográfica, facilitando así la asimilación de la situación y los personajes propuestos. Los efectos de esta interacción pueden variar considerablemente dependiendo de la cultura del país en la que el filme sea exhibido, pero el vínculo afectivo que se crea entre los espectadores es universal.

En su obra *Crowd Scenes: Movies and Mass Politics*, el autor Michael Tratner argumenta sobre cómo el poder que posee el cine no se compara a ninguna de las otras artes que le antecedieron, en gran medida debido a la enorme influencia que puede tener sobre el público y su comportamiento:

El problema con audiencias grandes y variadas es que las personas dentro de ellas ya no son individuos (...) Psicológicamente, cuanto mayor es la audiencia, menor es la resistencia de la masa moral a la sugestión (...) la teoría del espectador postula que las películas (...) intentan todo para hacer que las personas olviden que están viendo una película: el mundo diegético se supone debe experimentarse como una realidad sellada. Las estrellas rompen esa realidad sellada al traer al mundo de la película todo tipo de otros mundos.²⁹

Tratner enfatiza la habilidad que las películas hollywoodenses han perfeccionado a lo largo de varias décadas para lograr que las audiencias empaticen con cualquier tipo de personajes. La marquesina norteamericana se ha destacado desde sus inicios por representar a protagonistas cuyas acciones, bajo circunstancias normales, serían consideradas inmorales, ilegales y hasta criminales por el grueso de la sociedad. No obstante, la hábil configuración de la diégesis presentada por sus realizadores, permite a los espectadores compenetrarse con este tipo de protagonistas e involucrarse en las motivaciones del personaje en la pantalla. Este efecto, en opinión de Tratner, se ve potenciado cuando el espectador disfruta los filmes en compañía de una multitud, propiciándose una especie de laxitud moral transitoria que le permite vitorear acciones que de lo contrario encontraría repudiables. Dicho efecto puede ser fácilmente apreciado en películas de Hollywood de criminalidad como *The Godfather* (Coppola, 1972) y de asesinos en serie como *The Silence of the Lambs* (Demme, 1991), en las que el público logra empatizar en conjunto con actores como Marlon Brando y Anthony Hopkins respectivamente, a pesar del proceder censurable de los personajes que interpretan.

²⁹ Michael Tratner, «Collective Spectatorship», en *Crowd Scenes: Movies and Mass Politics*, (New York: Fordham University, 2008), www.jstor.org/stable/j.ctt1x76fv9.5. Traducción realizada por el autor de la tesis.

Se suele considerar a la industria cinematográfica hollywoodense como la única con la capacidad de generar este proceso de identificación del público con los personajes, debido a sus grandes presupuestos que permiten recrear grandes eventos con gran verismo y presentar a sus estrellas de talla mundial. Sin embargo, existen filmografías alternas que, a pesar de sus limitaciones, han logrado adaptarse a las necesidades del mercado y de la audiencia local.

Blaise Fernández en *Cultura Mainstream* señala a la India como un ejemplo por antonomasia de una industria cinematográfica que, pese a sus desventajas en comparación a la industria hegemónica, ha logrado posicionarse localmente al reconocer las necesidades y preferencias del espectador:

Los indios quieren ver sus películas en hindi, con sus *songs & dances*, con sus melodramas *flashy* y extravagantes y con batallas campales. Quieren películas largas, a menudo de tres horas, y poder hablar en el entreacto, justo después de una escena de mucho suspense (...) A causa de la pobreza, del chabolismo, del analfabetismo, los indios quieren huir de la realidad. Quieren fantasía. Al mismo tiempo, en el film todo debe ser previsible, la noción de sorpresa no está permitida.³⁰

Fernández demuestra cómo la audiencia india, a pesar de poseer una cultura diametralmente opuesta a la occidental, se relaciona de manera similar que ésta con los filmes. El público indio, debido a sus bajas condiciones de vida, desea gran espectáculo que le ofrezca la misma clase de escapismo que ofrecen los blockbusters de Hollywood a las audiencias norteamericanas. La audiencia india se caracteriza por gritar a la pantalla, conversar y cantar de pie en la sala de cine durante la función, acciones que realzan el sentido de comunidad resultante de apreciar un filme en forma grupal. El público indio desea tramas en las que el héroe siempre triunfa sobre el mal, permitiéndole asimilar su causa y sentirla suya.

Otro ejemplo de una industria cinematográfica que ha implementado su propia fórmula, la cual le ha permitido producir filmes que se han convertido en blockbusters a nivel local y éxitos de crítica a nivel mundial, es Corea del Sur. En *The South Korean Blockbuster and a Divided Nation*, Hyunseon Lee señala las características que diferencian a un blockbuster coreano de uno norteamericano:

³⁰ Frédéric Martel, *Cultura Mainstream: Cómo nacen los fenómenos de masas* (Madrid: Santillana Ediciones Generales, 2012), 248.

(...) lo que diferencia a los éxitos de taquilla surcoreanos de los de Hollywood es su vinculación con la historia coreana y la recreación de eventos históricos, lo que resulta en parte la razón de su éxito en la taquilla nacional, en el mercado global y en festivales de cine (...) Los éxitos de taquilla surcoreanos aún deben apelar a las emociones del público coreano, centrándose en el ideal confuciano de la familia, en particular el tema de la hermandad, que sigue siendo fundamental en la cultura y la sociedad coreanas.³¹

Hace veinte años atrás la filmografía de Corea del Sur se limitaba a algunos estrenos anuales. A partir de 1999, con el estreno del thriller policiaco *Shiri* (Kang Je-gyu, 1999), filme que contiene grandes secuencias de acción y una historia que se centra en conflictos nacionalistas, la industria local no tardó en multiplicar su producción al reconocer que la fusión de gran espectáculo con temáticas que ilustran los valores y problemáticas de la sociedad surcoreana era el componente fundamental para atraer a las audiencias. Filmes de esta clase le permiten al espectador local disfrutar del escapismo que ofrecen las escenas de acción estilo hollywoodense y, al mismo tiempo, reflexionar sobre la situación sociopolítica de su país, alcanzándose así la identificación de la audiencia con los protagonistas. La industria cinematográfica surcoreana ha demostrado que es posible la creación de un cine en el que puedan armonizar las inquietudes estéticas/creativas de los cineastas, así como las necesidades de entretenimiento de la audiencia.

Las industrias cinematográficas india y surcoreana representan dos polos opuestos. La primera ofrece en sus películas escapismo puro, mientras que la segunda brinda gran espectáculo con profundos momentos de reflexión. Sin embargo, ambas representan industrias que han sabido reconocer los campos de conexión necesarios para que el espectador pueda identificarse con los personajes, factor vital para el éxito de un filme. Ejemplos como estos demuestran que la industria norteamericana no es la única con la capacidad de construir historias que cautiven a las audiencias, además de que un ejercicio intermedio entre cultura y espectáculo resulta viable. El espectador busca en el cine un medio que le permita alcanzar un grado de identificación con personajes bien delineados y, a su vez, represente una alternativa de ocio que le ofrezca un momento de entretenimiento de óptima calidad.

³¹ Hyunseon Lee, «The South Korean Blockbuster and a Divided Nation», *International Journal of Korean History* 21 (1) (2016): 260, doi.org/10.22372/ijkh.2016.21.1.259. Traducción realizada por el autor de la tesis.

Desconexión del público con el cine local

Tras doce años de una producción cinematográfica sostenida, gracias a los incentivos otorgados por el Estado, aun no resulta posible hablar de una industria cinematográfica ecuatoriana, pues los resultados en taquilla de la gran mayoría de los filmes locales siguen dejando saldos desfavorables tanto para realizadores como productores. El cine de ficción es un caso particular en la filmografía ecuatoriana, pues a lo largo de su historia se ha podido observar en éste el influjo de filmografías tan ideológicamente cercanas como la latinoamericana y tan culturalmente opuestas como la europea. No obstante, dichos influjos no han incidido significativamente en el desempeño económico de estos filmes, dado que el público local parece no inmutarse, a pesar de la buena recepción que muchas de estas producciones nacionales han disfrutado en la última década en festivales de cine internacionales.

En el artículo *Cine migratorio ecuatoriano: archivo y memoria de la migración en dos películas ecuatorianas*, la autora María Teresa Galarza Neira destaca varios de los rasgos que caracterizan al cine de ficción en general:

El cine (...) de ficción, retrata versiones de la realidad imaginadas por un alguien o por varios. Estas versiones encierran, a la vez, acercamientos y distancias respecto del sinnúmero de referentes -temas, imágenes, fenómenos sociales, situaciones políticas, personas y personajes-inscritos en su origen (...) La obra cinematográfica, entendida en el doble rol de mecanismo configurador de discursos y discurso fijado por la cámara, es un texto creado para evidenciar un punto de vista -o varios- acerca de esas realidades (...) ³²

El cine de ficción latinoamericano en general cuenta con varias de los atributos que Galarza menciona. Muchos de los cineastas latinoamericanos han usado al cine como un medio para proyectar la realidad de la región desde los enfoques social y político. Sin embargo, a pesar de que muchas de estas temáticas son culturalmente relevantes para las respectivas sociedades que pretenden reflejar, es importante recordar que los sesgos personales de los directores se ven manifestados de diversas maneras en muchas de éstas, pues uno de los objetivos primarios de cada realizador es plasmar un enfoque subjetivo a las historias que narran. Este deseo de los realizadores de brindar su propia perspectiva sobre relatos de interés social, provoca que la filmografía latinoamericana se concentre

³² María Teresa Galarza, «Cine migratorio ecuatoriano: archivo y memoria de la migración en dos películas ecuatorianas», *Chasqui*, N. ° 138, (2018): 177.

incesantemente en los mismos temas, lo cual puede producir resultados diversos dependiendo del público al que sean exhibidas estas producciones.

El Ecuador no se ha deslindado de esta tradición fílmica latinoamericana, en la que varios realizadores nacionales han optado por narrativas que evidencian las idiosincrasias del pueblo ecuatoriano. Tales idiosincrasias han sido exploradas a partir de la década de los ochentas en el país a través de géneros tan heterogéneos como el drama, la adaptación literaria, y en menor proporción, la comedia.

En el artículo *El síndrome de ouroboros: Imaginarios cinematográficos del Ecuador*, Juan Pablo Castro Rodas resalta las particularidades del género a través del cual la cinematografía nacional ha logrado sobresalir en las últimas dos décadas:

La mayoría de la producción cinematográfica del mundo, y del Ecuador en particular, se construye a partir de lo que se denomina Realismo (...) En el cine latinoamericano (...) ha llevado a interesantes muestras del relato en films que se adscriben a lo que se ha denominado como realismo sucio, es decir, películas que presentan la realidad pobre y marginal sin maquillajes de ningún tipo, pero que, por ello mismo, pueden llegar a reproducir los imaginarios de la pobreza o, peor aún, a estetizarla.³³

En la filmografía ecuatoriana el *realismo sucio* tiene como su principal exponente a *Ratas, ratones y rateros* (Cordero, 1999), filme que se alejaba de las adaptaciones literarias que habían caracterizado al cine ecuatoriano en la década de 1990. El filme retrata aspectos de la sociedad ecuatoriana como la criminalidad y las diferencias sociales, además de representar algunas secuencias dramáticas, de suspenso y de acción de forma estilizada. Si bien la aceptación por parte del público y de la crítica de la que disfrutó este filme abrió la puerta para subsecuentes propuestas locales, tanto del mismo Cordero como de otros cineastas ecuatorianos, muchas de éstas han reincidido en los mismos imaginarios sociales de violencia, marginalidad, diferencias de clases y folclor nacional, los cuales han permeado gran parte de la cinematografía regional.

El cine, en tanto medio de expresión estética y artística, puede y debe ser un ámbito a través del cual se aborden problemáticas sociales contemporáneas que afectan a la sociedad en general. Sin embargo, debido a su naturaleza intrínseca como espectáculo

³³ Juan Pablo Castro, «El síndrome de ouroboros: Imaginarios cinematográficos del Ecuador», *Revista Puce*, No. 104 (2017): 505.

de masas, resulta indispensable que los realizadores tomen en consideración las preferencias del público al momento de llevar a cabo sus propuestas.

El investigador Santiago Estrella alude a una aparente desconexión entre los hábitos de consumo cinematográfico de los espectadores locales y las motivaciones de los realizadores en su artículo *Entre el “así mismo somos” y el “estamos, pero no todos”*. *Recepción de la identidad nacional en el cine ecuatoriano*:

(...) el cine ecuatoriano les resulta reiterativo, sin nuevas propuestas que inviten a verlo (...) Para estos públicos el cine es sinónimo de entretenimiento y diversión, por lo tanto los filmes que les plantean el cómo somos o cómo son los ecuatorianos ya no resultan atractivos, si acaso algún día lo fue. Encuentran que la mayoría de películas nacionales se van por los planteamientos identitarios y eso les resulta cansino y molesto (...) Es notable el desapego de estos públicos con el cine nacional.³⁴

En la opinión de Estrella, el recurrente abordamiento de los realizadores nacionales de temáticas que pretenden ser un reflejo del ecuatoriano y su entorno social han terminado por hastiar al público local. Establece que el espectador tiene por costumbre asistir a los complejos multisalas en busca de un esparcimiento escapista, que lo haga olvidar por un breve periodo de tiempo los problemas de su cotidianidad. Este hallazgo de su investigación se encuentra en plena concordancia con la realidad de la distribución cinematográfica local, en la que la gran mayoría de filmes exhibidos provienen de la industria hollywoodense, cuyo principal atributo es satisfacer el afán de distracción del público. Por ende, se puede inferir que las tendencias de producción de gran parte de la filmografía ecuatoriana resultan incongruentes con la realidad de las preferencias del público ecuatoriano.

Modificar las tendencias de producción en la cinematografía ecuatoriana significa una tarea sumamente complicada. En las últimas tres décadas el mercado nacional se ha caracterizado por su enfoque directoral, es decir, orientado a contar historias de autor, en las que los filmes reflejan el punto de vista específico del realizador sobre un tema dado. Como ha sido previamente mencionado, en muchos casos, esta clase de proyectos cinematográficos derivan en una relación mutuamente excluyente con la taquilla

³⁴ Santiago Estrella, «Entre el “así mismo somos” y el “estamos, pero no todos”». *Recepción de la identidad nacional en el cine ecuatoriano*, *Fuera de Campo*, Vol. 1, No. 5 (2017): 82.

nacional, dado que usualmente cuentan con un alto valor artístico pero su valor comercial en muchas ocasiones resulta escaso.

En el artículo *El cine de no ficción en el Ecuador: horizontes*, los autores Gavilondo y Mercado manifiestan su inconformidad con esta tendencia local orientada hacia el cine de autor:

No es cuestión, solo, de dirigir o producir es cuestión, además, de escribir la historia, de saber contar y de eso aun adolece la cinematografía ecuatoriana no solo la de no ficción, también la de ficción. Se vio, por mucho tiempo, un cine ecuatoriano de la droga, la familia, el dinero, pero ya hay una nueva generación que está comenzando y entiende que hay que hacer películas no solamente para el director, sino que hay que hacer un cine que sirva y potencie la creación.³⁵

Es la opinión de los autores que este llamado cine de director ha mantenido rezagada a la filmografía nacional con temáticas que consideran redundantes. Además de las tendencias autorales mencionadas por los investigadores, también se pueden incluir: las diferencias sociales entre ricos y pobres (*A tus espaldas*: Jara, 2011); conflictos internos que el protagonista debe superar para alcanzar una catarsis emocional (*Cenizas*: Jácome, 2018); el sacrificio del protagonista por el bienestar de su familia a costa del suyo (*No Robarás*: Cordero, 2013); la criminalidad como el mal que agobia a la sociedad (*Ratas, ratones y rateros*: Cordero, 1999); el protagonista ocultando una verdad que al ser revelada desemboca en un final feliz o triste (*Feriado*: Araujo, 2014). Si bien todas estas temáticas sociales merecen ser narradas y presentadas en una sala comercial con el fin de llegar a la mayor cantidad de público posible, es el sentir de Gavilondo y Mercado que es preciso redirigir los esfuerzos del cine nacional actual e intentar enfocarlos y potenciarlos hacia nuevos intereses.

En la actualidad, el enfoque tradicional que ha caracterizado a los cineastas nacionales está siendo replanteado por propuestas recientes como *Dedicada a mi Ex* (Ulloa, 2019), propuesta de factura más comercial que con cifras estimadas de 313.000 espectadores y \$1'300.000 recaudados en la taquilla nacional, se ha convertido en la película local más vista de la década y con mayor recaudación en la historia de la cinematografía ecuatoriana³⁶.

³⁵ Carlos Ernesto Gavilondo y María Belén Mercado, «El cine de no ficción en el Ecuador: horizonte», *INNOVA Research Journal* Vol. 2 Núm. 3 (2017): 56, <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n3.2017.132>.

³⁶ Cifras referenciales proporcionadas por el Instituto de Cine y Creación Audiovisual (ICCA).

Un cambio de perspectiva en el modelo creativo que se ha seguido hasta ahora en la cinematografía nacional representa un golpe radical para muchos realizadores locales tradicionales, dado que, si bien es el deseo de todo director de cine que sus obras sean vistas por la mayor cantidad de público posible, muchos no desean que esto sea posible a expensas de su integridad artística. Satisfacer las inquietudes estéticas personales es el objetivo fundamental de toda rama artística, pero si además existe de por medio el interés de consolidar una industria cultural local en un ramo tan competitivo como lo es el cinematográfico, hacer concesiones de lado y lado es una circunstancia que se vuelve virtualmente ineludible para todas las partes involucradas.

Visionado en sala y ventanas alternativas

La sala comercial es el medio principal a través del cual se ha consumido cine desde su inepción. Actualmente, las innovaciones tecnológicas han permitido que la experiencia en sala se diversifique y le brinde al espectador diferentes alternativas de visionado que pretenden ser muchos más inmersivas que las tradicionales, como por ejemplo el 3D o los asientos vibratorios. Sin embargo, las nuevas modalidades de consumo de producciones audiovisuales han abierto un abanico de posibilidades para las nuevas generaciones, lo que provoca que éstas se aproximen de manera diferente a las producciones cinematográficas.

En el artículo *Otros modos de ver cine: nuevos espectadores y redes de cine independiente en México*, Antonio Ziri3n resalta la importancia que el visionado en salas aun representa para las audiencias contemporáneas:

(...) es importante contemplar que el público aún busca en el cine vivir una experiencia colectiva, un encuentro con lo propio y lo diferente. La interacci3n humana entre los espectadores y la conexi3n con la pel3cula, la empatía, identificaci3n, rechazo o extrañamiento que implica el acto de ir al cine sigue siendo un componente primordial del fenómeno cinematográfico, desde sus orígenes, a finales del siglo XIX, hasta la actualidad (...) este elemento cardinal de la experiencia cinematográfica se mantiene vigente.³⁷

La perspectiva del investigador enfatiza la trascendencia tradicional del arte cinematográfico. Lo presenta como el espectáculo de masas que ha permitido desde sus

³⁷ Antonio Ziri3n, «Otros modos de ver cine: nuevos espectadores y redes de cine independiente en México», *Desacatos - Revista de Ciencias Sociales* Núm. 58 (2018): 143. DOI: <https://doi.org/10.29340/58.200>.

inicios descubrir imaginarios ajenos e incluso profundizar en los propios. Si bien ha habido innovaciones a través de las décadas en la proyección en salas, lo que en opinión de Ziri3n perpetúa la experiencia cinematogr3fica es su capacidad de congregarse a la gente en la b3squeda de una experiencia comunal que les permita sentir las m3s diversas reacciones. Cada expresi3n cultural y est3tica ofrece diferentes est3mulos sensoriales al espectador, y el est3mulo esencial que el cine tiene para ofrecer es el esp3ritu de cofrad3a que surge, consciente o inconscientemente, entre el p3blico en la proyecci3n de un filme.

A pesar de todas las innovaciones que la exhibici3n en salas ha aportado con el paso de los a3os, se podr3a argumentar que la experiencia cinematogr3fica contin3a siendo la misma que en sus inicios. La experiencia sigue consistiendo en una sala oscura en la que el p3blico ocupa sus butacas durante la duraci3n del filme, pero con valores agregados como la tecnolog3a 3D, la cual no puede ser replicada a cabalidad en casa o el servicio de concesiones a butaca que permiten al espectador adquirir sus alimentos sin tener que salir de la sala para adquirirlos. Sin embargo, las innovaciones no se presentan solo en el 3mbito cinematogr3fico, sino m3s bien en todos los frentes de consumo audiovisual, provocando que mantener el flujo de espectadores en las salas de cine comerciales se vuelva un asunto cada vez m3s complejo para la industria de la exhibici3n cinematogr3fica mundial.

La investigadora Emily Flynn, en su art3culo *Discovering Audience Motivations Behind Movie Theater Attendance*, expresa que el atractivo de la experiencia cinematogr3fica del siglo XXI radica en un significativo valor agregado intangible, particularmente en las propuestas m3s comerciales de la industria norteamericana, que hasta la actualidad no ha podido ser replicado por ning3n otro de los formatos de consumo audiovisual:

Las pel3culas con grupos de fans intensos y leales (...) tienden a desarrollar un fuerte sentido de comunidad entre los espectadores, lo que significa que el p3blico quiere experimentar la emoci3n de estas pel3culas con otras personas en el momento, en lugar de esperar para verlas en los servicios de streaming en el hogar. (...) El p3blico no quiere escuchar spoilers sobre pel3culas donde conocen a los personajes y las tramas bien, por lo que verlo en el cine es una forma 3til de seguir siendo parte de la conversaci3n en tiempo real.³⁸

³⁸ Emily Flynn, «Discovering Audience Motivations Behind Movie Theater Attendance», *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications* Vol. 9, No. 2 (2018): 101. Traducci3n realizada por el autor de la tesis.

Flynn expresa que los grandes eventos cinematográficos de la industria hollywoodense continúan atrayendo a las audiencias en tropel debido, en gran medida, al sentido de comunidad que estas proporcionan antes, durante y después de la función. Usualmente los filmes que describe Flynn forman parte integral de la cultura popular, lo que permite una interacción tanto en persona como en redes sociales, componente fundamental de la promoción cinematográfica actual, proporcionando a los espectadores asiduos u ocasionales la oportunidad de participar en la discusión del tema que es tendencia. De igual manera, la rapidez con la que la información circula en dichas redes provoca que los potenciales espectadores, voluntaria e involuntariamente, se informen de antemano de puntos fundamentales del filme, circunstancia que puede arruinar considerablemente la experiencia, instando así al público a acudir lo más pronto posible a las salas comerciales a disfrutar de estrenos con las características mencionadas.

En el siglo XX, el cine tuvo que enfrentar la competencia que supuso la aparición de la televisión y los reproductores de video. Se pensó que estos nuevos formatos harían desaparecer la exhibición cinematográfica, debido a las comodidades y facilidades de consumo que brindaban al espectador. Sin embargo, todos los formatos lograron coexistir sin que se afectara significativamente el desempeño de la industria cinematográfica.

En su tesis *Comportamiento del consumidor de cine en salas: Factores motivacionales y tipología del consumidor*, la investigadora Monserrat Gil Martín señala los nuevos retos del siglo XXI:

Si bien durante la segunda mitad del S.XX el cine ha sido la actividad lúdica favorita de muchas generaciones, el comienzo del S.XXI denota un decrecimiento en afluencia a las salas de cine para disfrutar de las películas cinematográficas. Un descenso acuciado y afectado por factores externos que retraen al espectador de asistir a una sala, en un momento a su vez con el mayor consumo de cine jamás experimentado, si bien en otras plataformas y espacios diferentes a la propia sala cinematográfica.³⁹

Los factores externos que Gil menciona son las ventanas alternativas en la forma de servicios de streaming que surgieron a finales de la década pasada y se han multiplicado exponencialmente a finales de la década presente. La ventaja competitiva de estas nuevas ventanas reside en su versatilidad, al permitir a los espectadores disfrutar

³⁹ Monserrat Gil Martín, «Comportamiento del consumidor de cine en salas: Factores motivacionales y tipología del consumidor» (tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid, 2015), 107.

cualquier tipo de contenido desde sus dispositivos móviles, así como en formatos más tradicionales de consumo como los televisores inteligentes. El decrecimiento de consumo cinematográfico que Gil menciona no significa necesariamente que el público ha dejado de consumir cine, sino más bien una migración de espectadores a estos nuevos formatos para quienes la exhibición en salas no posee mayor significancia.

Las nuevas alternativas de consumo audiovisual que han surgido en la última década representan un nuevo desafío para la industria cinematográfica global. Como todas las formas de consumo audiovisual que le precedieron, los servicios de streaming han trastocado el statu quo de la industria cinematográfica, provocando que ésta intente tomar medidas que atenúen su impacto, pero estos esfuerzos han tenido resultados limitados. La incertidumbre que suele generar el surgimiento de nuevos competidores en el sector audiovisual históricamente ha provocado que la industria cinematográfica mundial implemente campañas contraofensivas, las cuales usualmente solo han aminorado de manera temporal el impacto de las nuevas tecnologías,

Sin embargo, en su artículo *La distribución y el consumo del cine en la era digital: Una mirada desde Cuba*, el investigador Jorge Luis Lanza prefiere observar las oportunidades que los servicios de streaming pueden ofrecer:

(...) resulta erróneo considerar que el tránsito paulatino del soporte analógico al digital en el universo del cine ha provocado desinterés hacia éste. Ha sido lo contrario: el impacto de las Nuevas Tecnologías de la Comunicación en el ámbito audiovisual ha multiplicado considerablemente las rutas de acceso en el consumo de los productos cinematográficos, desplazando una forma de consumo sustentada en el ritual colectivo hacia otras más individuales propias de un mundo cada vez más globalizado.⁴⁰

Si bien las nuevas plataformas digitales han significado un descenso en la asistencia a salas comerciales tradicionales en los últimos años, para Lanza, éstas abren un abanico de oportunidades a toda clase de espectadores. Los servicios de streaming permiten el acceso no solo a los contenidos más populares de la industria cinematográfica, sino a múltiples referentes alternativos de la filmografía mundial que de lo contrario resultarían difícilmente accesibles al público en general. El consumo individual en el que los espectadores incurren con este nuevo tipo de tecnología, en la opinión del autor, se

⁴⁰ Jorge Luis Lanza, «La distribución y el consumo del cine en la era digital: Una mirada desde Cuba», *Revista Universidad y Sociedad* Vol. 7 No. 3 (2015): 141.

trata sencillamente del surgimiento de una nueva modalidad de consumo que continuará desarrollándose en años venideros, por lo que sus efectos a largo plazo aún no han sido plenamente ponderados. Sin embargo, esta nueva ventana no debe significar el fin de la experiencia colectiva que propicia la sala de cine, dado que al igual como sucedió en el pasado con el advenimiento de la televisión y la reproducción en video, debe ser posible articular mecanismos que permitan la coexistencia de ambas tendencias de consumo.

El concurrente periférico

La relación que un espectador establezca con el cine en general dependerá, en gran medida, de su asiduidad al mismo. Si bien para muchas personas el espectáculo cinematográfico representa una afición seria que los insta a asistir regularmente a las salas comerciales en busca de entretenimiento o de satisfacer sus necesidades culturales y estéticas, para muchas otras el cine significa una mera distracción a la que acuden cuando cuentan con el tiempo libre o se presenta la oportunidad de asistir a un complejo multisalas en la compañía de amigos o familiares. De esta manera, el concurrente o espectador periférico representa un segmento del público diametralmente opuesto al espectador frecuente, dado que, si las cifras estadísticas indican que el público que tiene por costumbre asistir a salas comerciales tiende a dejar de lado las producciones locales en favor de las extranjeras, resulta de vital interés entender cómo el espectador ocasional se aproxima a las películas nacionales.

Un espectador, de cualquier rama artística, tendrá un acercamiento muy diferente hacia las expresiones artísticas y estéticas que las personas para quienes el consumo cultural forma parte esencial de su cotidiano. José de Jesús Flores Figueroa en su artículo *Definición, funciones y papel del espectador frente a la obra creativa* describe el comportamiento del espectador periférico:

(...) el contacto con las obras del espectador inexperto y casual suele ser efímero y superficial. Estos espectadores no acostumbran a pasar más tiempo del necesario en la contemplación de la obra. No la cuestionan en profundidad, ni buscan segundas intenciones, ni efectos colaterales (anteriores o posteriores) alrededor de la propuesta que se les presenta, es decir su interacción se limita al momento del encuentro.⁴¹

⁴¹ José de Jesús Flores, «Definición, funciones y papel del espectador frente a la obra creativa», *ANAGRAMAS: Rumbos y sentidos de la comunicación* Vol. 17 No. 33 (2018): 148, doi.org/10.22395/angr.v17n33a6.

Para Flores, el concurrente ocasional de cualquier tipo de actividad cultural interactúa con sus contenidos, independientemente de la naturaleza de estos, de manera somera y sucinta. Tales circunstancias pueden tener su origen en una multiplicidad de factores, como la carencia del capital cultural suficiente para lograr una apreciación óptima de la obra en cuestión, así como el tratamiento vanguardista de una nueva tendencia artística. No obstante, en el caso del cine, situaciones como éstas resultarían extraordinarias, pues gran parte de las producciones hollywoodenses están diseñadas para atraer a toda clase de públicos, independientemente de la clase social o estatus económico al que pertenezcan. Por ende, además del capital cultural, en esta categoría entran en juego factores tan complejos como la situación económica de los espectadores periféricos y cómo estos se han aproximado al medio cinematográfico a lo largo de sus vidas.

El concurrente periférico representa un espectador potencial que, bajo las condiciones idóneas, tiene la capacidad de modificar sus hábitos cinematográficos, pues el hecho de que no asista a una sala de cine a apreciar los más recientes estrenos, no supone necesariamente que éste no se acerque al medio cinematográfico en otros entornos. Sin embargo, este acercamiento al cine en salas comerciales o circuitos alternativos suele verse limitado debido a las idiosincrasias que este tipo de espectadores han desarrollado voluntaria o involuntariamente.

Para el investigador Ramiro Arbeláez, tales idiosincrasias se presentan en la forma de hábitos de consumo profundamente arraigados en el público, los cuales representan un obstáculo para que los espectadores potenciales modifiquen su comportamiento con respecto a la exhibición cinematográfica, como explica en su artículo *El arte de la exhibición cinematográfica*:

El mayor reto de una sala alterna no es ganarle a los teatros comerciales en número de espectadores, sino formar espectadores cualificados. Y el peor enemigo de este propósito es la propia cultura audiovisual de los espectadores, que tras años de ver el mismo tipo de cine y la misma televisión, están condicionados a satisfacer su gusto con el mismo tipo de películas y programas.⁴²

A pesar de que Arbeláez alude específicamente a la exhibición en circuitos alternativos como cine clubes, su observación sobre la constante exposición del

⁴² Arbeláez, Ramiro. «El arte de la exhibición cinematográfica». Universidad del Valle (Colombia), 2005. ResearchGate (330225839).

espectador a la misma clase de entretenimiento resulta aplicable también a las películas locales que se exhiben en circuitos comerciales. Para un espectador habituado durante un largo periodo de tiempo a consumir el mismo tipo de producciones, distanciarse de los esquemas que éstas proponen resulta sumamente complicado, por lo que las obras cinematográficas que no cumplan con las características distintivas de tales filmes tienen menores probabilidades de llegar a esta franja significativa de público. Dicha situación resulta particularmente evidente en el Ecuador, en donde la población general se ve expuesta a la programación de naturaleza comercial presentada por las principales cadenas televisivas del país. Para el espectador ocasional que no ha cultivado el hábito de asistir al cine, por razones económicas o de cualquier otra índole, el repertorio fílmico ofrecido por los canales de televisión locales se presenta como un referente típico difícil de ignorar, por lo que usualmente va en busca del mismo tipo de producciones, en caso de presentarse la oportunidad de asistir a una sala comercial.

Sin embargo, la eventualidad de consumo del espectador periférico no responde únicamente a factores económicos o socioculturales, ni de la comodidad o el acostumbramiento a un cierto tipo de cine. En ciertas situaciones específicas se presenta una necesidad de formar parte de un evento cultural representativo para la sociedad en general, independientemente de su grado de afinidad con el medio cinematográfico.

En el artículo *Cine para ver en el cine, cine para ver en casa: La fragmentación de las prácticas de visionado*, la investigadora Marina Moguillansky señala al surgimiento de tales circunstancias culturales específicas como uno de los factores que suelen modificar de manera transitoria la conducta del concurrente ocasional y lo instan a acudir a una sala de cine comercial:

(...) para los espectadores ocasionales de cine (...) la decisión de ir al cine suele ser motivada por una película especial, un estreno que interesa particularmente (...) o bien con una temática que los convoca (...) se privilegia para el cine la elección de aquellas películas en las que “el factor tamaño de pantalla y sonido afectan sustancialmente”.⁴³

La autora señala que el concurrente periférico que asiste a una sala comercial se ve más influenciado por una tendencia específica que por una inclinación hacia el cine en sí. El espectador ocasional generalmente asiste a salas para disfrutar alguno de los varios

⁴³ Moguillansky, Marina. «Cine para ver en el cine, cine para ver en casa. La fragmentación de las prácticas de visionado». *Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual* Núm. 15 (2017): 18.

“filmes-evento” anuales que suelen caracterizar a la industria norteamericana. Esto puede deberse a diversos factores como la atención mediática que reciben tales películas, así como la presión de familiares y amistades para compartir la experiencia debido al sentimiento colectivo que se genera al ver un filme, como ha sido mencionado previamente. La sala de cine además proporciona al espectador periférico la oportunidad de dejar de lado por un breve momento la cotidianidad, al brindar condiciones de visionado que no pueden ser replicadas por ningún otro formato.

Capítulo II. Objeto de investigación

Metodología

La metodología supone el conjunto ordenado de técnicas para la recopilación, organización y cotejo de información que permite una acertada interpretación de resultados en un trabajo investigativo.

Tipo de investigación

La presente investigación da inicio con un enfoque exploratorio, pues se propone realizar un sondeo de los principales criterios y categorías del fenómeno cinematográfico, logrando que se puedan definir variables, permitiendo un desglose en dimensiones, indicadores y técnicas que conllevan a una investigación de carácter descriptivo.

La investigación culmina como descriptiva, ya que este estudio ha sido sustentado teóricamente a través de publicaciones editoriales, revistas de cine, artículos científicos, tesis de maestría y doctorado, que han analizado previamente variables similares a las tratadas. A través de una examinación exhaustiva del conjunto teórico desarrollado en el pasado, se pretendió obtener una síntesis de las perspectivas más relevantes, tanto nacionales como extranjeras, con respecto al tema abordado.

Diseño de la investigación

Puesto que el objetivo de este estudio es explorar los hábitos de consumo de los espectadores cinematográficos guayaquileños de cine ecuatoriano y cómo su interpretación perceptiva con respecto a éste incide en los resultados de taquilla de las películas locales, se optó por un diseño de investigación no experimental al que se aplicó una modalidad transeccional.

En un estudio de diseño no experimental, se observan situaciones en las que las circunstancias que han dado origen a las mismas son analizadas sin ser manipuladas en absoluto en el transcurso de la investigación. Por ende, en el diseño no experimental, una vez que se han establecido las dimensiones e indicadores a analizar, el sondeo de los mismos se realiza sin ninguna intervención directa por parte del investigador.

En lo que se refiere a la modalidad transeccional de la investigación, se comprende que en ésta se estima información recopilada en un plazo específico, sin considerar en ninguna instancia datos obtenidos de manera previa o posterior al periodo delimitado de estudio.

Epistemología

La presente investigación asume una postura materialista-aristotélica, pues supone que la relación sujeto-objeto de este estudio se encuentra enmarcada en los procesos en acto y en potencia que permiten establecer una vinculación directa, tangible y contrastable entre el investigador y su unidad de estudio.

Hipótesis

La interpretación perceptiva del espectador guayaquileño y sus hábitos de consumo de producciones cinematográficas ecuatorianas se caracterizan por la desconexión del público con el cine local y el advenimiento de nuevas alternativas de visionado.

Variables

- A) Interpretación perceptiva
- B) Hábitos de consumo de producciones cinematográficas.

Operacionalización de variables

Variables	Dimensiones	Indicadores	Técnicas
Interpretación perceptiva	Desconexión del público con el cine local	Reincidencia de realizadores en las mismas temáticas	Entrevista semiestructurada
			Escala de Likert
		Cine nacional carente de campos de conexión	Escenario Ideal
			Escala Numérica
	Asimilación de personajes	Grado de Filiación	Test proyectivo
			Escala Intensidad
Identificación colectiva		Cambio de Rol	
		Encuesta	
Hábitos de consumo de producciones cinematográficas ecuatorianas	Diferentes alternativas de visionado	Visionado tradicional	Entrevista semiestructurada
			Escala de Likert
	Nuevos medios de consumo		Escenario Ideal
			Escala Numérica
	Concurrente ocasional o periférico	Aproximación al medio cinematográfico	Cambio de Rol
			Escala intensidad
		Tendencia cinematográfica específica	Entrevista semiestructurada
		Escala Numérica	

Técnicas de investigación

En base al modelo de investigación escogido, se ha decidido hacer uso de ocho técnicas, entre cualitativas y cuantitativas, con el fin de analizar las variables y dimensiones propuestas como objeto de estudio.

Técnicas cualitativas

- Entrevista semiestructurada: Se sondea la opinión del entrevistado a través de preguntas planteadas que le permiten ofrecer una respuesta flexible y la cual variará de acuerdo a su subjetividad.
- Escenario ideal: Técnica en la que se solicita a los encuestados que propongan un marco hipotético referente al tema de investigación, en el que estos expresen las condiciones idóneas para su cumplimiento.
- Cambio de Rol: Técnica a través de la cual se pide al sujeto de estudio que asuma temporalmente un rol ajeno al de su cotidianidad, con el fin de que éste exprese, a través de su subjetividad, cómo sería su comportamiento en dicho escenario.
- Test proyectivo: Procedimiento que implica la exhibición de un fragmento o un fotograma de una obra audiovisual relacionada al objeto de estudio, con el propósito de analizar la apreciación de los entrevistados sobre la misma.

Técnicas cuantitativas

- Encuesta: Método para obtener datos fidedignos sobre la conducta y las opiniones de un grupo social específico escogido previamente a través de una muestra, de conformidad con los objetivos del estudio.
- Escala numérica: Técnica en la que se establece una gradación del número 1 al 5, siendo 1 el nivel inferior y el 5 el superior, con el objetivo de permitir al sujeto de estudio indicar su grado de conocimiento sobre un aspecto específico del tema.
- Escala de Likert: Escala en la que se establecen, como mínimo, cinco opciones de respuesta, con el propósito de que el encuestado elija una de ellas y, de ese modo, gradar su nivel de aprobación con respecto al tema sondeado.
- Escala de intensidad: se plantea al entrevistado una pregunta y éste debe escoger entre un conjunto de opciones, cuya magnitud puede oscilar entre decreciente a creciente o viceversa, determinando así el grado de predilección del sujeto.

Análisis del objeto de estudio

Comprender la interpretación perceptiva del espectador guayaquileño, con respecto a las producciones nacionales, resulta de vital importancia para discernir las causas del aparente desinterés de la audiencia local por el cine ecuatoriano en general. Determinar la valoración del espectador sobre el cine ecuatoriano permitiría identificar los problemas y encontrar nuevos enfoques que permitan solucionarlos.

En la percepción del espectador guayaquileño promedio, la sala de cine es un lugar al cual acudir en busca de entretenimiento, un medio que le permite obtener un momento de relajación y olvidarse de las preocupaciones de su cotidianidad. Basándose en estas necesidades de esparcimiento cinematográfico, el cine ecuatoriano no representa su primera opción cuando elige un filme de la cartelera. Se considera a la filmografía nacional como una concentrada reiterativamente en las problemáticas sociales del país, en los aspectos negativos de la sociedad actual y en la historia del Ecuador. Para la audiencia local, las idiosincrasias del ecuatoriano se presentan en varias de las películas nacionales bajo una luz desfavorable, empleando a menudo arquetipos que suelen resaltar las facetas más trilladas de la herencia cultural nacional.

El drama y el documental son los géneros con los que el público local asocia comúnmente al cine nacional. Sin embargo, la adaptación literaria se mencionó como una de las temáticas más recurrentes en la filmografía local, valoración que dista considerablemente de la realidad cinematográfica actual del país. Al indagar entre el público, se pudo notar que esta percepción es producto de su asociación del cine ecuatoriano con filmes como *Entre Marx y una mujer desnuda* (Luzuriaga, 1996). Esta situación denota un desconocimiento general de la audiencia con respecto a las producciones cinematográficas del país en años recientes.

Con respecto a la naturaleza reiterativa del cine local, si bien gran parte del público se inclinó por considerar que el cine ecuatoriano se caracteriza por volver una y otra vez a las mismas temáticas, también se observó que muchos se mostraron reticentes a emitir un juicio sobre las tendencias de la cinematografía ecuatoriana reciente. Explicaron que su renuencia a opinar se debía a que no conocían muchos sobre los filmes locales estrenados en la última década, desconocimiento atribuido a las falencias de promoción de varios de los filmes locales que se estrenan en salas comerciales anualmente.

El público manifiesta un marcado interés por satisfacer sus necesidades de entretenimiento antes que cualquier otra, por lo que se inclinó en favor de un cine nacional

que procure satisfacer sus gustos temáticos antes que los de los realizadores nacionales. Sin embargo, consideró también que es posible generar un mercado cinematográfico local que sea capaz de jugar con las dinámicas del mercado, brindando un entretenimiento con contenido de calidad y que, a su vez, permita satisfacer las inquietudes artísticas de los cineastas, de la misma manera que lo han logrado otros países de la región.

La audiencia guayaquileña enfatiza una *buena historia* como el elemento fundamental para ver un filme ecuatoriano en una sala comercial. Aunque se expresaron otros factores, como el deseo de que se visibilice una mayor variedad en géneros estimados escasos como la comedia o la acción, el espectador local expresa categóricamente su deseo de disfrutar una historia original bien desarrollada con buenas actuaciones y excelentes valores de producción. Para el espectador local, los elementos que propician una conexión con las tramas y personajes de filmes ecuatorianos, se relacionan más con una percepción de calidad intrínseca en la producción antes que con aspectos como la identidad o el reflejo de una realidad.

La redundancia fue identificada como uno de los principales obstáculos para lograr una conexión con las producciones ecuatorianas. La insistencia en temáticas de realismo sucio y drama, el uso de los mismos actores en varios filmes y la visión de autor fueron citados por el espectador guayaquileño como los elementos que deben abandonarse o, en su defecto, aminorarse en la cinematografía nacional. Estas opiniones se correlacionan con las mencionadas previamente, en las que el público local expresó su deseo de apreciar una historia innovadora con buenas interpretaciones. La visión de autor es valorada como un obstáculo, pues se la considera como una que solo busca satisfacer las necesidades del realizador y no las del público.

El espectador local se inclinó por expresar que ha experimentado un grado de identificación de medio a alto con los personajes y temáticas presentadas en las películas nacionales que ha tenido la oportunidad de ver. Aunque el público ha expresado que el cine ecuatoriano en las últimas dos décadas se ha vuelto repetitivo, también considera que la conexión con alguno de los personajes propuestos sí se ha logrado. Sin embargo, es digna de observar la tendencia por parte del público a mencionar frecuentemente al filme *Ratas, Ratones, Rateros* (Cordero, 2000) como su principal referente al momento de indicar la producción con la que habían alcanzado una conexión significativa, con escasas referencias a algún otro de los filmes exhibidos en salas en años recientes.

A pesar de que el espectador guayaquileño dista de tener una inclinación por consumir el cine ecuatoriano, afirma que vería por una segunda ocasión las películas que ha tenido la oportunidad de ver y ha disfrutado. Si bien ha expresado previamente que la redundancia y una carencia de variedad en las temáticas le han impedido identificarse con el cine local, la identificación con ciertos filmes sí ha sido posible. Un estudio exhaustivo de los filmes con lo que la audiencia ecuatoriana en general se ha identificado, permitiría reconocer sus puntos en común y entender así las razones de la conexión alcanzada.

Enfrentados con la decisión de escoger entre dos afiches publicitarios de películas ecuatorianas estrenadas en la última década en salas comerciales, *Silencio en la tierra de los sueños* y *Dedicada a mi Ex*, el público guayaquileño se inclinó mayoritariamente hacia la segunda opción. Aunque el afiche de *Dedicada a mi Ex* se impuso debido a su saturación cromática, el afiche de *Silencio en la tierra de los sueños* también recibió buena acogida debido a su apariencia profesional y la intriga que propicia en el observador. No obstante, es importante destacar que gran parte del público que se inclinó por *Silencio en la tierra de los sueños* infirió que se trataba de una película de misterio o suspenso, evidenciando que las cualidades semióticas del afiche poseen propiedades ambivalentes para el espectador potencial, factor que pudo haber obrado en detrimento del filme mientras éste se encontraba en cartelera.

Al cuestionar el grado de filiación que el observador experimentó con respecto a los personajes tal y como son representados en los afiches, el público nuevamente se inclinó mayoritariamente por el afiche de *Dedicada a mi Ex*. Sin embargo, el público fue incapaz de dissociar su juicio del hecho que ha conocido previamente a los personajes debido a su exitoso canal de YouTube. Dicha situación comprueba que, en gran medida, el éxito de taquilla experimentado por *Dedicada a mi Ex* se encuentra más relacionado con una cuestión de reconocimiento de marca que con lo méritos del filme en sí.

Aunque una parte significativa del público manifestó tener una opinión positiva de los personajes que ha tenido la oportunidad de ver en filmes ecuatorianos, de igual manera, un número considerable de espectadores guayaquileños consideró haber experimentado una indiferencia hacia varios de los personajes cinematográficos nacionales. Se pudo observar que tal indiferencia se debe en gran parte a una percibida inconsistencia en la filmografía nacional, en la que unas pocas películas presentan personajes con cualidades verosímiles, mientras que muchas otras continúan perpetuando en estos los mismos clichés e idiosincrasias que perjudican la imagen del ecuatoriano.

La identificación con los personajes de películas ecuatorianas continúa resultando esquiva para el público local, pues el consenso alcanzado demuestra que la filiación alcanzada con estos es baja. Se mencionaron nuevamente factores como la explotación de modismos vulgares del ecuatoriano y el uso de los mismos actores carentes de versatilidad, como las razones que impiden la asimilación de los personajes propuestos por la filmografía nacional.

Con el propósito de conocer cuáles son los géneros que el espectador percibe como los preferidos por el público, se lo instó a considerar qué filmes incluiría en su sala de cine que permitirían a la audiencia alcanzar una identificación masiva. Se observó una tendencia a considerar filmes de comedia, acción y terror como los preferidos por el público y con los cuales éste alcanza un mayor grado de identificación. En la percepción del espectador local, la identificación colectiva se suele alcanzar comúnmente con filmes que la filmografía nacional no ha priorizado en sus esfuerzos de producción.

Al consultar al espectador sobre las cualidades que le gustaría ver reflejadas en personajes cinematográficos ecuatorianos, se inclinó hacia personajes que cuenten con cualidades dominantes y de liderazgo, que sean carismáticos y que proyecten realismo en sus interpretaciones. En la opinión del espectador, cualidades como el verismo realzan el proceso de identificación de parte del colectivo que representa la audiencia en la sala, propiciando la inmersión a través de una asimilación de los personajes.

La audiencia guayaquileña considera que definitivamente existe una diferencia significativa al apreciar una película en una sala de cine que en otros formatos. Para el espectador, la sala de cine realza la experiencia cinematográfica en maneras que otros formatos no son capaces de hacerlo, en gran parte debido a que se trata de una práctica colectiva que propicia una interacción involuntaria con el resto del público, generándose así un mayor grado de compenetración con la diégesis propuesta por el director.

El espectador guayaquileño se manifestó en contra de la noción de que las reacciones del público pueden influir significativamente en su apreciación de los personajes propuestos en un filme. El público considera que el juicio que emite sobre los personajes presentados, en una sala comercial o de cualquier otra índole, se basa meramente en su subjetividad y el público que lo acompaña no puede incidir de ninguna manera sobre él. No obstante, resulta digno de mencionar que se pudo observar en el público una reacción adversa ante la pregunta propuesta, pues en sus comentarios expresaron que tal sugerencia los despojaba de su autonomía como individuos.

Los hábitos de consumo de la audiencia guayaquileña desempeñan un rol preponderante en su elección de entretenimiento cinematográfico. Las nuevas modalidades de visionado que se han impuesto en la última década representan un reto más para la filmografía nacional en busca de una audiencia elusiva. Por ende, resultó de suma importancia intentar evaluar la influencia que ejercen estas nuevas alternativas de visionado en el espectador local con respecto a las producciones ecuatorianas, así como la importancia que la sala aun desempeña en sus tendencias de consumo fílmico.

Para el espectador guayaquileño el visionado en sala continúa siendo la manera ideal para consumir producciones cinematográficas. Aunque admitió que en la actualidad mucho de su consumo audiovisual se basa en los servicios de streaming, la sala le ofrece opciones que aún no han podido ser reemplazadas por ninguna otra modalidad de visionado. La *experiencia única* que ofrece la sala desde el aspecto visual y sonoro fue la razón más citada para seguir eligiendo al cine como una primera opción. Se mencionó además la oportunidad que ofrece asistir al cine de socializar y pasar un momento en familia, así como salir de la cotidianidad por un breve momento.

Aunque la audiencia local considera a la sala como el medio por antonomasia para consumir cine, su tendencia a consumirlo a través de este medio se encuentra intrínsecamente ligada al tipo de película que se oferte. Para el espectador guayaquileño los filmes de terror, acción, superhéroes, ciencia ficción representan las opciones ideales para acudir a complejo multisalas. De acuerdo a los géneros mencionados, se puede notar una inclinación por considerar como primera opción filmes que usualmente provocan una saturación de los sentidos, siendo ésta acentuada por la calidad visual y sonora que fue valorada previamente como la razón principal para acudir a salas comerciales.

El espectador guayaquileño manifestó que acude asiduamente a salas de cine comerciales para apreciar filmes de Hollywood. Si bien el espectador demuestra una inclinación profundamente arraigada por ver películas estadounidenses cuando asiste a los complejos multisalas, se mencionó frecuentemente que la razón de este comportamiento es que dichas producciones son las que dominan las carteleras, además de ser las que reciben la mejor y mayor promoción.

En contraposición, la audiencia local señaló que su concurrencia a salas comerciales para apreciar filmes nacionales es un hábito infrecuente en el mejor de los casos. Sin embargo, gran parte del público atribuyó este comportamiento a factores como la escasa publicidad que reciben los filmes locales, su pobre programación de horarios y

su esporádica presencia en las carteleras del país. Tales aseveraciones indicarían que, si bien el espectador no ha desarrollado una costumbre por consumir producciones nacionales debido al predominio del cine extranjero, las carencias de distribución y promoción del cine ecuatoriano inciden significativamente en este comportamiento.

Considerando el influjo que las nuevas alternativas de visionado tienen en los hábitos de consumo del espectador local, se consideró relevante indagar las características que la audiencia considera más importantes para consumir un filme en sala en lugar de otros modos de consumo. El público señaló nuevamente a la experiencia única que ofrece el cine con sus comodidades. No obstante, otra de las principales razones citadas para asistir a una sala de cine es poder apreciar una buena trama, respuesta que se relaciona con otras anteriores en las que el público exige una historia innovadora.

Los servicios de streaming como *Netflix* o *Amazon Prime* en la actualidad están modificando las formas de consumir cine, por lo que se consideró importante evaluar el efecto que tales plataformas podrían tener en el consumo del espectador guayaquileño. La fácil accesibilidad que supondría contar con varios títulos nacionales en plataformas como *Netflix*, así como la economía que ésta implicaría, fueron citados como alicientes para consumir más cine ecuatoriano a través de dicho medio. De esta manera, el streaming se perfila como el medio ideal para distribuir las producciones locales en el futuro, en vista de la hegemonía impuesta por el cine extranjero en los complejos multisalas.

Debido a que las alternativas modernas de consumo cinematográfico han segmentado a los públicos en décadas recientes, conocer cómo es valorada en la actualidad la experiencia en sala por el espectador guayaquileño resultó de suma importancia. La audiencia guayaquileña manifestó que sigue experimentado un grado de satisfacción alto cuando asiste a ver un filme en una sala comercial. Si bien se mencionaron algunos factores que en la actualidad pueden detraer de la experiencia, para el espectador local, tener la oportunidad de disfrutar sus películas favoritas en una sala tradicional continúa siendo la modalidad idónea de consumo cinematográfico.

En contraposición, se pidió al espectador que evaluara su grado de satisfacción al apreciar películas en formato DVD o streaming en comparación a la experiencia en sala. Si bien el público valoró a estos formatos con un alto grado de satisfacción, no superó a la valoración obtenida por la sala convencional, imponiéndose ésta última por amplio margen. A pesar de que resulta imposible negar el terreno abarcado por los servicios de streaming en años recientes, la experiencia en sala mantiene su atractivo para los

espectadores locales, quienes hacen una clara distinción entre películas que pueden ser disfrutadas desde la comodidad de sus hogares y películas cuyas cualidades provocan que su visionado en sala se convierta en un requisito sine qua non.

De acuerdo con la apreciación del espectador con respecto a la poca visibilidad del cine ecuatoriano en salas, se lo instó a cuestionarse sobre su consumo si el acervo fílmico nacional hubiese contado con suficientes títulos desde décadas anteriores con una apropiada distribución. El público local estimó que, un amplio catálogo de títulos fácilmente accesibles en diferentes medios de visionado, habría incidido positivamente en su consumo actual, debido al forjamiento temprano de un hábito cinematográfico que permitiría la visibilidad de una filmografía alterna a la industria hegemónica.

Considerando a la educación como un factor determinante en la elección de entretenimiento cultural y cinematográfico en general, se cuestionó al público con respecto a su opinión sobre si una formación en artes puede incidir en su interés por el cine nacional. El espectador guayaquileño opinó que un conocimiento profundo de cualquier rama artística tendría la capacidad de incentivar la disposición de una persona por conocer lo que el medio cinematográfico local tiene que ofrecer. Estos conocimientos, en opinión del público, permitirían analizar las producciones desde una perspectiva diferente, evidenciándose así la importancia del capital cultural en el espectador.

A pesar de que los servicios de streaming comienzan a imponerse en la sociedad contemporánea, estos aún son inasequibles para grandes sectores de la población ecuatoriana que no cuentan con la tecnología o el acceso a internet necesarios para usarlos. Por ende, se consideró necesario conocer el interés del público local por apreciar filmes nacionales en medios más tradicionales como la televisión. El espectador guayaquileño mostró un gran interés por ver más películas ecuatorianas transmitidas en TV, valorándolo como el medio idóneo para llegar a una gran cantidad de espectadores debido a su mayor accesibilidad con respecto a otras tecnologías más recientes.

De igual manera, se inquirió a la audiencia guayaquileña sobre su interés de contar con espacios alternativos a las salas comerciales que ofrezcan opciones nacionales como los cines comunitarios o cine clubes. El público se mostró a favor de esta iniciativa, pues se los ve como espacios que logran llegar a segmentos de la población que no cuentan con los recursos para asistir a una sala de cine comercial. Sin embargo, señalaron que una socialización adecuada de estos espacios es vital para que funcionen a largo plazo, pues su desconocimiento impide que tengan el alcance necesario para lograr sus objetivos.

Con el fin de conocer cómo reacciona el espectador guayaquileño ante las fuertes campañas publicitarias de filmes hollywoodenses, se lo exhortó a cuestionarse si alguna vez ha asistido a ver un filme a una sala de cine debido a la atención mediática que éste recibe. El espectador se mostró indeciso con respecto al cuestionamiento, observando que, si bien la influencia que ejercen los medios puede ser intimidante, él solo responde a lo que le interesa. No obstante, se pudo notar nuevamente incomodidad en el público por admitir la influencia de fuerzas externas en sus decisiones, dado que al igual que con una pregunta previa, expresaron que ésta atentaba contra su individualidad y albedrío.

En contraposición, el espectador local concedió que la influencia que ejercen la familia, amigos y pareja en su elección de entretenimiento cinematográfico puede ser en extremo poderosa. El público guayaquileño señaló a la familia como el grupo que ejerce la mayor presión al momento de elegir una película para ver en una sala de cine, debido en gran medida por satisfacer los deseos de los hijos cuando surge en cartelera un filme apropiado para ellos. Las tendencias que impone la industria hollywoodense a través de su espectacularidad fílmica, asistidas magníficamente por sus intrincadas campañas publicitarias, provocan que incluso las personas que carecen de un interés en éstas, no puedan evadir el poderoso influjo que ejercen en el entorno social y cultural contemporáneo.

Se instó al espectador a evaluar, bajo su percepción, de qué manera factores como la cobertura mediática y la presión de grupo pueden incidir en sus decisiones al momento de escoger un filme en cartelera. El público señaló que dichos factores pueden ejercer una influencia considerable al momento de escoger un filme para apreciar en una sala de cine. Sin embargo, de igual manera reconoció que, en gran medida, cuando ha debido asistir a uno de estos filmes por factores ajenos a su voluntad, ha podido disfrutarlos.

De acuerdo con lo expuesto, la interpretación perceptiva del espectador guayaquileño incide rotundamente en sus hábitos de consumo cinematográfico. El público local busca pasar un momento ameno de ocio y distracción cuando asiste a una sala comercial, elementos que, bajo su percepción, la producción nacional actual no le ofrece. De la misma manera, sus hábitos de consumo señalan que la experiencia en sala continúa siendo significativa para este público a pesar de las nuevas tendencias de visionado que han surgido en años recientes, eligiendo a los filmes de gran impacto visual y emocional como los apropiados para ser apreciados en una complejo multisalas, dejando así de lado a las producciones nacionales desprovistas de estas características.

Análisis de resultados

En el siguiente apartado se procede a hacer un desglose de los resultados obtenidos en la investigación de campo realizada, cotejando cada una de las técnicas que fueron implementadas. Se detalla a continuación el número total de la muestra, la cual se procuró estuviere compuesto de manera homogénea por hombre y mujeres:

Muestra

Hombres	57
Mujeres	43

Una vez habiendo finalizado el trabajo de campo respectivo, se procede al respectivo conteo de los resultados de cada una de las técnicas para después realizar el análisis respectivo que será detallado de manera numérica, gráfica y teórica.

Variable: Interpretación perceptiva del espectador
Dimensión: Desconexión del espectador con el cine local
Indicador: Reincidencia de realizadores en temáticas similares
Técnica cualitativa: Entrevista semiestructurada

1. ¿Considera usted que el cine ecuatoriano aborda una gran diversidad de temáticas?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
No, solo se reflejan problemáticas sociales, idiosincrasias e historia ecuatoriana.	57	57%
Sí, hay diversidad de temáticas sociales, culturales y regionales.	30	30%
No he visto suficiente cine ecuatoriano como para formarme un criterio al respecto.	7	7%
Otros	6	6%
Total	100	100%

Tabla 2.1

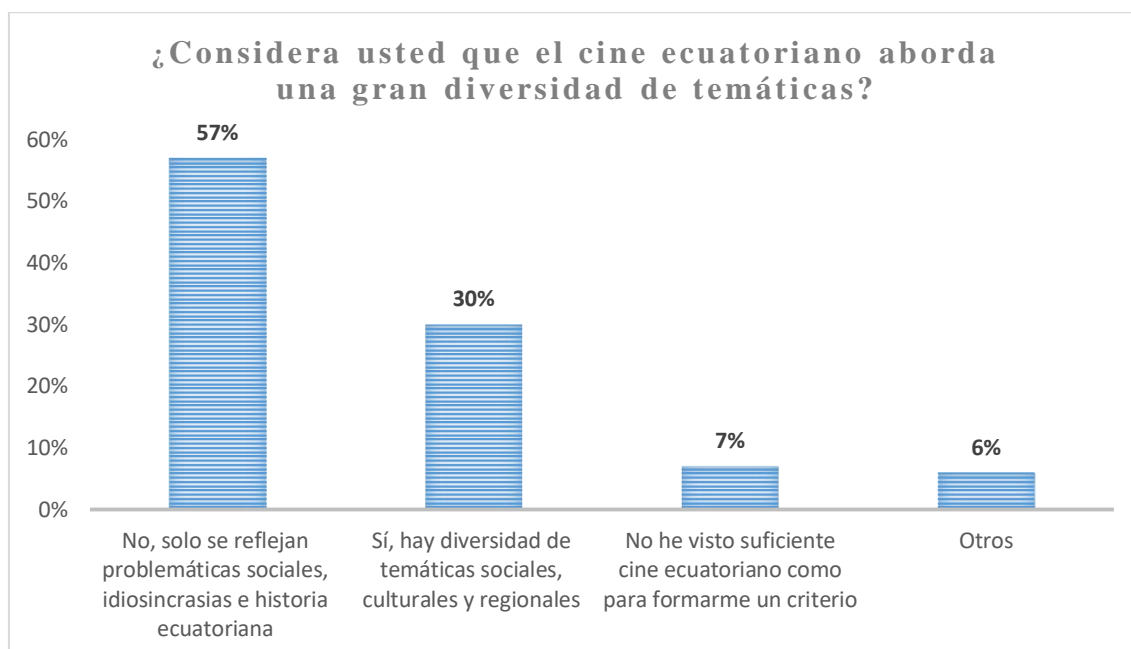


Figura 2.1

Análisis: a pesar del crecimiento que el cine ecuatoriano ha experimentado en la última década, en la percepción del público, éste continúa perpetuando los mismos paradigmas con los que se lo ha asociado a través de los años. Un 57% considera que es un cine centrado en las mismas temáticas de realismo social, proyectando realidades desfasadas del ecuatoriano y que usualmente solo buscan enfatizar las facetas negativas del país.

2. ¿Con cuáles géneros cinematográficos asocia usted generalmente al cine ecuatoriano?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Drama	23	23%
Drama y Documental	21	21%
Drama y Adaptación Literaria	13	13%
Drama y Comedia	8	8%
Documental	9	9%
Comedia y Documental	5	5%
Adaptación Literaria	5	5%
Drama, Comedia y Documental	4	4%
Comedia	3	3%
Adaptación Literaria y Documental	2	2%
Todos	2	2%
Acción	1	1%
Comedia y Acción	1	1%
Drama y Acción	1	1%
Acción y Adaptación Literaria	2	2%
Total	100	100%

Tabla 2.2

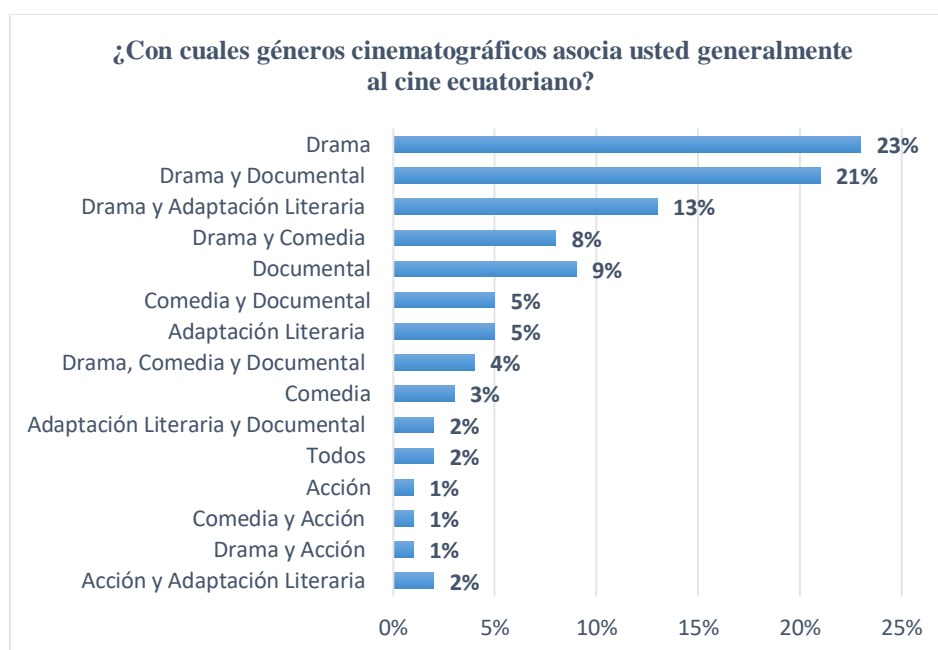


Figura 2.2

Análisis: en la percepción del espectador guayaquileño los géneros preponderantes en la filmografía nacional son el drama y el documental, seguidos de cerca por la adaptación literaria. En los comentarios del público se reflejó que dicha percepción se debe al éxito logrado por documentales en la última década en festivales de cine extranjeros.

Variable: Interpretación perceptiva del espectador
Dimensión: Desconexión del espectador con el cine local
Indicador: Reincidencia de realizadores en temáticas similares
Técnica cuantitativa: Escala de Likert

3. El cine nacional en general aborda las mismas temáticas en gran parte de sus filmes.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
A) Totalmente de acuerdo	18	18%
B) De acuerdo	36	36%
C) Indeciso	35	35%
D) En desacuerdo	11	11%
E) Totalmente en desacuerdo	0	0%
Total	100	100%

Tabla 2.3

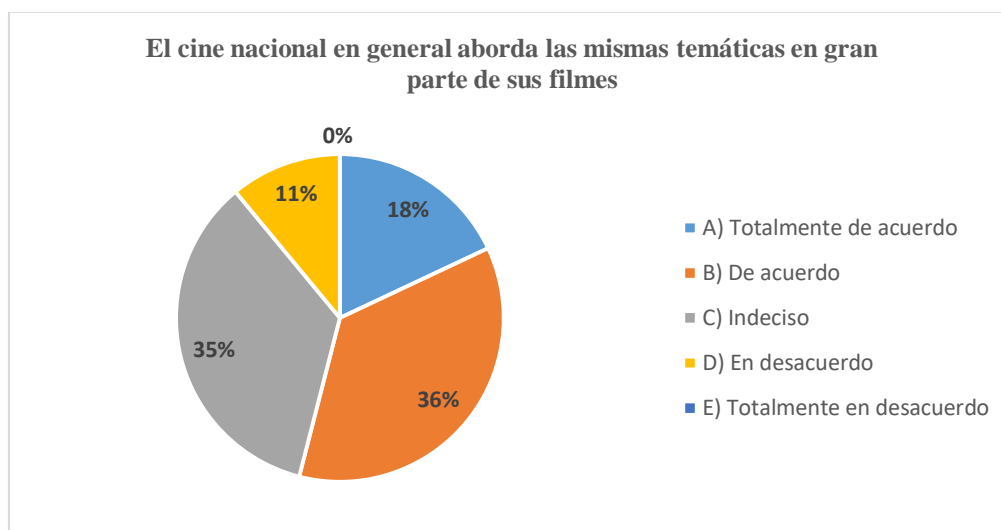


Figura 2.3

Análisis: un 54% del público se manifestó en acuerdo de que las temáticas de los filmes nacionales son reiterativas en su naturaleza. Si bien consideró que se ha diversificado en ciertos aspectos en años recientes, se mantienen ciertos paradigmas que impiden al espectador valorarlo como algo nuevo o diferente.

4. El cine nacional debería diversificar su oferta por temáticas que vayan más acorde con los gustos del público local y no con los de los realizadores.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
A) Totalmente de acuerdo	43	43%
B) De acuerdo	24	24%
C) Indeciso	12	12%
D) En desacuerdo	16	16%
E) Totalmente en desacuerdo	5	5%
Total	100	100%

Tabla 2.4

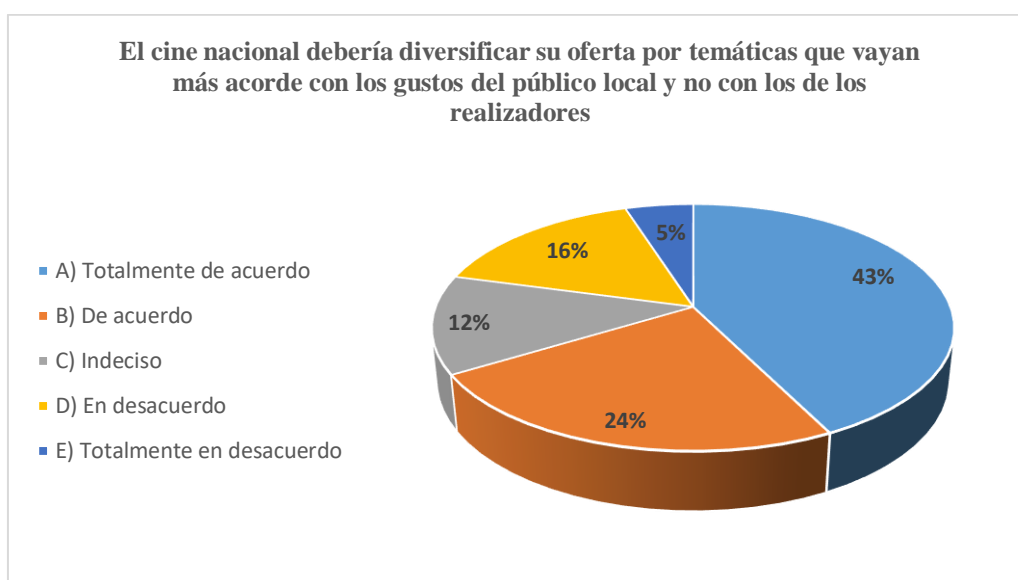


Figura 2.4

Análisis: con la pregunta planteada, un 67% del público se pronunció a favor de que la producción cinematográfica nacional categóricamente debería inclinarse hacia satisfacer los gustos de la audiencia local en general. Sin embargo, es de observar que el público además opinó que se debería intentar producir un cine que satisfaga los deseos de esparcimiento de la audiencia en general, pero que a la vez no ofrezca solamente un entretenimiento vacío que carezca de un valor artístico mínimo.

Variable: Interpretación perceptiva del espectador

Dimensión: Desconexión del espectador con el cine local

Indicador: Cine nacional carente de campos de conexión

Técnica cuantitativa: Escenario ideal

5. Yo iría al cine a ver una película ecuatoriana si ésta contara con los siguientes elementos:

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Buen guion	21	21%
Comedia	13	13%
Comedia y Acción	14	14%
Buenas actuaciones	10	10%
Excelentes valores de producción	10	10%
Otros	8	8%
Ciencia Ficción	7	7%
Basadas en hechos reales	7	7%
Terror y Suspense	4	4%
Animación	3	3%
Mitos y Leyendas	3	3%
Total	100	100%

Tabla 2.5

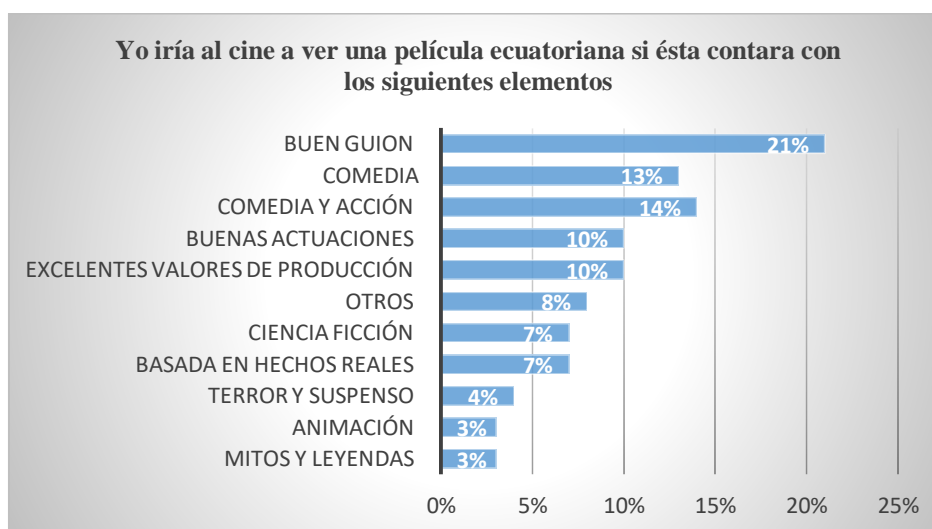


Figura 2.5

Análisis: el público valora un buen guion y una trama interesante y bien elaborada como el aspecto más importante para poder disfrutar una película ecuatoriana, lo cual indica que el público considera este aspecto como una de las falencias del cine nacional actual. También se puede evidenciar que un 27% del público desea ver más comedia, género que, en su percepción, no es explorado a menudo en el cine local.

6. Para que yo vea más cine ecuatoriano la producción nacional debe dejar de:

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Redundar en las temáticas	23	23%
Hacer producciones de Realismo Sucio	19	19%
Usar a los mismo actores	15	15%
Otros	13	13%
Enfocarse en el género dramático	8	8%
Enfocarse en el cine de autor	8	8%
Escatimar en la publicidad	6	6%
Escatimar en los valores de producción	4	4%
Enfocarse en el género Documental	4	4%
Total	100	100%

Tabla 2.6

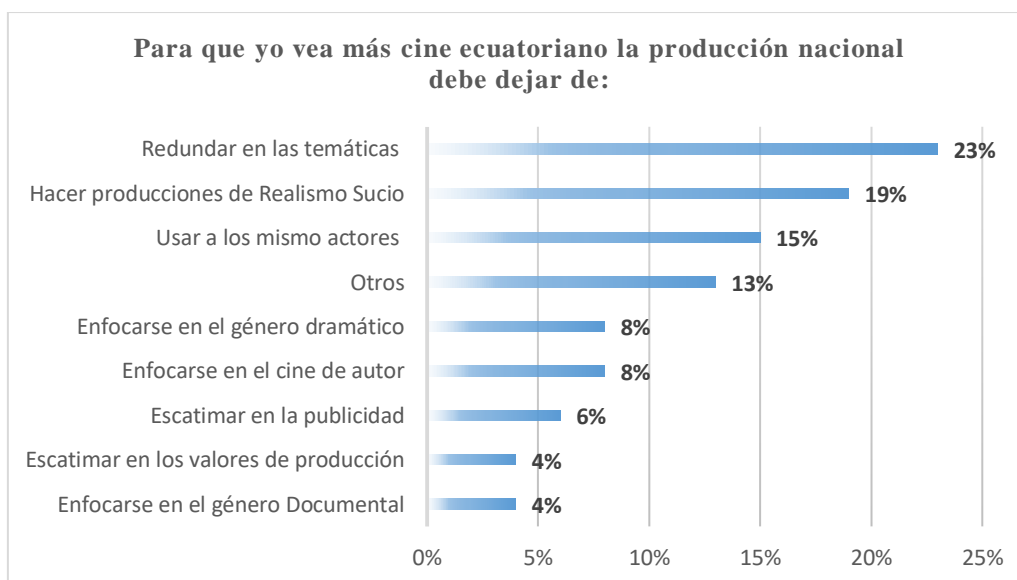


Figura 2.6

Análisis: se puede observar que un 65% de los espectadores guayaquileños que formaron parte del trabajo de campo, considera que la redundancia de características como el género dramático, el *Realismo Sucio*, así como el uso de los mismos actores, resulta en que el público local no considere a las películas nacionales como una opción viable al momento de asistir a un complejo multisalas.

Variable: Interpretación perceptiva del espectador

Dimensión: Desconexión del espectador con el cine local

Indicador: Cine nacional carente de campos de conexión

Técnica cuantitativa: Escala numérica

7. Siendo 1 lo mínimo y 5 lo máximo, señale el grado de conexión que ha alcanzado usted con las tramas y los personajes de un filme nacional.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	12	12%
2	14	14%
3	49	49%
4	18	18%
5	7	7%
Total	100	100%

Tabla 2.7

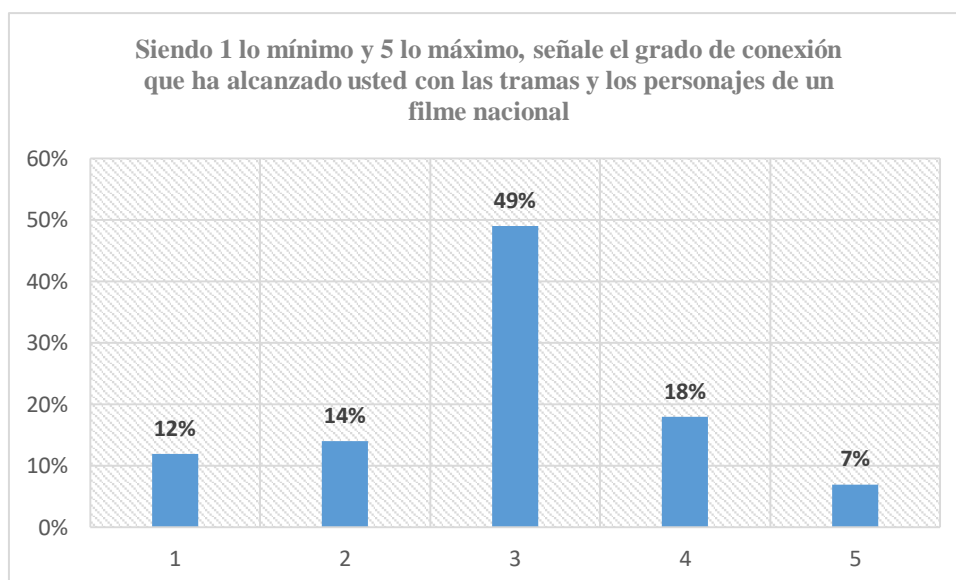


Figura 2.7

Análisis: la pregunta planteada evidenció que un 49% del público ha alcanzado un grado medio de identificación con los personajes y temáticas presentadas en los filmes ecuatorianos. Entre los comentarios se pudo observar una tendencia a apuntar a una característica específica del filme como puede ser el género, el realizador o el actor, indicando que algunos filmes si han contado con elementos que le permiten al espectador generar una conexión.

8. Siendo 1 lo mínimo y 5 lo máximo, indique su deseo de volver a ver una película ecuatoriana después de haberla visto en una sala de cine o algún otro medio de consumo audiovisual.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	18	18%
2	15	15%
3	38	38%
4	17	17%
5	12	12%
Total	100	100%

Tabla 2.8

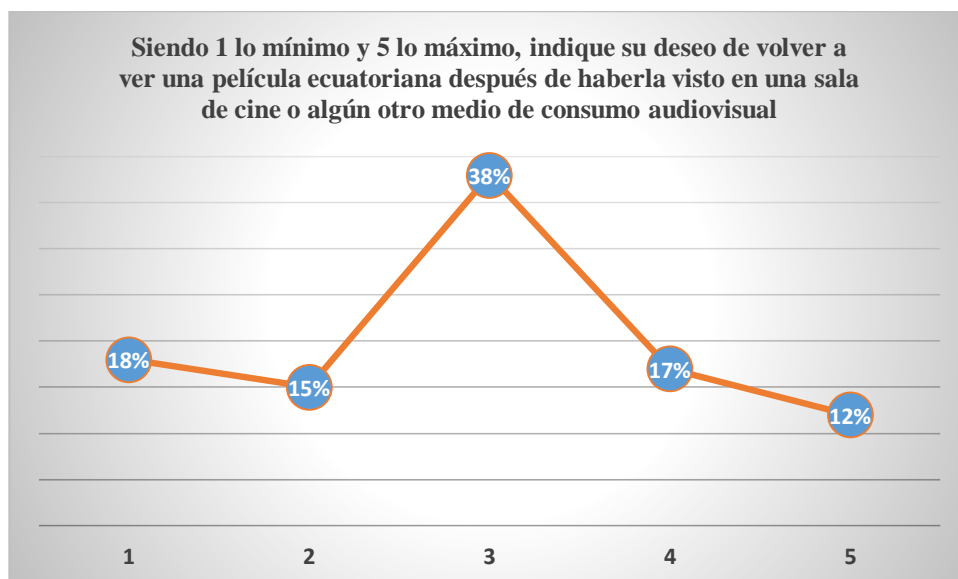


Figura 2.8

Análisis: la pregunta permitió conocer que un 38% de los espectadores que formaron parte de este estudio, sí han podido disfrutar las películas nacionales a través de ciertos aspectos que les permitieron identificarse con ellas, al punto de considerar volver a verlas en alguna otra ocasión. El resultado, aunque no se trata de cifra elevada, sugiere que los puntos de conexión con la audiencia pueden alcanzarse hasta cierto punto con los filmes ecuatorianos.

Variable: Interpretación perceptiva del espectador

Dimensión: Asimilación de personajes

Indicador: Grado de filiación

Técnica cualitativa: Test proyectivo

9. ¿Cuál de los dos afiches de películas ecuatorianas presentados le parece más atractivo?

A



B



Categoría	Frecuencia	Porcentaje
B por su vistosidad cromática	25	25%
A por su título y diseño de apariencia interesante e intrigante	23	23%
B porque parece cómica	13	13%
B porque conozco a los actores	13	13%
A por afiche más artístico y profesional	11	11%
Otros	8	8%
Ninguno de los dos	4	4%
Ambos	3	3%
Total	100	100%

Tabla 2.9

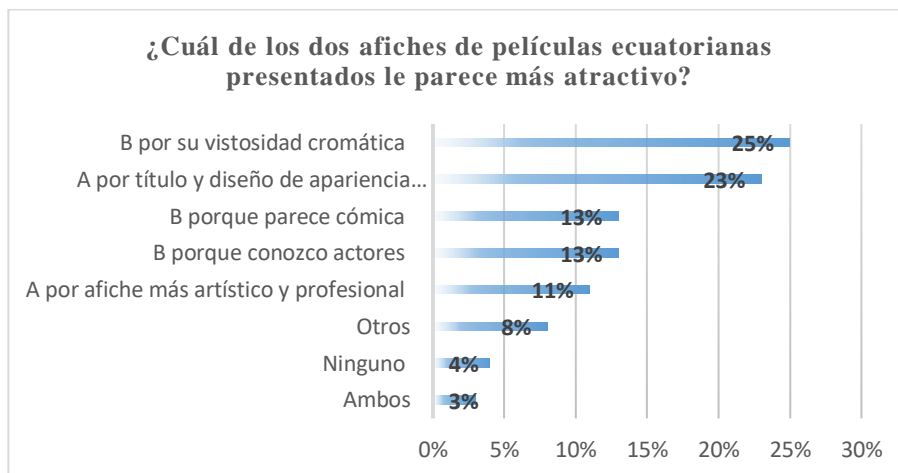


Figura 2.9

Análisis: una cuarta parte del público se inclina por la vistosidad del afiche del filme *Dedicada a mi Ex*, mientras que una proporción cercana se inclina por el afiche de *Silencio en la tierra de los sueños*, debido a que el título y el diseño les atrajeron por la percepción de misterio que provoca.

10. ¿Con cuál de los dos afiches siente usted un mayor grado de filiación hacia los personajes presentados?

A



B



Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Dedicada a mi Ex	56	56%
Silencio en la tierra de los sueños	33	33%
Otros	6	6%
Ninguno de los dos	4	4%
Ambos	1	1%
Total	100	100%

Tabla 2.10

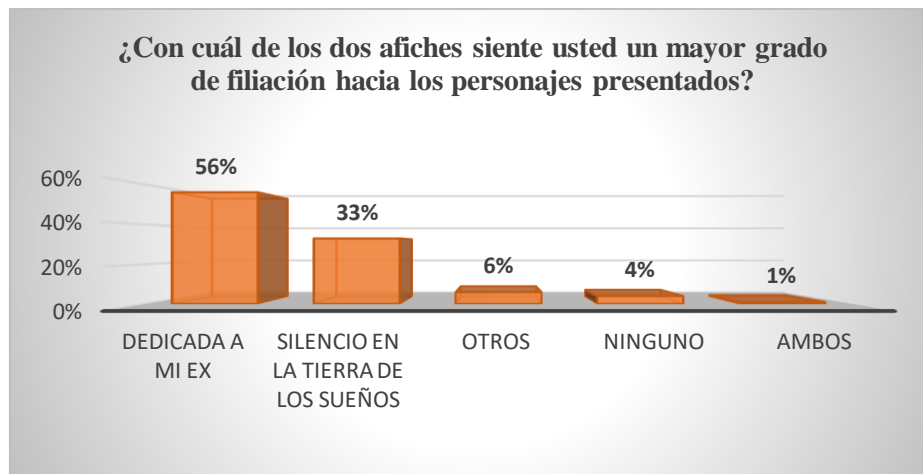


Figura 2.10

Análisis: la pregunta demuestra que un 56% del público se inclina por *Dedicada a mi Ex* como el filme cuyo afiche les genera un mayor grado de filiación. Sin embargo, es importante enfatizar que una parte considerable del público indicó que dicha filiación se relaciona con el hecho de que ya conocen a los personajes, evidenciando una predisposición debido a la visibilidad de los personajes en otros medios de consumo.

Variable: Interpretación perceptiva del espectador

Dimensión: Asimilación de personajes

Indicador: Grado de filiación

Técnica cuantitativa: Escala de intensidad

11. ¿Qué opinión tiene usted de los personajes propuestos en películas ecuatorianas que ha tenido la oportunidad de ver?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
A) Me gustan mucho	6	6%
B) Me gustan	47	47%
C) Me son indiferentes	29	29%
B) Me gustan poco	13	13%
A) No me gustan en absoluto	5	5%
Total	100	100%

Tabla 2.11

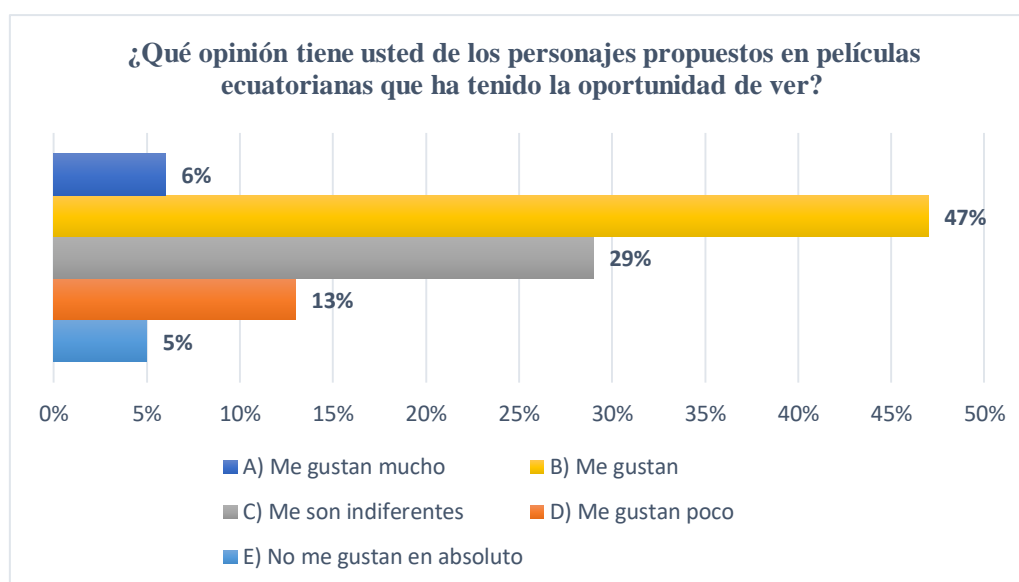


Figura 2.11

Análisis: una 53% del público consideró que, en términos generales, le agradan los personajes de películas ecuatorianas que ha podido apreciar, situación que parecería indicar que la audiencia local que acude a salas ver filmes nacionales sí está identificándose y empatizando con los personajes de los filmes nacionales. Sin embargo, es importante destacar que un porcentaje menor pero considerable del público también indicó sentir una indiferencia hacia los personajes de películas ecuatorianas.

12. Considera que el grado de identificación que usted ha alcanzado con los personajes en las películas ecuatorianas que ha visto es:

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy alto	6	6%
Alto	17	17%
Ni alto ni bajo	56	56%
Bajo	15	15%
Muy bajo	6	6%
Total	100	100%

Tabla 2.12

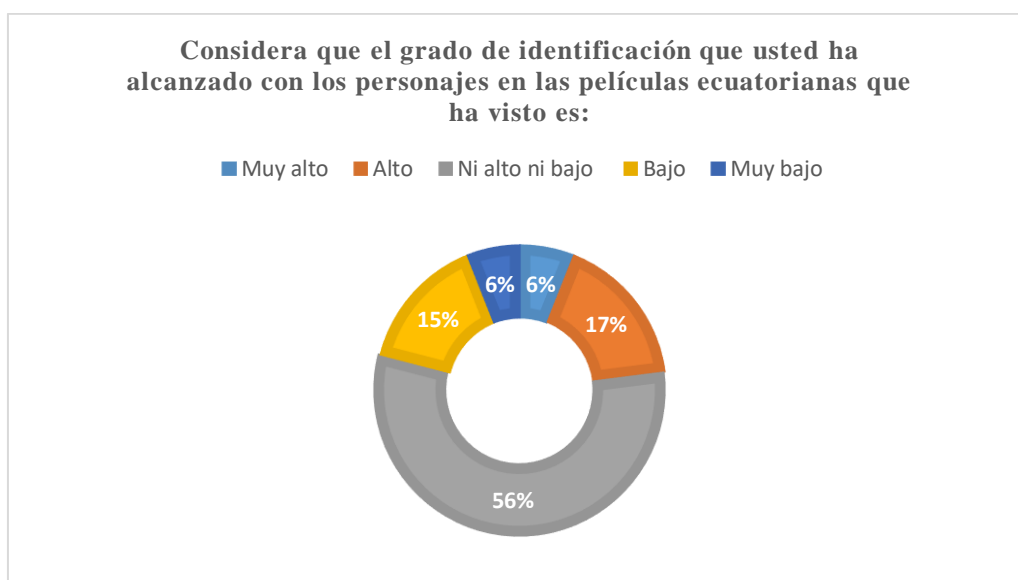


Figura 2.12

Análisis: la pregunta permitió conocer que un 56% de la audiencia local está respondiendo de manera indiferente ante los personajes presentados en las propuestas cinematográficas nacionales. La tendencia se inclinó hacia la baja con respecto a la filiación que el espectador guayaquileño ha experimentado con personajes de filmes ecuatorianos, señalando que los campos de conexión que el espectador guayaquileño genera con la producción local son, en el mejor de los casos, esporádicos.

Variable: Interpretación perceptiva del espectador

Dimensión: Asimilación de personajes

Indicador: Identificación colectiva

Técnica cualitativa: Cambio de Rol

13. Si usted fuera propietario de una sala de cine ¿Qué clase de filmes consideraría incluir para que la audiencia en general se identifique con los personajes?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Comedia	18	18%
Terror y Suspenso	17	17%
Acción	11	11%
Películas con mensaje de vida	8	8%
Otros	9	9%
Comedia y Acción	10	10%
Cine internacional independiente	6	6%
Drama	5	5%
Blockbusters	5	5%
Documentales	4	4%
Animación	4	4%
Nacionales	2	2%
Musicales	1	1%
Total	100	100%

Tabla 2.13

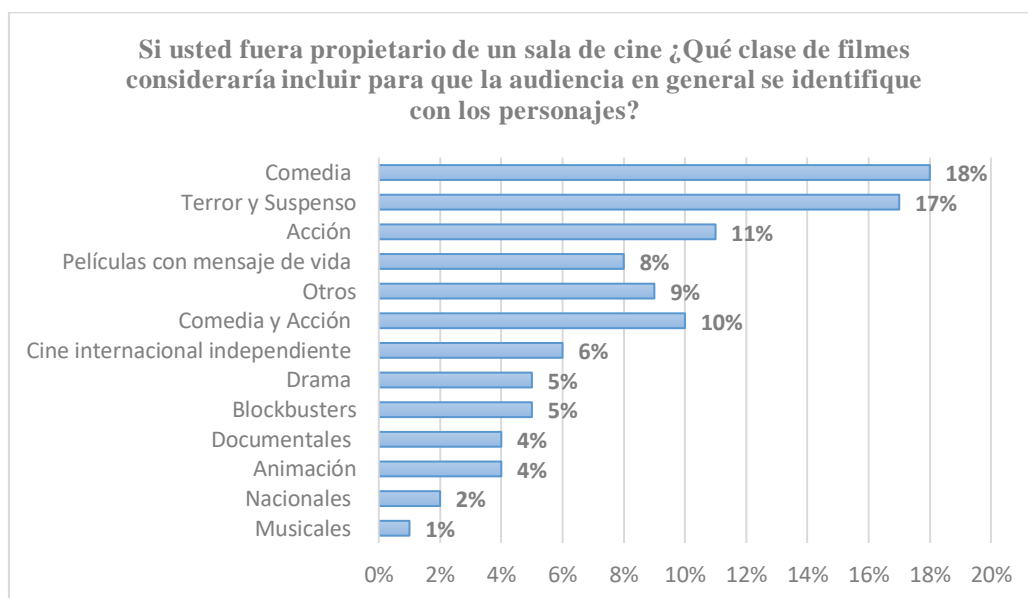


Figura 2.13

Análisis: se pudo evidenciar, a través de un 28% del público, que éste considera a la comedia como el género con el que se vería identificado, seguido muy de cerca por el terror y el suspenso. Se refleja en el público un interés por apreciar géneros que aún deben ser explorados a fondo por la producción nacional.

14. Si usted fuera un realizador ¿Qué rasgos incluiría en sus personajes para lograr que la audiencia en general se identifique con ellos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Personajes carismáticos, arriesgados y seguros	26	26%
Personajes reales, auténticos no estereotipados	17	17%
Otros	18	18%
Personajes cómicos	9	9%
Personajes capaces de generar empatía	10	10%
Personajes que reflejan la ecuatorianidad	9	9%
Personajes con buena apariencia	5	5%
Personajes con un lado oscuro	6	6%
Total	100	100%

Tabla 2.14

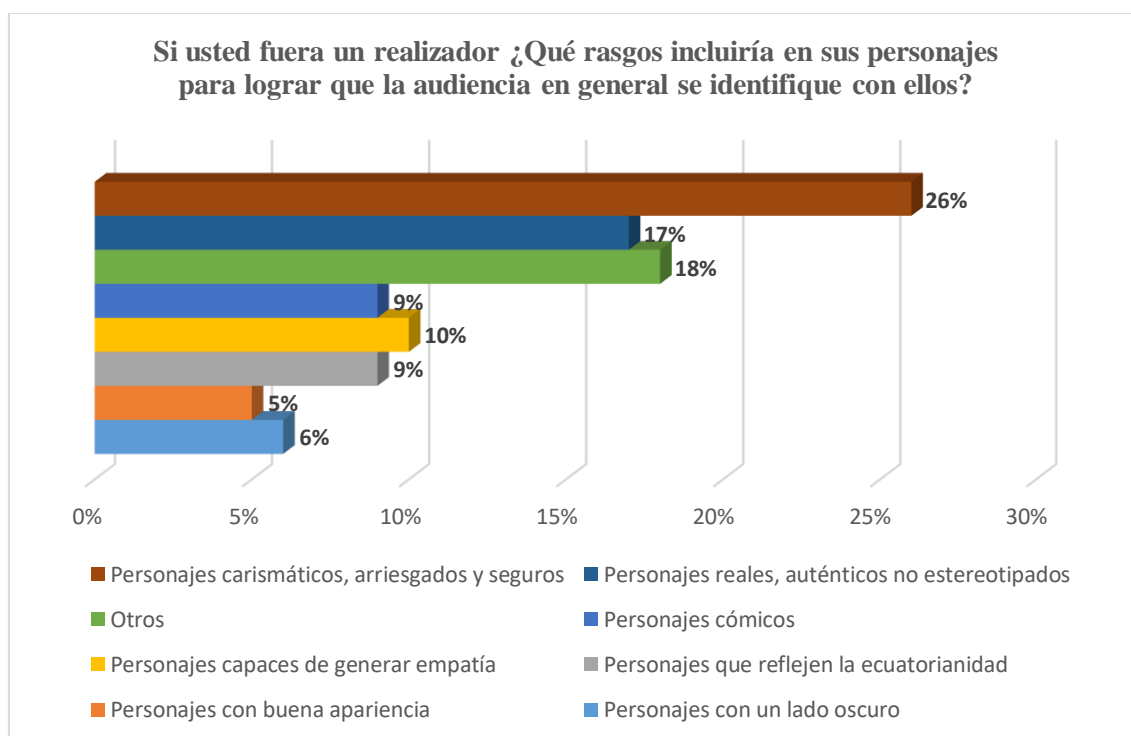


Figura 2.14

Análisis: la pregunta permitió observar que existe un 26 % de preferencia en el espectador guayaquileño por los personajes que cuenten con cualidades dominantes y de liderazgo, tendencia que resulta comprensible dado que varios personajes en las películas más exitosas del cine ecuatoriano han contado con tales características.

Variable: Interpretación perceptiva del espectador

Dimensión: Asimilación de personajes

Indicador: Identificación colectiva

Técnica cuantitativa: Encuesta

15. En su opinión, la identificación con los personajes cinematográficos se fortalece al apreciar los filmes en una sala de cine con un público numeroso.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí se fortalece la identificación con el personaje	59	59%
No se fortalece la identificación con el personaje	41	41%
Total	100	100%

Tabla 2.15

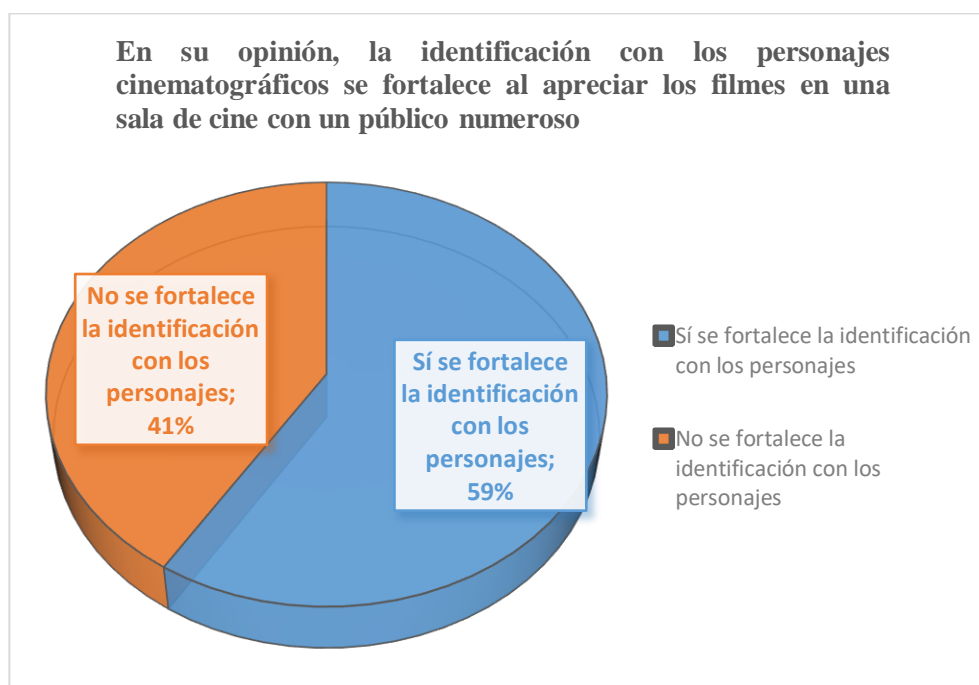


Figura 2.15

Análisis: la pregunta evidenció que para un 59% del público, apreciar un filme, ya sea éste nacional o extranjero, en una sala de cine con una concurrencia numerosa tiene la capacidad de realzar la experiencia cinematográfica, pues se genera una interacción involuntaria entre todos los asistentes. El público demostró una inclinación a apreciar filmes en compañía, de preferencia con amistades.

16. ¿Considera usted que las reacciones del público en una sala de cine pueden influir en su opinión sobre los personajes presentados en un filme?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí pueden influir en mi opinión sobre los personajes	38	38%
No pueden influir en mi opinión sobre los personajes	62	62%
Total	100	100%

Tabla 2.16

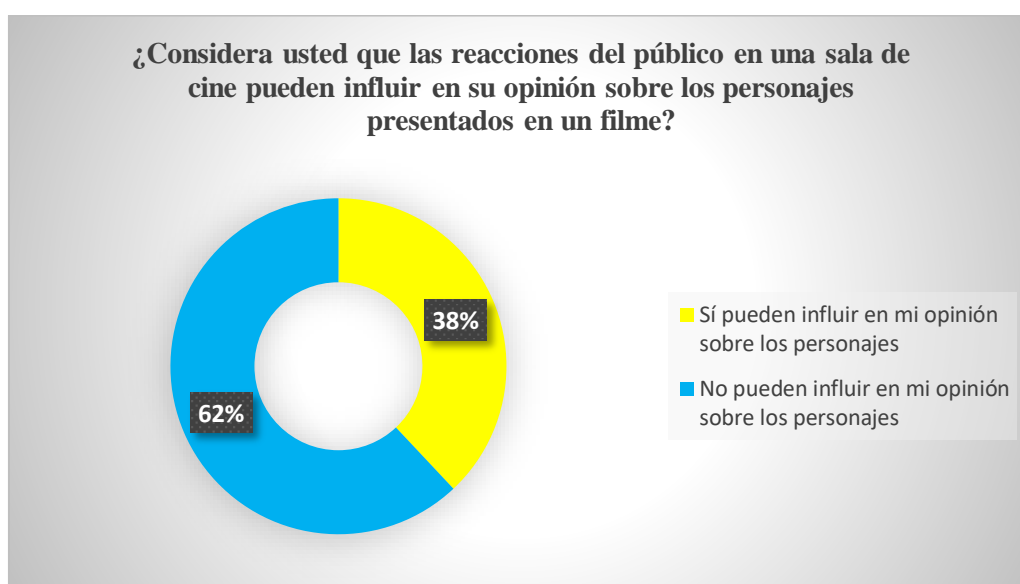


Figura 2.16

Análisis: Un 62% del público local considera que las reacciones de la audiencia no pueden influir en su opinión con respecto a los personajes. Sin embargo, sí estuvo dispuesto a admitir que existe gente que se deja manipular por las reacciones de otras al momento de observar una película en una sala comercial. Gran parte del público se mostró reacio a contestar la pregunta considerándola impertinente, estimando que no serían capaces de dejarse manipular.

Variable: Hábitos de consumo del espectador
Dimensión: Diferentes alternativas de visionado
Indicador: Visionado tradicional
Técnica cualitativa: Entrevista semiestructurada

17. ¿Qué razones lo motivan a seguir acudiendo a salas de cine comerciales a pesar de la existencia de otros medios de consumo audiovisual?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Experiencia cinematográfica (imagen, sonido, etc.)	58	58%
Aspecto social (familia, amigos, pareja)	13	13%
Romper con la cotidianidad	9	9%
Otros	9	9%
Estrenos	8	8%
Calidad de la película	3	3%
Total	100	100%

Tabla 2.17



Figura 2.17

Análisis: un 58% del público local sigue considerando a la sala de cine como el medio de consumo audiovisual ideal para cualquier filme. La pregunta permitió visibilizar que a pesar de todos los nuevos medios de consumo que han surgido en los últimos años, la experiencia en sala no pierde vigencia para las personas que disfrutan del cine en general.

18. ¿Existe alguna clase de filmes específicos que lo impulsan a acudir a salas de cine comerciales en lugar de quedarse en casa y usar métodos caseros de visionado?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Terror y Suspense	15	15%
Superhéroes	12	12%
Ciencia ficción y Efectos especiales	11	11%
Otros	10	10%
Acción	14	14%
Filmes que ofrecen una experiencia única en sala	8	8%
Cine de autor	7	7%
Comedia y Acción	7	7%
Estrenos	5	5%
Drama	4	4%
Películas muy recomendadas	3	3%
Películas ecuatorianas	2	2%
Películas románticas	2	2%
Total	100	100%

Tabla 2.18

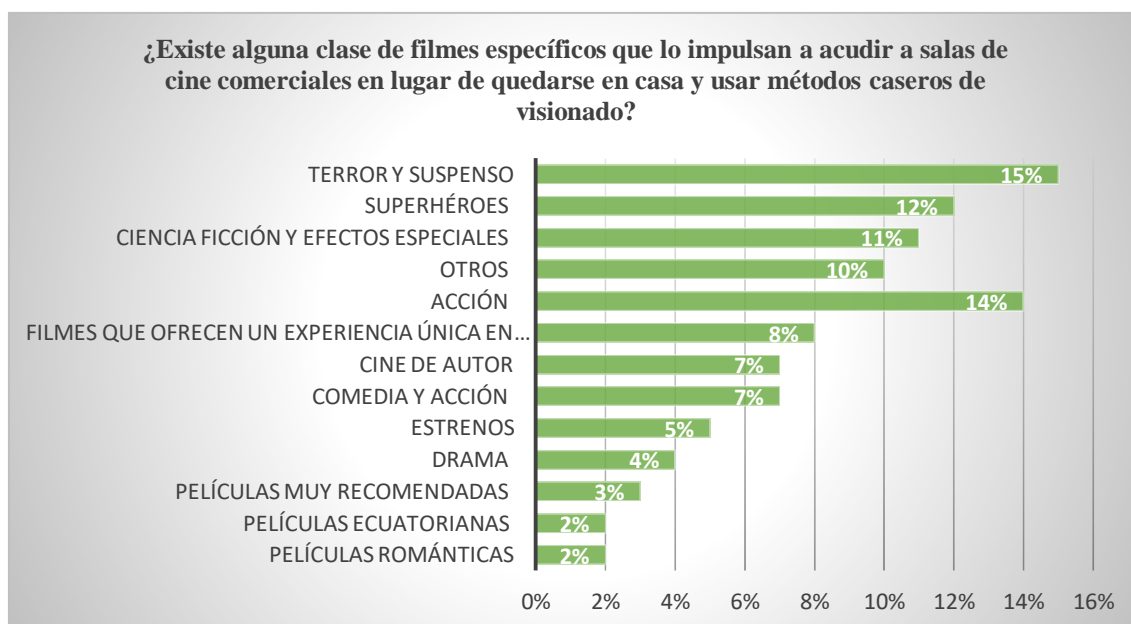


Figura 2.18

Análisis: el público se inclina mayoritariamente hacia los géneros del terror y suspense, filmes de superhéroes y ciencia ficción con grandes efectos. Dicha tendencia indica que el espectador asiste a salas de cine en busca de filmes que ofrecen un gran impacto sensorial a través de la saturación de la imagen y el sonido.

Variable: Hábitos de consumo del espectador
Dimensión: Diferentes alternativas de visionado
Indicador: Visionado tradicional
Técnica cuantitativa: Escala de Likert

19. Usted acude a salas de cine comerciales para apreciar filmes hollywoodenses:

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuentemente	14	14%
Frecuentemente	42	42%
Ocasionalmente	30	30%
Raramente	14	14%
Nunca	0	0%
Total	100	100%

Tabla 2.19

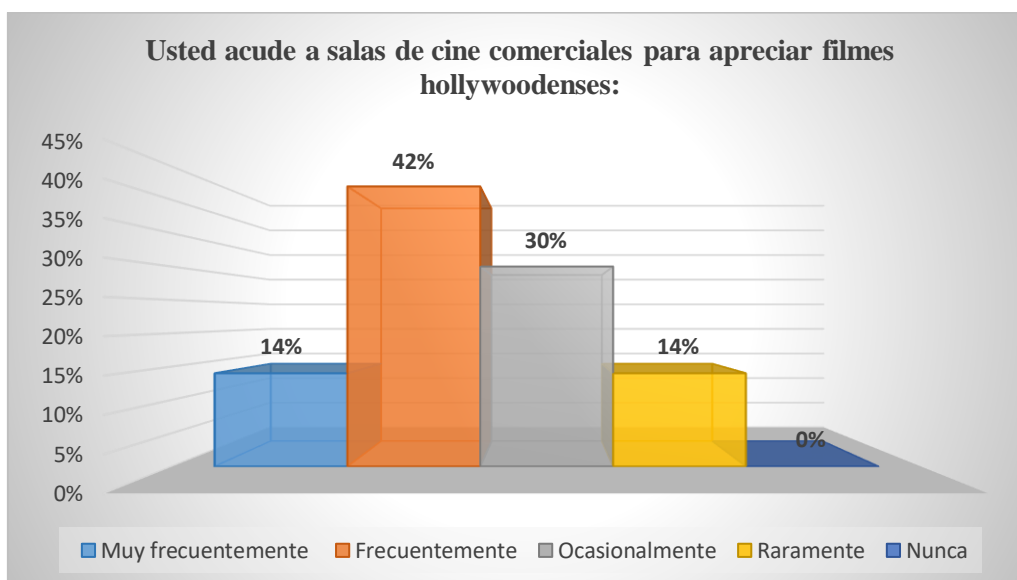


Figura 2.19

Análisis: un 42 % del público considera a sus hábitos de consumo cinematográfico en salas como frecuentes. La tendencia indica que a pesar de todas las nuevas modalidades de consumo audiovisual que han surgido en los últimos años, el visionado tradicional en sala no ha perdido su vigencia. Se debe mencionar el alto valor subjetivo de la pregunta, dado que algunas personas valoraban ir al cine una vez al mes como una conducta frecuente, mientras que para otras ir al cine una vez al mes era una conducta ocasional.

20. Usted acude a salas de cine comerciales para apreciar filmes ecuatorianos:

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Muy frecuentemente	2	2%
Frecuentemente	10	10%
Ocasionalmente	36	36%
Raramente	37	37%
Nunca	15	15%
Total	100	100%

Tabla 2.20

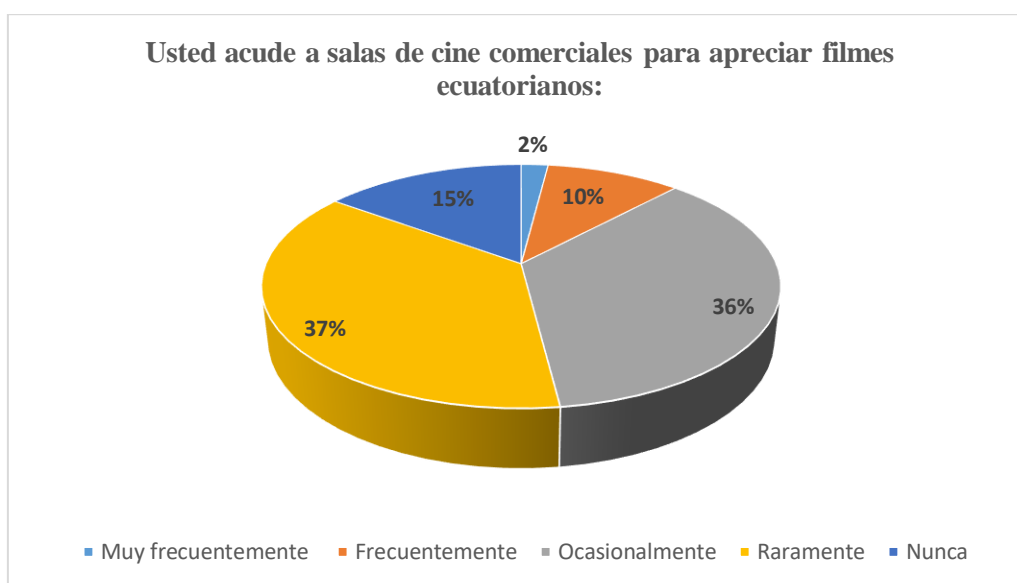


Figura 2.20

Análisis: entre los hábitos de consumo audiovisual de gran parte del público no se prioriza el consumo de películas ecuatorianas. Un 37% de los espectadores manifestó que en raras ocasiones asiste a un complejo multisalas local en busca de un filme nacional. Sin embargo, entre las razones mencionadas a parte del desinterés, se incluyeron la escasez de títulos y pobre promoción.

Variable: Hábitos de consumo del espectador
Dimensión: Diferentes alternativas de visionado
Indicador: Nuevos medios de consumo
Técnica cualitativa: Escenario ideal

21. ¿Qué características debería poseer un filme (nacional o extranjero) a fin de que usted opte por verlo en una sala de cine comercial en lugar de en formato DVD o en plataformas tipo *Netflix*?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Trama interesante e innovadora	32	32%
Calidad audiovisual/sonora con buen soundtrack	17	17%
Género preferido	18	18%
Otros	10	10%
Buena publicidad y excelentes críticas	7	7%
Comodidades y opciones únicas que ofrece la sala	5	5%
Efectos especiales innovadores	6	6%
Directores y actores conocidos	5	5%
Total	100	100%

Tabla 2.21

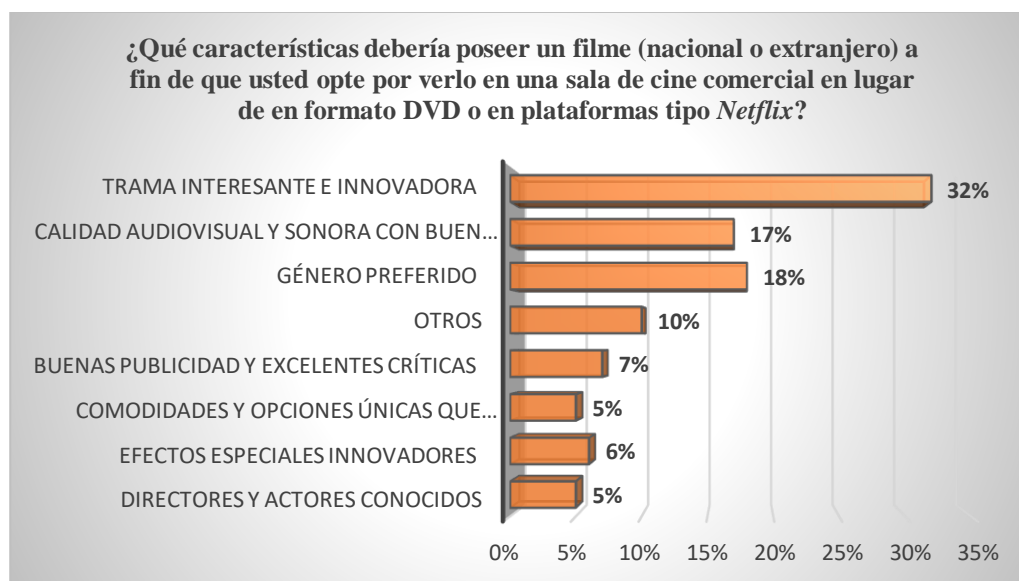


Figura 2.21

Análisis: un 32% del público señaló a una trama interesante e innovadora como el factor principal que los impulsa a acudir a una sala de cine comercial en busca de entretenimiento cinematográfico. Esta opinión coincide con una de las anteriores en la que el público considera que el cine nacional debe dejar de redundar en sus temáticas, con filmes que muestren estar en concordancia con los deseos del público.

22. ¿Apreciaría usted con más frecuencia filmes ecuatorianos si varios de ellos estuviesen disponibles en plataformas como *Netflix*?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	69	69%
No	20	20%
Probablemente	11	11%
Total	100	100%

Tabla 2.22

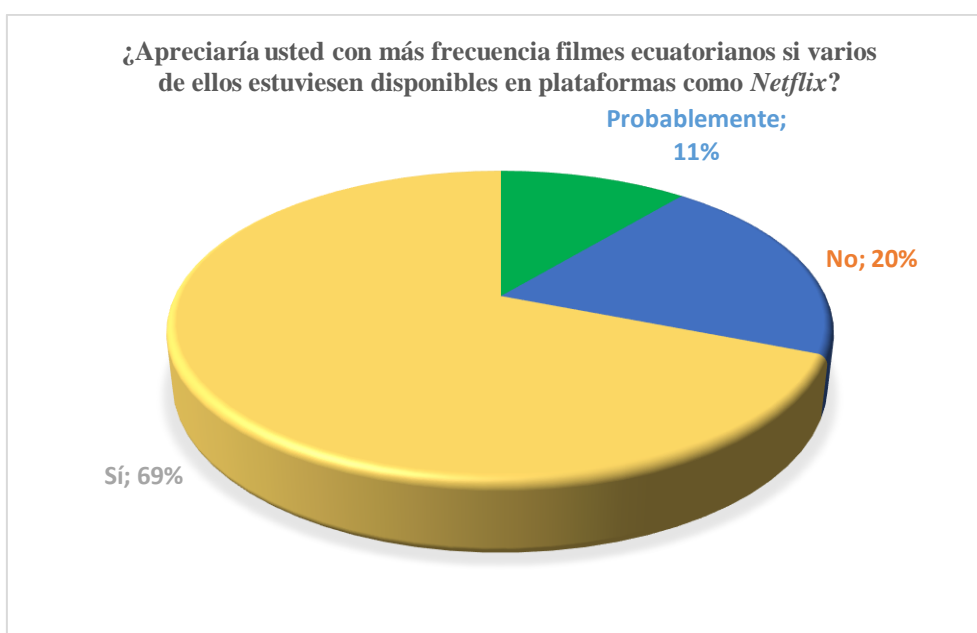


Figura 2.22

Análisis: en la percepción de un 69% de los espectadores guayaquileños que formaron parte de este estudio, las plataformas de streaming representan una vía alterna de distribución hacia la cual podrían dirigir sus esfuerzos los realizadores y productores ecuatorianos, como una manera más asequible de llegar a una audiencia más amplia, tanto nacional como internacional. La razón más mencionada para respaldar la colocación de las películas en streaming sería la economía que ofrecería.

Variable: Hábitos de consumo del espectador
Dimensión: Diferentes alternativas de visionado
Indicador: Nuevos medios de consumo
Técnica cuantitativa: Escala numérica

23. Su experiencia al ver filmes en una sala de cine comercial:

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	0	0%
2	2	2%
3	9	9%
4	51	51%
5	38	38%
Total	100	100%

Tabla 2.23

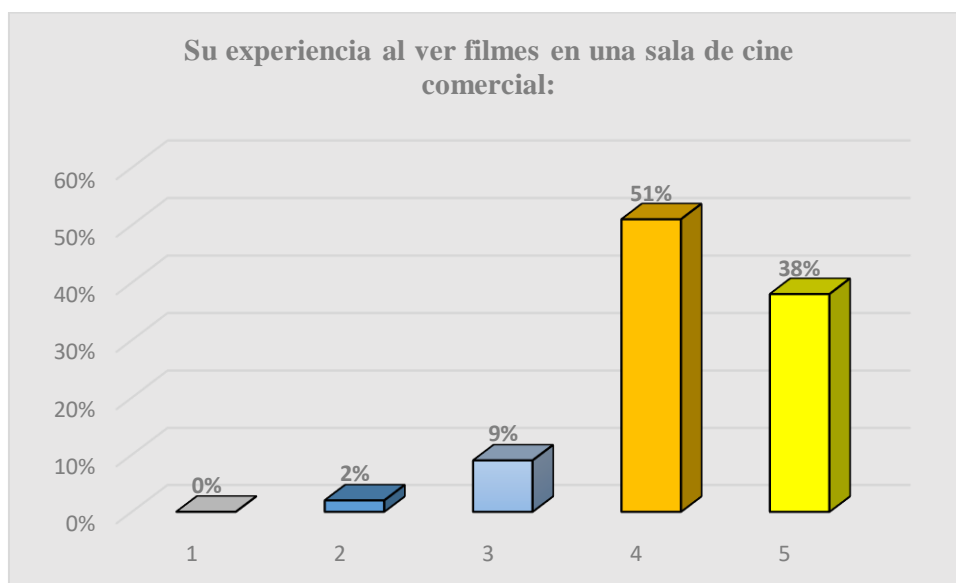


Figura 2.23

Análisis: la pregunta permitió conocer que un 51% de la audiencia en general continúa considerado el asistir a una sala de cine como una experiencia positiva que satisface sus necesidades de consumo cinematográfico. Considera a la sala como el lugar idóneo para apreciar sus películas favoritas, aludiendo a filmes que poseen una base preestablecida de fans, como las secuelas.

24. Su experiencia al ver filmes en formato DVD o en plataformas digitales tipo *Netflix*:

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	2	2%
2	3	3%
3	32	32%
4	42	42%
5	21	21%
Total	100	100%

Tabla 2.24

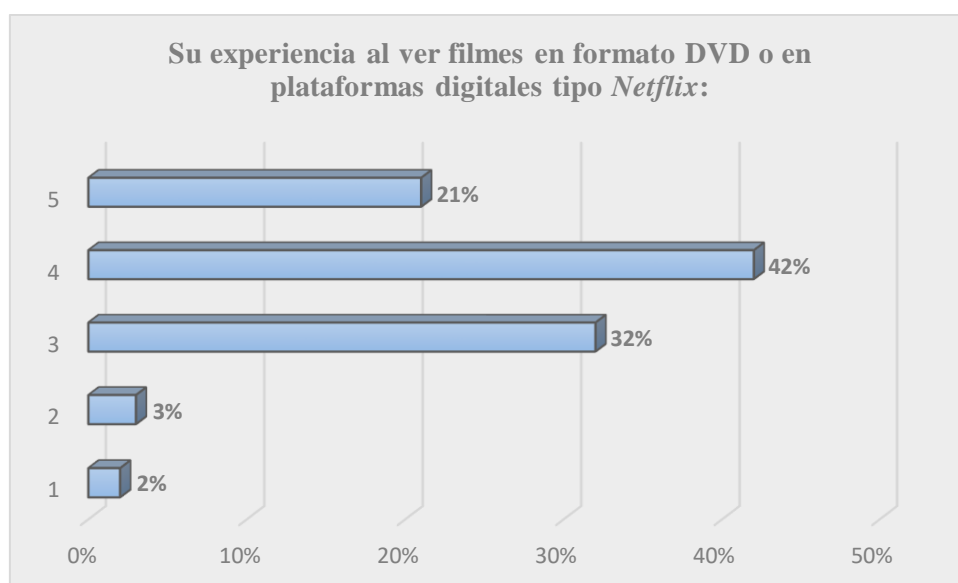


Figura 2.24

Análisis: un 42% del público considera a los nuevos formatos de visionado como una alternativa que satisface considerablemente sus necesidades de entretenimiento cinematográfico. Si bien el espectador las considera alternativas no tan satisfactorias como la experiencia en sala, la pregunta permitió evidenciar la influencia que dichas modalidades poseen en la actualidad.

Variable: Hábitos de consumo del espectador
Dimensión: Concurrente ocasional o periférico
Indicador: Aproximación al medio cinematográfico
Técnica cualitativa: Cambio de Rol

25. ¿Considera usted que consumiría más filmes nacionales si hubiese estado expuesto a estos con mayor frecuencia?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	78	78%
No	18	18%
Probablemente	4	4%
Total	100	100%

Tabla 2.25

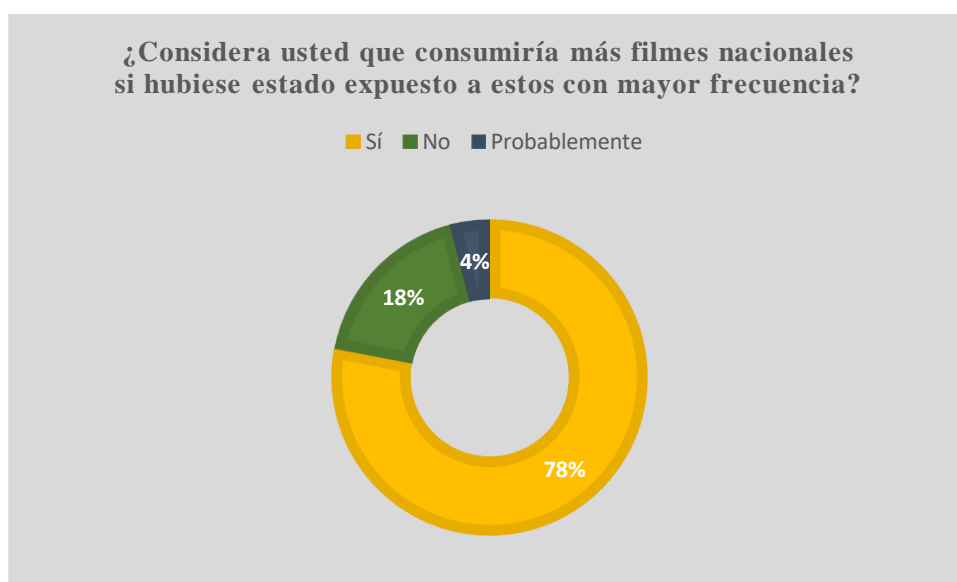


Figura 2.25

Análisis: un 78% del público considera que una exposición temprana con la filmografía ecuatoriana a través de diversos medios de difusión audiovisual representa un aliciente importante para consumirlo. La pregunta permitió conocer que para el espectador poder contar con una amplia variedad de títulos que hayan recibido una promoción adecuada en décadas anteriores, propulsaría el interés del público en consumir más cine nacional.

26. ¿Considera usted que una formación profesional en Artes puede influir significativamente en el interés por consumir cine ecuatoriano?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	67	67%
No	30	30%
Probablemente	3	3%
Total	100	100%

Tabla 2.26

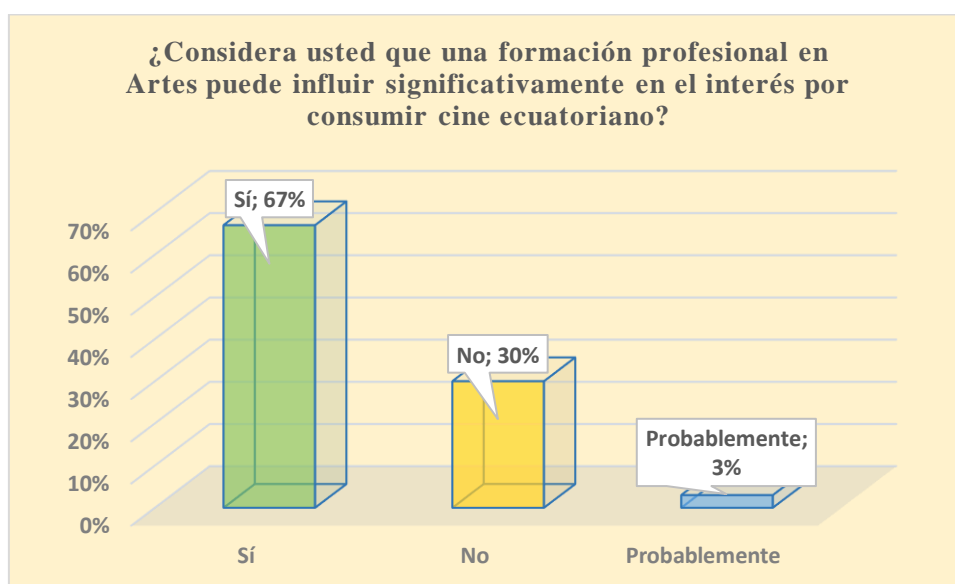


Figura 2.26

Análisis: un 67% consideró que una formación profesional en artes o un acercamiento al medio artístico pueden estimular el interés del público por consumir cine nacional. Se pudo conocer que el público considera que un conocimiento profundo de cualquier rama artística, además de estar rodeado de gente que posee una comprensión amplia de los conceptos tratados en los filmes ecuatorianos, puede incentivar el interés por el arte cinematográfico local.

Variable: Hábitos de consumo del espectador
Dimensión: Concurrente ocasional o periférico
Indicador: Aproximación al medio cinematográfico
Técnica cuantitativa: Escala de intensidad

27. ¿Le agradaría que en la televisión nacional se transmitieran frecuentemente filmes ecuatorianos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
A) Me agradaría mucho	35	35%
B) Me agradaría	40	40%
C) Me es indiferente	19	19%
D) Me agradaría poco	2	2%
A) No me agradaría en absoluto	4	4%
Total	100	100%

Tabla 2.27

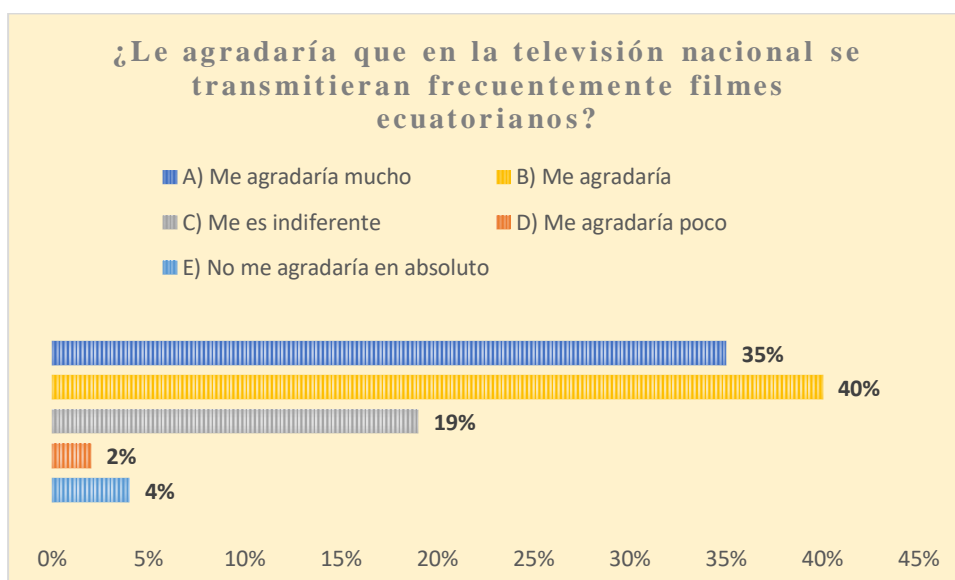


Figura 2.27

Análisis: el espectador guayaquileño apreciaría el hecho de poder disfrutar los filmes de la filmografía nacional en la televisión, un medio tradicional que permitiría un acceso más “democrático” al cine ecuatoriano, tanto de las décadas anteriores como el más reciente, labrando un interés en gente de todas clases sociales. Se pudo observar el influjo que la televisión tradicional aun ejerce en públicos de edades variadas.

28. ¿Le agradaría la idea de que el Estado potencie una difusión sostenida de filmes ecuatorianos en circuitos alternos?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
A) Me agradaría mucho	48	48%
B) Me agradaría	36	36%
C) Me es indiferente	15	15%
D) Me agradaría poco	1	1%
A) No me agradaría en absoluto	0	0%
Total	100	100%

Tabla 2.28

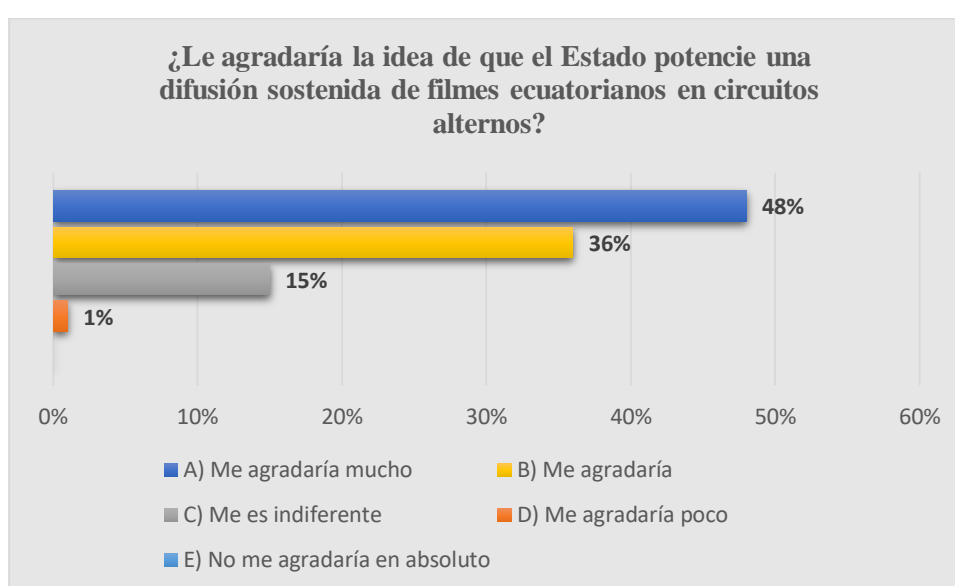


Figura 2.28

Análisis: a través de la pregunta se pudo sondear que un 84% de los espectadores guayaquileños que fueron parte de este estudio, apreciaría la existencia de otros medios diferentes a la sala comercial que le permitan un acceso más libre a la filmografía nacional, generando así un interés de todos los espectadores de diversos estratos sociales por el cine ecuatoriano. La economía nuevamente fue la razón principal mencionada para favorecer la propuesta planteada por la pregunta.

Variable: Hábitos de consumo del espectador
Dimensión: Concurrente ocasional o periférico
Indicador: Tendencia cinematográfica específica
Técnica cualitativa: Entrevista semiestructurada

29. ¿Ha asistido alguna vez a una sala de cine más por una cuestión de moda que por su deseo personal?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	47	47%
No	53	53%
Total	100	100%

Tabla 2.29

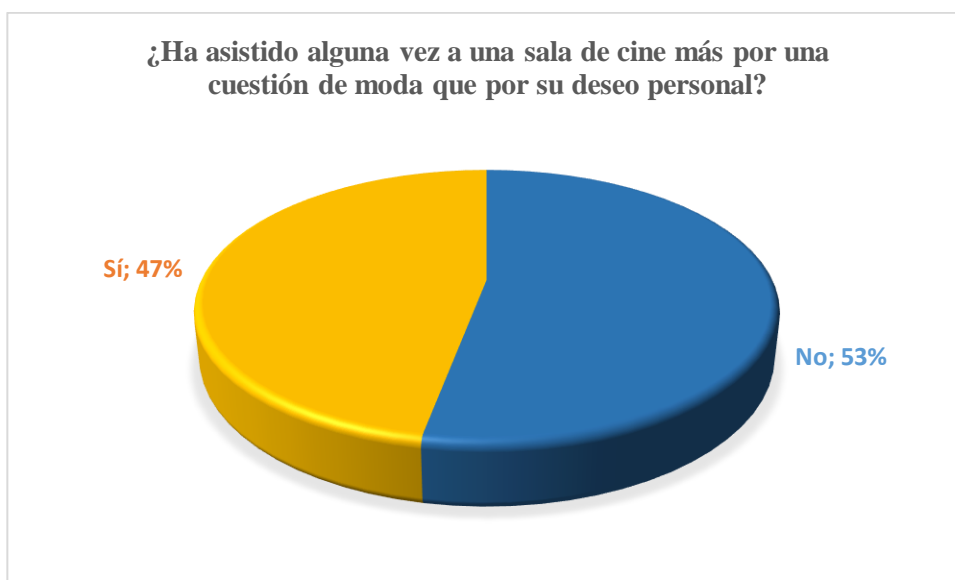


Figura 2.29

Análisis: un 53% del público considera, por una ligera ventaja, que la publicidad tradicional, las redes sociales o el boca a boca no pueden incidir significativamente en sus decisiones de entretenimiento cinematográfico. Se pudo conocer que, en la percepción del espectador guayaquileño, es él quien decide por su propio deseo lo que ve, sin ninguna influencia ajena a su voluntad.

30. ¿Se ha visto influenciado por su pareja, familiares o amistades a ir a una sala de cine comercial a ver un filme que no es de su interés?

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
Sí	83	83%
No	17	17%
Total	100	100%

Tabla 2.30

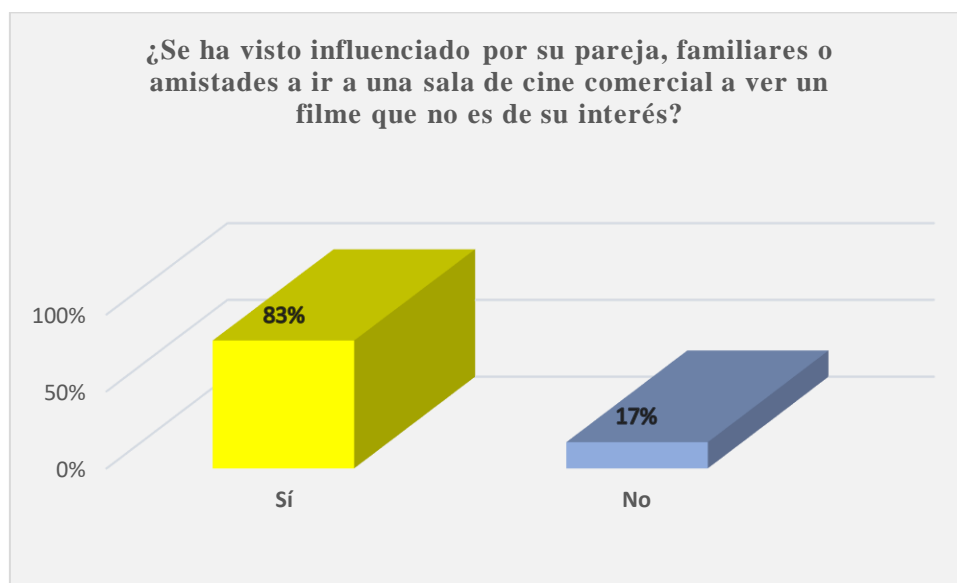


Figura 2.30

Análisis: con un 83% inclinándose por responder positivamente a la pregunta, la presión de grupo o de pareja se presenta como un factor determinante que puede conminar a un espectador, ya sea éste frecuente u ocasional, a asistir a una sala de cine a apreciar un filme que no es de su particular interés. Las preferencias de otros individuos pueden influir considerablemente en el comportamiento de un concurrente periférico, instándolo a dejar de lado, al menos por un corto lapso de tiempo, sus propias preferencias.

Variable: Hábitos de consumo del espectador
Dimensión: Concurrente ocasional o periférico
Indicador: Tendencia cinematográfica específica
Técnica cuantitativa: Escala numérica

31. La influencia que ejercen en usted factores externos como la cobertura mediática o presión de grupo al momento de elegir un filme para ver en una sala de cine.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	14	14%
2	14	14%
3	35	35%
4	30	30%
5	7	7%
Total	100	100%

Tabla 2.31

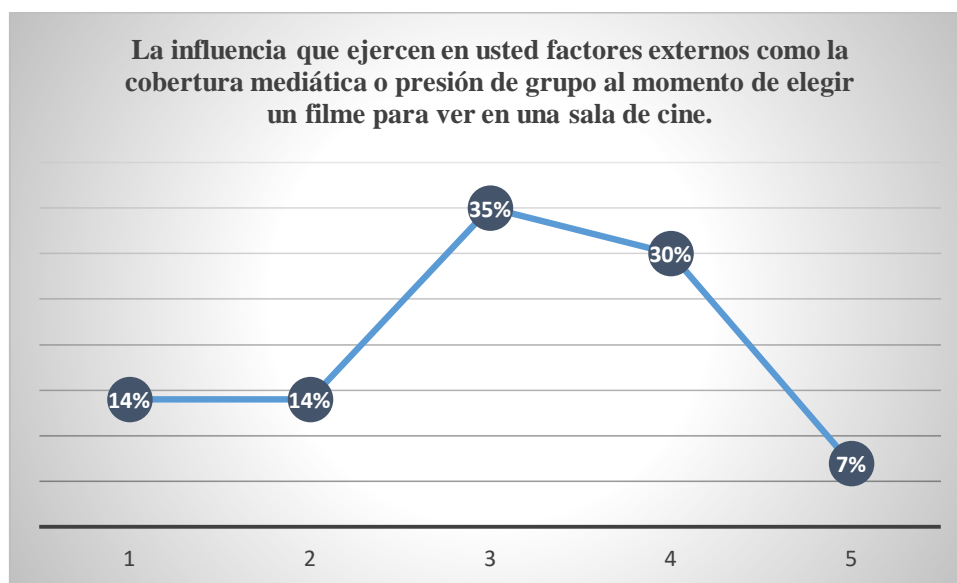


Figura 2.31

Análisis: el influjo significativo que revelan los resultados con un 37%, evidencian que el medio más eficaz para generar interés en un filme es una adecuada campaña publicitaria que cree expectativa en el público, de la misma manera que lo logran los filmes de Hollywood. De igual manera se evidenció de manera contundente el rol que la presión de grupo puede desempeñar en el espectador frecuente u ocasional.

32. Grado de satisfacción que ha alcanzado al asistir a una sala de cine comercial a apreciar filmes que son tendencia y no de su gusto personal.

Categoría	Frecuencia	Porcentaje
1	4	4%
2	10	10%
3	35	35%
4	30	30%
5	21	21%
Total	100	100%

Tabla 2.32

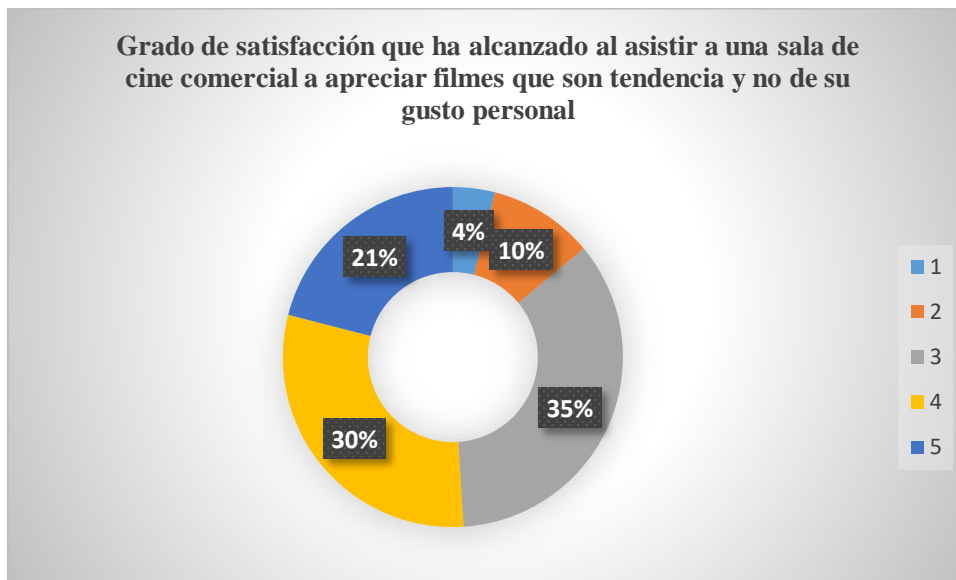


Figura 2.32

Análisis: se estimó necesario conocer el nivel de satisfacción que las personas alcanzan cuando asisten a una sala comercial a apreciar filmes que no son de su interés. Con un 51% del público indicando haber alcanzado un alto grado de satisfacción con tales filmes, se refleja la habilidad de Hollywood de manufacturar filmes que son capaces de apelar a todos los grupos demográficos sin importar sus preferencias personales.

Comprobación de hipótesis

El presente apartado tiene como propósito ofrecer una síntesis breve y ordenada de los resultados obtenidos en el trabajo de campo realizado para este estudio. Se delimitaron diversos indicadores que permitieran conocer, a través de la subjetividad del espectador guayaquileño, las nociones que el público local tiene sobre la producción cinematográfica nacional en general.

En lo referente a la *interpretación perceptiva del espectador guayaquileño*, se planteó un indicador cuyo propósito era determinar los géneros con los que el espectador local asocia usualmente al cine nacional. Se demostró que, a pesar de que el público guayaquileño asocia al cine ecuatoriano con más de un género, un 69% considera al drama como el género que se ha impuesto en la filmografía nacional tanto pasada como actual. Dicha valoración evidencia que, aunque la producción ecuatoriana se ha abierto a nuevas posibilidades temáticas en la década reciente, la percepción del espectador local continúa considerándola como una enfocada eminentemente en el género dramático.

Se pretendió determinar si el público local consideraba que el cine ecuatoriano debería orientar sus esfuerzos hacia satisfacer los gustos personales de la audiencia y no los de los realizadores. El 67% de la muestra se inclinó por estar de acuerdo con que los cineastas locales deberían considerar las tendencias de consumo cinematográfico de la audiencia ecuatoriana en sus producciones. Los resultados demuestran que el espectador local desea que se visibilicen nuevas formas de hacer cine en el ámbito nacional, las cuales sean capaces de atraer a un público más heterogéneo a las salas comerciales.

Se consideró de suma importancia sondear el grado de identificación que el espectador guayaquileño ha alcanzado con los personajes de filmes ecuatorianos. De acuerdo a los resultados cotejados, el 77% del público base de este estudio sostiene que su identificación con los personajes propuestos en las producciones locales ha sido escasa. A pesar de los esfuerzos de los cineastas locales por generar identidad a través de sus personajes, se pudo evidenciar que no se están logrando los objetivos propuestos.

En base al indicador anterior, se exhortó al público a colocarse en el lugar de un cineasta, preguntándole qué características incluiría en sus personajes si fuera un realizador local. El 62% de las unidades de observación señaló que infundiría empatía en sus personajes a través de cualidades como el humor, el carisma y el realismo. Se observó que el espectador guayaquileño haría énfasis en que los personajes de filmes nacionales no respondan a modelos estereotipados sobre lo que significa ser ecuatoriano.

En lo concerniente a los *hábitos de consumo del espectador guayaquileño con respecto a las producciones cinematográficas ecuatorianas*, se propuso un indicador que permitiera conocer la asiduidad del espectador local a filmes nacionales en salas comerciales. El 88% del público manifestó que su aproximación a producciones nacionales en salas de cine es una práctica poco frecuente. De acuerdo a la elevada cifra obtenida por este indicador, se está generando una oferta fílmica que no cuenta con la demanda que justifique el esfuerzo económico y creativo realizado.

Debido al significativo influjo que ejercen en la actualidad los nuevos medios de consumo cinematográfico de acceso en línea, se formuló un indicador con el fin de indagar si el espectador guayaquileño consumiría películas ecuatorianas si éstas estuviesen disponibles en servicios de streaming como *Netflix*. Un 69% de la muestra aseguró que definitivamente consumiría más filmografía nacional si ésta fuese accesible en línea en una plataforma popular. El resultado constata el rol que las nuevas formas de visionado pueden desempeñar en una difusión eficiente de la cinematografía ecuatoriana.

Considerando que durante varias décadas el principal obstáculo de la cinematografía ecuatoriana fue la escasa producción por falta de apoyo del Estado, se instó al público a considerar si su consumo de filmografía nacional sería diferente, bajo el supuesto de haber contado con una mayor exposición a ésta desde temprano en la vida. Un 78% de las unidades de estudio estima que una inducción precoz al cine ecuatoriano habría influido en su consumo actual de producciones locales, incentivándolos a apreciarlas desde otra perspectiva. De esta manera, se destaca la importancia que cumplen los programas de formación de públicos impulsados por el Estado en la actualidad.

En base al indicador anterior, se interpeló al público sobre su interés de contar con una mayor difusión de contenido cinematográfico nacional en un medio más tradicional como la televisión. Un 75% aun considera a la televisión como una vía adecuada para apreciar películas ecuatorianas. Si bien en la actualidad existen nuevos medios de consumo que han mermado la influencia de la televisión, su amplia cobertura y accesibilidad la convierten en el vehículo ideal para dar a conocer la filmografía local en todos los estratos socioeconómicos del Ecuador.

La comprobación de la hipótesis, a través de los indicadores expuestos, refleja los desafíos y las amenazas que el cine ecuatoriano aún debe enfrentar y superar para encontrar un público que pueda apreciarlo y considerarlo como parte integral de sus hábitos cinematográficos.

Conclusiones

Los resultados en la presente investigación indican que la escuela teórica que acerca a la interpretación perceptiva del espectador con los hábitos de consumo de producciones cinematográficas es la fenomenología, porque en su relación social priman los procesos de interacción como generadores de sentido.

La postura materialista-aristotélica fue elegida como fundamento epistemológico para el presente estudio, dado que, de acuerdo a las características de las variables propuestas, se consideró ideales sus cualidades que permiten la adecuada observación de la relación sujeto-objeto para alcanzar resultados cuyas causas y efectos puedan ser evidenciados de manera concreta. Con el fin de facilitar la consecución de los resultados, se implementaron técnicas cualitativas y cuantitativas como escenario ideal, cambio de rol, escala de intensidad y escala de Likert. Dichas técnicas permitieron generar un proceso más integral de interpretación en investigaciones relacionadas con el consumo.

En lo referente a la interpretación perceptiva del espectador guayaquileño, se pudo concluir que, en la apreciación del público local, la filmografía nacional se ha cimentado primordialmente en el género dramático. La concentración de la mayor parte de la producción cinematográfica en dicho género impide que en el espectador se gesten un proceso de identificación con lo que se está observando, generando por el contrario un sentido de rechazo al mismo. Representa la opinión consensuada que la constante exploración de aspectos de la sociedad ecuatoriana contemporánea como la criminalidad, drogadicción, corrupción y marginalidad a través de una óptica dramática, solo pretende enfatizar lo más negativo de la ecuatorianidad, en un afán de los realizadores por continuar con las temáticas que han caracterizado históricamente al cine latinoamericano.

En cuanto a los hábitos de consumo de producciones fílmicas ecuatorianas, se pudo evidenciar que los espectadores guayaquileños no priorizan al cine nacional cuando acuden a un complejo multisalas, prefiriendo escoger opciones extranjeras que les ofrecen comedia y acción, pues le brindan el escapismo del que el cine ecuatoriano en su opinión carece. El entretenimiento se presenta entonces como el elemento catalizador que incita al espectador a seguir considerando al visionado tradicional entre sus actividades de ocio, circunstancia que coloca a la producción nacional en un segundo plano para la mayor parte del público. Bajo su percepción, el cine local continúa sin considerar sus preferencias, emprendiendo constantemente proyectos cinematográficos que, de acuerdo a sus criterios, se alejan de las apetencias del mercado actual.

Recomendaciones

En base al proceso investigativo, tanto teórico como práctico, llevado a cabo en este estudio, se estiman dignos de recomendar autores cuyos trabajos fueron esenciales en la consecución de los objetivos establecidos a través de las variables que han sido cotejadas, así como los medios que permitieron llegar a las conclusiones deseadas.

Jerónimo León Rivera-Betancur, investigador colombiano, a través de diversos artículos y publicaciones editoriales ha estudiado el desarrollo del cine en su país en décadas recientes, así como el impacto que éste ha generado en la región a través de las temáticas que ha procurado retratar a lo largo de su historia. De igual manera, Rivera-Betancur ha procurado indagar sobre la influencia del cine de Hollywood y cuáles de sus elementos inciden más drásticamente en la percepción del espectador colombiano, en un intento por comprender cuáles son los efectos que éste genera en el público local.

Marina Moguillansky, investigadora y docente argentina, en su obra investigativa ha pretendido estudiar el influjo que los filmes de gran saturación visual tienen en el espectador de su país, así como los hábitos de consumo cinematográfico del público local con respecto a las salas tradicionales y las nuevas modalidades de visionado que han surgido en los últimos años. Moguillansky también ha considerado en sus estudios de qué manera varían los hábitos de consumo del espectador argentino en base a su estatus socioeconómico y lugar de procedencia, además de ponderar la accesibilidad del arte cinematográfico en áreas fuera del perímetro urbano de su país.

La investigadora Nikki J.Y. Lee, de origen surcoreano e inglés, por medio de diversos artículos ha pretendido describir las circunstancias que le han permitido a la cinematografía de Corea del Sur distinguirse en los últimos años como una capaz de lograr una conexión con el espectador local y extranjero. En su obra, Lee ha analizado cómo el cine coreano en particular, y asiático en general, está aprendiendo a jugar con las reglas de la industria hegemónica para así captar la atención de un público global.

En caso de realizarse un estudio en el futuro sobre las variables que han sido objeto de esta investigación, se considera de suma importancia recomendar que, con el fin de obtener resultados concluyentes, se implemente un cuaderno metodológico de trabajo en cuya elaboración se incluyan, por los menos, cuatro técnicas investigativas que permitan una adecuada confluencia de las variables con las dimensiones e indicadores establecidos. Tales medidas permitirán obtener conclusiones que generen un mayor sentido y se evitará que se propicien respuestas políticamente correctas de parte del público.

Bibliografía

- Aguaded, José Ignacio y Ramón Ignacio Correa. «Imagen y construcción de las audiencias: El significado del significado». Artículo. Universidad de Huelva, 2004. ResearchGate (324151682).
- Alvarado Duque, Carlos. «Las mutaciones del espectador. El cine como estética de la multitud». *Revista Comunicación* No. 28 (2011): 59-72. <https://revistas.upb.edu.co/index.php/comunicacion/article/view/1198/1238>.
- Arbeláez, Ramiro. «El arte de la exhibición cinematográfica». Universidad del Valle (Colombia), 2005. ResearchGate (330225839).
- Artopoulos, Alejandro, ed. *La sociedad de las cuatro pantallas. Una mirada latinoamericana*. Barcelona: Editorial Ariel, 2011. Edición en PDF.
- Bourdieu, Pierre. *El sentido social del gusto: Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores, 2010.
- Campos, Santiago J. «El proyecto político de cambio de la matriz productiva y la adscripción a éste del campo artístico mediante el desarrollo de industrias culturales». *Index*, revista de Arte Contemporáneo Núm. 2 (2016): 104-111.
- Castro, Juan Pablo. «El síndrome de ouroboros: Imaginarios cinematográficos del Ecuador». *Revista Puce* No. 104 (2017): 487-519.
- Cortes, Diana y Juliette Ospina. «El consumidor colombiano habla de cine». *Revista Nómadas* N.º 48 (2018): 253-261. DOI: [10.30578/nomadas.n48a16](https://doi.org/10.30578/nomadas.n48a16).
- D'Abbraccio, Guillermo. «La industria del cine en Colombia. Entre el optimismo ingenuo y el pesimismo crónico». *Revista Luciérnaga* N.º 14, (2015): 36-45. DOI: <http://orcid.org/0000-0002-3243-4650>.
- Eco, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. Barcelona: Editorial Lumen, 2018.
- Erner, Guillaume. *Sociología de las tendencias*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2010.
- Estrella, Santiago. «Entre el “así mismo somos” y el “estamos, pero no todos”. Recepción de la identidad nacional en el cine ecuatoriano». *Fuera de Campo* Vol. 1, No. 5 (2017): 60-83.
- Figueroa, José Antonio. «Las debilidades de la industria cultural del Ecuador y del Quito Moderno». *Temas*, N.º 85-86, enero - junio (2016): 43-50.

- Flores, José de Jesús. «Definición, funciones y papel del espectador frente a la obra creativa», *ANAGRAMAS: Rumbos y sentidos de la comunicación* Vol. 17 No. 33 (2018): 129 - 151. doi.org/10.22395/angr.v17n33a6.
- Flynn, Emily. «Discovering Audience Motivations Behind Movie Theater Attendance». *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications* Vol. 9, No. 2 (2018): 94-103. Acceso el 10 de noviembre de 2019. <https://www.elon.edu/u/academics/communications/journal/wp-content/uploads/sites/153/2018/12/09-Flynn.pdf>.
- Fuertes, Marta y Guillermo Mastrini, ed. *Industria cinematográfica latinoamericana: políticas públicas y su impacto en un mercado digital*. Buenos Aires: La Crujia, 2014.
- Galarza, María Teresa. «Cine migratorio ecuatoriano: archivo y memoria de la migración en dos películas ecuatorianas». *Chasqui*, N. ° 138, (2018): 175-190.
- García, María Emilia. «Estudio del comportamiento del mercado cinematográfico ecuatoriano en el año 2012 y de la injerencia de los planes de negocios para la generación de ganancias». Artículo. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, 2015. *Revista Fotocinema* (E-ISSN: 2172-0150).
- Gavilondo, Carlos Ernesto y María Belén Mercado. «El cine de no ficción en el Ecuador: horizonte». *INNOVA Research Journal* Vol. 2 No. 3 (2017): 52 – 57. <https://doi.org/10.33890/innova.v2.n3.2017.132>.
- Gil, Monserrat. «Comportamiento del consumidor de cine en salas: Factores motivacionales y tipología del consumidor». Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid, 2015.
- González, Leandro, Carolina Barnes y José Borello. «El talón de Aquiles: exhibición y distribución de cine en la Argentina». *H-industri@*, Año 8, No. 14 (2014): 51-79. <http://ojs.econ.uba.ar/index.php/H-ind/article/view/656/1209>.
- Hanich, Julian. «Audience effect: on the Collective cinema experience». Artículo. University of Groningen, 2017. ResearchGate (321462744).
- Hernández Pérez, Juan Francisco y Miguel Ángel Martínez Díaz. «Nuevos modelos de consumo audiovisual: los efectos del binge-watching sobre los jóvenes universitarios». *adComunica: Revista científica de estrategias, tendencias e innovación en comunicación*, N. ° 13, (2016): 201-221. DOI: <http://dx.doi.org/10.6035/2174-0992.2017.13.11>.

- Hinojosa-Córdova, Lucila. «Cine, memoria y ciudad: el estudio de los públicos de cine en las Ciencias Sociales». Artículo. Universidad del Zulia, 2016. Redalyc (31048483025).
- Igartua, Juan José, Tania Acosta y Francisco J. Frutos. «Recepción e impacto del drama cinematográfico: el papel de la identificación con los personajes y la empatía». Artículo. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 2009. Redalyc (68711445001).
- Lanza, Jorge Luis. «La distribución y el consumo del cine en la era digital: Una mirada desde Cuba». *Revista Universidad y Sociedad* Vol. 7 No. 3 (2015): 140 – 144.
- Lee, Hyunseon. «The South Korean Blockbuster and a Divided Nation». *International Journal of Korean History* 21 (1) (2016): 259 – 264. doi.org/10.22372/ijkh.2016.21.1.259.
- Lee, Nikki. «Localized Globalization and a Monster National: “The Host” and the South Korean Film Industry». Ensayo. University of Texas, 2011. JSTOR (41240713).
- Lee, Nikki. «Asia” as Regional Signifier and Transnational Genre-Branding: The Asian Horror Omnibus Movies Three and Three... Extremes». Artículo. University of Nottingham, 2011. ResearchGate (304647322).
- Loaiza, Violeta y Emiliano Gil. «Tras los pasos del cine en Ecuador: la producción nacional y políticas de apoyo». Artículo. Universidad de los Hemisferios, 2015. ResearchGate (297007392).
- Lozano Treviño, David. «Características de consumo de los espectadores mexicanos en salas de cine comerciales». Artículo. Universidad Autónoma de Nuevo León, 2017. <http://revistascientificas.udg.mx/index.php/MYN/article/view/6580>.
- Martel, Frédéric. *Cultura Mainstream: Cómo nacen los fenómenos de masas*. Madrid: Santillana Ediciones Generales, 2012.
- Mejía Arriaga, Joham. «Estudio de las películas ecuatorianas con más espectadores en el periodo 2010-2015 y su relación con el tipo de narrativa utilizada por sus directores, en la ciudad de Guayaquil». Tesis de Licenciatura. Universidad Católica Santiago de Guayaquil, 2017. <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/7934>.

- Moguillansky, María. «El nuevo cine de espectáculo como estrategia comercial. Un análisis de las tendencias del consumo de cine en salas». Universidad Nacional de San Martín, 2016. Redalyc (69848915010).
- Moguillansky, Marina. «Cine para ver en el cine, cine para ver en casa. La fragmentación de las prácticas de visionado». *Revista de la Asociación Argentina de Estudios de Cine y Audiovisual* Núm. 15 (2017): 1-24.
- Osorio, Arturo. «Industria Culturales: Definiciones, valor y caracterización». Rutgers, The State University of New Jersey, 2017. ResearchGate (318827291).
- Puente, Stella. *Industrias Culturales y políticas de Estado*. Buenos Aires: Prometeo Libros, 2007.
- Rivera-Betancur, Jerónimo. «El cine como golosina. Reflexiones sobre el consumo de cine en los jóvenes». Artículo. Universidad de la Sabana, 2008. Redalyc (64911210).
- Rossi, Diego. «Países de Unasur: exhibición y nuevas pantallas de cine para una producción creciente». *Chasqui*, N.º 132, agosto - noviembre (2016): 126 - 145.
- Rubio Aurrecochea, Víctor. «Análisis de las variables influyentes en el comportamiento del espectador de cine en España». Tesis de Licenciatura. Universitat Politècnica de València, 2018. <https://riunet.upv.es/handle/10251/106911>.
- Soberón Torchia, Édgar, ed. *Los cines de America Latina y el Caribe, Parte 1*. Artemisa: Ediciones EICTV, 2012.
- Torterola, Emiliano. «El cine y la ciudad en el cambio de siglo. Apuntes sobre las transformaciones recientes en el consumo audiovisual en Buenos Aires». *MIRÍADA* Año 3, No. 5 (2010): 103-130.
- Tratner, Michael. «Collective Spectatorship». En *Crowd Scenes: Movies and Mass Politics*, 12-32. New York: Fordham University, 2008. www.jstor.org/stable/j.ctt1x76fv9.5.
- Zallo, Ramón «La economía de la cultura (y de la comunicación) como objeto de estudio». *ZER - Revista de Estudios de Comunicación*, Vol. 12, Núm. 22 (2007): 215-234. Acceso el 20 de noviembre de 2019. <https://www.ehu.es/ojs/index.php/Zer/article/view/3666/3298>.

- Ziri3n, Antonio. «Otros modos de ver cine: nuevos espectadores y redes de cine independiente en M3xico». *Desacatos - Revista de Ciencias Sociales* Núm. 58 (2018): 132-147. DOI: <https://doi.org/10.29340/58.200>.

Anexos

Sexo:
Edad:

Variable: Interpretación perceptiva del espectador

Dimensión: Desconexión del espectador con el cine local

Indicador: Reincidencia de realizadores en temáticas similares

Técnica cualitativa: Entrevista semiestructurada

1. **¿Considera usted que el cine ecuatoriano aborda una gran diversidad de temáticas?
¿Por qué?**

2. **¿Con cuales géneros cinematográficos asocia usted generalmente al cine ecuatoriano?
¿Por qué?**
 - A. Drama
 - B. Comedia
 - C. Acción
 - D. Adaptación Literaria

Variable: Interpretación perceptiva del espectador

Dimensión: Desconexión del espectador con el cine local

Indicador: Reincidencia de realizadores en temáticas similares

Técnica cuantitativa: Escala de Likert

3. **El cine nacional en general aborda las mismas temáticas en gran parte de sus filmes.**
 - A. Totalmente de acuerdo
 - B. De acuerdo
 - C. Indeciso
 - D. En desacuerdo
 - E. Totalmente en desacuerdo

4. **El cine nacional debería diversificar su oferta por temáticas que vayan más acorde con los gustos del público local y no con los de los realizadores.**
 - A. Totalmente de acuerdo
 - B. De acuerdo
 - C. Indeciso
 - D. En desacuerdo
 - E. Totalmente en desacuerdo

Variable: Interpretación perceptiva del espectador

Dimensión: Desconexión del espectador con el cine local

Indicador: Cine nacional carente de campos de conexión

Técnica cualitativa: Escenario ideal

5. Yo iría al cine a ver una película ecuatoriana si ésta contara con los siguientes elementos:

6. Para que yo vea más cine ecuatoriano la producción nacional debe dejar de:

Variable: Interpretación perceptiva del espectador

Dimensión: Desconexión del espectador con el cine local

Indicador: Cine nacional carente de campos de conexión

Técnica cuantitativa: Escala numérica

Califique del 1 al 5, siendo 5 el puntaje máximo y 1 el mínimo, lo siguiente:

7. Qué grado de conexión ha alcanzado usted con las tramas y los personajes de un filme nacional.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

8. Su deseo de volver a ver una película ecuatoriana después de haberla visto en una sala de cine o algún otro medio de consumo audiovisual.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

Variable: Interpretación perceptiva del espectador
Dimensión: Asimilación de personajes
Indicador: Grado de filiación
Técnica cualitativa: Test proyectivo



A



B

9. ¿Cuál de los dos afiches de películas ecuatorianas presentados le parece más atractivo? ¿Por qué?
10. ¿Con cuál de los dos afiches siente usted un mayor grado de filiación hacia los personajes presentados?

Variable: Interpretación perceptiva del espectador
Dimensión: Asimilación de personajes
Indicador: Grado de filiación
Técnica cuantitativa: Escala de intensidad

11. ¿Qué opinión tiene usted de los personajes propuestos en películas ecuatorianas que ha tenido la oportunidad de ver?
- A. Me gustan muchísimo
 - B. Me gustan mucho
 - C. Me son indiferentes
 - D. Me gustan poco
 - E. No me gustan en absoluto
12. Considera que el grado de identificación que usted ha alcanzado con los personajes en las películas ecuatorianas que ha visto es:
- A. Muy alto
 - B. Alto
 - C. Ni alto ni bajo
 - D. Bajo
 - E. Muy bajo

Variable: Interpretación perceptiva del espectador

Dimensión: Asimilación de personajes

Indicador: Identificación colectiva

Técnica cualitativa: Cambio de Rol

13. Si usted fuera propietario de una sala de cine ¿Qué clase de filmes consideraría incluir para que la audiencia en general se identifique con los personajes? ¿Por qué?

14. Si usted fuera un realizador ¿Qué rasgos incluiría en sus personajes para lograr que la audiencia en general se identifique con ellos? ¿Por qué?

Variable: Interpretación perceptiva del espectador

Dimensión: Asimilación de personajes

Indicador: Identificación colectiva

Técnica cuantitativa: Encuesta

15. En su opinión, la identificación con los personajes cinematográficos se fortalece al apreciar los filmes en una sala de cine con un público numeroso.

Sí_____ No_____

16. ¿Considera usted que las reacciones del público en una sala de cine pueden influir en su opinión sobre los personajes presentados en un filme?

Sí_____ No_____