



Universidad
de las **Artes**

UNIVERSIDAD DE LAS ARTES

Escuela de Cine

Proyecto teórico de investigación sobre cine y cultura

Distribución cinematográfica en Ecuador: Análisis comparativo de las estrategias de distribución de los largometrajes Siguiendo Round (2018) y Sacachún (2018)

Previo la obtención del Título de:

Licenciada en cine

Autora:

Jahaira Lilibeth Pilligua Holguin

GUAYAQUIL - ECUADOR

Año: 2020



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

Yo, **JAHAIRA LILIBETH PILLIGUA HOLGUIN**, 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. 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

María Isabel Carrasco

Tutor del Proyecto teórico de investigación sobre cine y cultura

Priscila Aguirre Martínez

Miembro del tribunal de defensa

Agradecimientos:

Por el amor, la dedicación y la paciencia con la que me han guiado hasta este momento, agradezco a mis padres.

Por permitirme formarme profesionalmente, adquiriendo conocimientos y desarrollando actitudes y aptitudes, agradezco a la Universidad de las Artes y al grupo de docentes de la escuela de cine.

Por su infinita paciencia y su impulso constante hacia la formación en el campo de la producción cinematográfica, agradezco a María Isabel Carrasco. Gracias por la confianza, por todo el conocimiento compartido y por ser tutora de este proyecto.

Por su amistad, comprensión y apoyo constante, agradezco a mis hermanas, amigos y a Mario Solis. Finalmente agradezco a la vida, al destino y a Dios por permitirme llegar a este momento.

Dedicatoria:

A mi yo de 10 años.

Resumen

La distribución cinematográfica de las películas ecuatorianas es una discusión que se ha centrado en artículos de periódicos o revistas que hacen referencia a como le fue en taquilla, cifras y modelos exitosos, las que usualmente no pueden ser contrastadas de otra manera. Dichos artículos no son suficientes para generar una opinión sobre el manejo de la distribución cinematográfica de un producto audiovisual en nuestro país.

Esta investigación procura indagar en los distintos enfoques que se le da a la distribución cinematográfica dentro del documental, puesto que, estas películas son las que han incursionado actualmente en nuevas formas de distribución para poder llegar al público. En este sentido, el objetivo general de esta investigación es realizar un análisis descriptivo - explicativo de los distintos procesos de distribución y exhibición cinematográfica de *Siguiente Round* (2018, Ernesto Yitux, Valeria Suárez) y *Sacachún* (2018, Gabriel Páez), reflexionando sobre las distintas ventanas de distribución utilizadas para dar a conocer los documentales.

Dentro de la estructura metodológica, esta es una investigación exploratoria-descriptiva, en donde los resultados obtenidos fueron la consecuencia de la observación y acercamiento a productores, directores de la industria cinematográfica de nuestro país, así también con profesionales que pertenecen al ámbito cinematográfico.

Palabras Clave: Distribución cinematográfica, Estrategias de distribución, Promoción y Marketing, Isla Trinitaria, Sacachún.

Abstract

The film distribution of Ecuadorian films is a discussion that has focused on newspaper articles or magazines that refer to how it went at the box office, figures and successful models, which usually cannot be contrasted otherwise. These articles are not sufficient to generate an opinion on the management of the film distribution of an audiovisual product in our country.

This research seeks to investigate the different approaches given to film distribution within the documentary, since these films are the ones that have now dabbled in new forms of distribution in order to reach the public. In this sense, the general objective of this research is to carry out a descriptive - explanatory analysis of the different processes of distribution and cinematographic exhibition of *Siguiente Round* (2018, Ernesto Yitux, Valeria Suárez) and *Sacachún* (2018, Gabriel Páez), reflecting on the different distribution windows used to make documentaries known.

Within the methodological structure, this is an exploratory- descriptive investigation, in which the results obtained were the consequence of the observation and approach to producers, directors of the film industry of our country as well also with professionals who belong in the film field.

Palabras Clave: Film distribution, Distribution strategies, Promotion and Marketing, Isla Trinitaria, Sacachún.

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 | X |
| ÍNDICE DE TABLAS | XII |
| PRIMERA PARTE – INTRODUCCIÓN | 1 |
| Orientaciones teóricas sobre investigación..... | 1 |
| 1.1. Presentación general del tema | 1 |
| 1.2. Objetivos del proyecto..... | 3 |
| 1.2.1. Objetivo general | 3 |
| 1.2.2. Objetivos específicos | 3 |
| 1.3. Justificación | 3 |
| SEGUNDA PARTE – CAPÍTULOS | 5 |
| Capítulo 1 - Revisión de Literatura | 5 |
| Antecedentes..... | 5 |
| Referentes | 13 |
| Marco Teórico | 13 |
| Marco Conceptual..... | 29 |
| Capítulo 2 – Metodología de la Investigación | 32 |
| Tipo de investigación..... | 32 |
| Variables..... | 32 |
| Diseño de la investigación..... | 32 |

| | |
|---|-----------|
| Objetos de investigación..... | 34 |
| Capítulo 3 – Desarrollo de la Investigación..... | 37 |
| Sacachún..... | 37 |
| Siguiente Round | 58 |
| Conclusiones..... | 88 |
| Bibliografía..... | 91 |
| Anexo | 99 |

ÍNDICE DE IMÁGENES

Capítulo 1 - Revisión de Literatura

| | |
|------------------|----|
| Figura 1.1 | 22 |
| Figura 1.2 | 23 |
| Figura 1.3 | 25 |

Capítulo 2 – Metodología de la Investigación

| | |
|------------------|----|
| Figura 2.1 | 34 |
| Figura 2.2 | 35 |
| Figura 2.3 | 35 |
| Figura 2.4 | 36 |

Capítulo 3 – Desarrollo de la Investigación

Sacachún

| | |
|-------------------|----|
| Figura 3.1 | 38 |
| Figura 3.2 | 40 |
| Figura 3.3 | 43 |
| Figura 3.4 | 46 |
| Figura 3.5 | 50 |
| Figura 3.6 | 52 |
| Figura 3.7 | 53 |
| Figura 3.8 | 53 |
| Figura 3.9 | 56 |
| Figura 3.10 | 56 |
| Figura 3.11 | 57 |
| Figura 3.12 | 57 |

Siguiente Round

| | |
|-------------------|----|
| Figura 3.13 | 59 |
| Figura 3.14 | 62 |
| Figura 3.15 | 63 |
| Figura 3.16 | 67 |
| Figura 3.17 | 71 |

| | |
|-------------------|----|
| Figura 3.18 | 72 |
| Figura 3.19 | 74 |
| Figura 3.20 | 75 |
| Figura 3.21 | 82 |
| Figura 3.22 | 86 |

ÍNDICE DE TABLAS

Capítulo 1 - Revisión de Literatura

| | |
|---|----|
| Tabla 1.1 Resumen de marketing en cine..... | 29 |
|---|----|

Capítulo 3 – Desarrollo de la Investigación

Sacachún

| | |
|------------------|----|
| Tabla 3. 1. | 51 |
|------------------|----|

| | |
|------------------|----|
| Tabla 3. 2. | 54 |
|------------------|----|

Siguiente Round

| | |
|------------------|----|
| Tabla 3. 3. | 73 |
|------------------|----|

| | |
|------------------|----|
| Tabla 3. 4 | 77 |
|------------------|----|

| | |
|------------------|----|
| Tabla 3. 5 | 78 |
|------------------|----|

| | |
|------------------|----|
| Tabla 3. 6 | 79 |
|------------------|----|

| | |
|------------------|----|
| Tabla 3. 7 | 84 |
|------------------|----|

PRIMERA PARTE – INTRODUCCIÓN

Orientaciones teóricas sobre investigación

1.1. Presentación general del tema

La distribución cinematográfica es el proceso, tácticas, estrategias o rutas generadas por los productores y/o distribuidores para dar a conocer un filme a las audiencias. Estos procedimientos son los que marcan el nivel de recepción del público, además del camino que tendrá la película para su exhibición, así como para posibles ventas futuras.

Esta investigación se desarrolló en base a la indagación de los procesos de distribución y exhibición de dos documentales ecuatorianos estrenados en el año 2018, *Sacachún* (Gabriel Páez) y *Siguiente Round* (Ernesto Yitux y Valeria Suárez).

Sacachún es un documental filmado en la comuna del mismo nombre ubicada en la provincia de Santa Elena, fue estrenado el 16 de agosto de 2018. La película es un retrato de la fe de personas que superan los 70 años, quienes viven en una tierra árida en la que no ha llovido por décadas como consecuencia del alejamiento de la estatua de San Biritute, una imagen procedente de culturas ancestrales -el santo- de la comunidad que sigue siendo venerada.

Mientras que, *Siguiente Round*, fue estrenado dos meses después, el 12 de octubre de 2018, es un documental filmado en la isla trinitaria, barrio marginal de la ciudad de Guayaquil en la provincia del Guayas. La película retrata parte de la vida de Pachín y Anthony, dos adolescentes que lidian con los conflictos de vivir en uno de los barrios más conflictivos del Ecuador. Ellos encuentran una nueva oportunidad cuando son reclutados por el ex-boxeador 'El Destructor' Preciado para ser entrenados y poder competir en eventos locales e internacionales.

La idea principal de trabajar esta investigación en base a estos documentales, por un lado, es porque el género documental ha tenido en la última década mejor recepción por parte del público nacional, por ejemplo, los documentales *Con mi corazón en Yambo* (2011, Fernanda Restrepo) y *La muerte de Jaime Roldós* (2013, Lisandra Rivera y Manolo Sarmiento) fueron los filmes más vistos por la audiencia nacionales en sus respectivos años de estreno. Este es un género que está ligado más a una interpretación y

reinterpretación de la realidad, por lo que lo vuelve muy atractivo para el público y más tratándose de una realidad que ellos conocen o comparten.

Los documentales que aquí analizo, además de compartir ciertos aspectos; ambos fueron filmados en la región costa del Ecuador, los cuales fueron culminadas tras varios años de elaboración, representan un fragmento de la vida de varias personas dentro de una comunidad determinada, estas comunidades en las que fueron filmadas estuvieron involucrada dentro de los procesos. Además de que, son dos documentales que comparten una estética que podría considerarse más televisiva, entre otros aspectos.

En general, hablar de distribución sobre películas ecuatorianas es una discusión que se ha centrado en artículos de periódicos o revistas que hacen referencia a como le fue en taquilla, cifras y modelos exitosos, las que usualmente son entregadas por los propios productores sin poder ser contrastadas de otra manera. No obstante, aquellos artículos publicados no son suficientes para generar una opinión sobre el manejo de la distribución cinematográfica de un producto audiovisual, mucho menos para hablar de una estructura establecida sobre distribución cinematográfica en nuestro país, pero ¿Existe un modelo único de distribución cinematográfica para largometrajes documentales en nuestro país? ¿Estos modelos son exitosos para llegar al público? Ante las presentes interrogantes, lo que se pretende en la siguiente investigación es reflejar resultados de estos procesos que ayuden a generar posibles soluciones a una problemática planteada como parte fundamental de este análisis, misma que se sintetiza en: Los estudiantes productores que desarrollan cortometrajes en la Universidad de las Artes no se involucran totalmente en la distribución de los mismos por falta de conocimiento e inexperiencia.

Este estudio procura indagar en los distintos enfoques que se le da a la distribución y exhibición cinematográfica dentro del documental, puesto que, estas películas son las que han incursionado actualmente en nuevas formas de distribución para poder llegar al público, por ende, se sugiere esta investigación podría ser utilizada como un ejemplo para la comunidad universitaria de la Universidad de las Artes, que poseen cortometrajes.

La investigación planteada se desarrolla dentro de una perspectiva crítica y de manera tanto exploratoria como descriptiva, donde se evidenciará: el rol del productor/distribuidor dentro de la distribución y exhibición cinematográfica, estrategias de mercadeo, publicidad y la audiencia alcanzada. Desde la óptica de un grupo

seleccionado: docentes de Universidad de las Artes, productores de cine y público en general.

Actualmente en el país no existen estudios conocidos sobre la recepción de películas por el público, tampoco hay análisis sobre el empleo de las estrategias de distribución y su aplicación en el país, que permitan servir de guía al momento de iniciar una ruta para cineastas inexpertos. Las dudas presentadas anteriormente encaminan a conocer la manera en la que ambos documentales fueron distribuidos dentro de nuestro país, siendo ese el punto de partida para hablar de distribución cinematográfica en nuestro país en el periodo de 2018- 2019.

1.2. Objetivos del proyecto

1.2.1. Objetivo general

Realizar un análisis descriptivo - explicativo de los distintos procesos de distribución y exhibición cinematográfica de los documentales *Siguiente Round* (2018, Ernesto Yitux, Valeria Suárez) y *Sacachún* (2018, Gabriel Páez)

1.2.2. Objetivos específicos

- Identificar las estrategias y métodos de distribución y exhibición de: *Siguiente Round* y *Sacachún*
- Analizar las similitudes y diferencias de las estrategias de distribución y exhibición empleados por: *Siguiente Round* y *Sacachún*.
- Reflexionar sobre el rol de las nuevas tecnologías y su aporte en la transformación de las ventanas de exhibición en nuestro país.

1.3. Justificación

La discusión de la distribución y exhibición cinematográfica se ha centrado en si una película llega o no a salas de cine. Inclusive si se realiza una búsqueda en internet acerca de la distribución cinematográfica en Ecuador, el resultado obtenido se centra enmarcar el 'fortalecimiento de la industria cinematográfica con el apoyo de instituciones públicas'. De manera que, sólo se habla de los extremos, dejando a un lado todo un proceso que encamina hacia ese resultado.

Uno de los problemas principales que enfrentan cineastas novatos, es la distribución de su producto audiovisual. La escuela de cine de la Universidad De Las Artes cada año

invierte recursos en el desarrollo de cortometrajes perteneciente a la cátedra Laboratorio de Rodaje. Sin embargo, son pocos los cortometrajes que salen más allá de las aulas de clase o instalaciones perteneciente a la universidad. Si bien, dentro de la escuela de cine existe una persona a cargo del manejo de estos cortometrajes, es necesario que los estudiantes -Productores- sean encaminados a tiempo en buscar y desarrollar formas en la que estos cortometrajes no queden abandonados a la intemperie. Por este motivo es importante para esta investigación reflexionar sobre medios alternativos de distribución cinematográfica que ayuden a mejorar las técnicas aplicadas en los cortometrajes creados por la escuela.

Es importante enfocar esta investigación al contexto académico de la Universidad de las Artes apuntando al crecimiento de la calidad pedagógica por medio de nuevas propuestas que aporten al conocimiento. De tal manera, se toma como unidad de observación largometrajes documentales, realizando un análisis y proponiendo un ejemplo de cómo los productores novatos pueden llevar cortometrajes a las distintas ventanas de exhibición si conocen sobre distribución cinematográfica.

En la escuela de cine aún no se ha indagado en una investigación acerca de las estrategias de distribución y exhibición cinematográfica, por lo que es novedoso plantear esta propuesta desde una perspectiva crítica, creativa y explicativa, que incentive al desarrollo de herramientas que ayuden a mejorar los procesos de enseñanza-aprendizaje de los alumnos de la escuela de cine, logrando realzar la calidad en las futuras producciones de la Universidad De Las Artes. Conocer acerca de la distribución y exhibición cinematográfica desde los procesos de creación audiovisual desarrollados por la escuela -como los laboratorios de rodaje y la materia que lleva el mismo nombre-, nos permite como futuros cineastas estar cocientes del trabajo que implica llevar una obra hacia distintas ventanas distribución y exhibición.

Esta investigación no pretende ser un manual de distribución y exhibición cinematográfica para el usuario, sin embargo, se realiza para demostrar que el manejo de la distribución de un producto cinematográfico -tanto por su duración, como por su género- depende de distintos factores, dando a conocer un poco más acerca de las distintas estrategias y rutas de distribución elegidas por los productores cinematográficos como método para poder llegar a los espectadores con un producto ya finalizado.

SEGUNDA PARTE – CAPÍTULOS

Capítulo 1 - Revisión de Literatura

Antecedentes

Se dice que, el cine empezó como el resultado de varias investigaciones realizadas por el ser humano, con la intención de querer capturar el movimiento mediante imágenes. La historia oficial inicia desde de la creación del cinematógrafo por los *hermanos Lumière* y su primera proyección al público el «28 de diciembre de 1895»¹. En esta fecha es donde por primera vez se presentaron imágenes en movimiento a un público en general. Dicha función estuvo «compuesta de 10 películas y el valor de entrada fue de un franco por persona.»²

La proyección realizada por los *hermanos Lumière* en el Indian Salon del Grand Café de París, fue la primera sesión pública de pago del cinematógrafo, que podría considerarse como una presentación comercial. Sin embargo, el filme *La salida de los obreros de la fábrica* - El primer filme creado por los *Hermanos Lumière*- fue proyectado desde el 22 de marzo de 1895 en sesiones privadas en Francia y Bélgica, para luego ser lanzada al público junto con otros registros.

La función del 28 de diciembre, que había comenzado a las 18:20, duró solo media hora y recaudó 33 francos, la primera noche. Sin embargo, «tres semanas después se hicieron taquillas de dos mil francos»³ diarios. Debido al éxito conseguido luego de la primera proyección, los *hermanos Lumière* comenzaron a recibir solicitudes de compra de su invento -Cinematógrafo -. Sin embargo, ellos...

[...] prefieren mantener el control de su explotación poniendo en marcha, a inicios de 1896, un sistema donde las concesionarias compraban la exclusividad de proyecciones en una ciudad francesa o en un país extranjero. [...] A cambio del 50% de ingresos, estas concesionarias reciben en préstamo un Cinematógrafo con su equipo de proyección y de filmes al igual que de

¹ Institut Lumiere, «La première séance publique payante», cinémathèque nationale, <http://www.institut-lumiere.org/musee/les-freres-lumiere-et-leurs-inventions/premiere-seance.html>.

² Institut Lumiere, «La première séance publique payante», cinémathèque nationale.

³ Cine_Cam, «El invento del cine_Edison_Lumière», portal de lenguaje audiovisual, https://cinecam.wordpress.com/historia-del-cine/el-invento_el-cine-a-finales-del-siglo-xix/el-invento-del-cine-edison-lumiere/

personal capacitado en Lyon para su operación, este personal debe ser remunerado por las concesionarias. Sólo una parte de los operadores enviados por la firma está habilitada a filmar, por lo cual dispone de material para hacerlo. Mientras tanto, otros sin relación con una concesionaria en particular, realizan giras gracias a una carta de filmes rodados en Francia y en el mundo [...] países que alimentan los programas de las proyecciones.⁴ (Texto traducido del francés)

De esta manera, logran un acuerdo para contratar operadores ambulantes que rueden por todos los países, estableciendo una red de representantes de su cinematógrafo. Siendo así, como *hermanos Lumière* empezaron a crear una especie de red que incluía la protección del invento y la generación de ganancias por las proyecciones realizadas, esto mantenía controlado el uso y manejo de su invento. A pesar, del intento inconsciente de desarrollo y protección, sería el inicio de lo que se conoce como distribución y exhibición de cine. Sin embargo, en menos de una década los *hermanos Lumière* dejaron de participar en el que sería considerado el séptimo arte – Cine-.

Si bien, el cinematógrafo fue el resultado de una serie de investigaciones que luego darían paso a inmortalizar un fragmento de la vida en movimiento. El resultado de dichas investigaciones no solo quedó como una herramienta de avance fotográfico, con el pasar de los años, algunos lo transformaron en una industria monopolizada de la cual podrían sacar provecho.

Thomas Edison, quien fue un experto en el tema de las patentes para la época, por lo que, tomo el control de la mayor parte de patentes relacionadas con el cinematógrafo en Estados Unidos, creando compañías que figuraban como *concesionarios de Edison* y que abarcaban la mayor parte del mercado cinematográfico. Dando paso así al inicio del monopolio de Edison y tomando mayor ventaja del territorio.

Algunas productoras de cines y estudios -desarrollados para la época- tuvieron que entregar o asociarse a esta cadena para no sufrir decadentes sanciones, como lo menciona *Georges Sadoul* en su libro '*Historia del cine mundial: desde los orígenes*', donde realiza un recuento sobre el cine y su desarrollo dentro del territorio estadounidense.

⁴ Institut Lumiere, «Les films Lumière», cinémathèque nationale, Texto traducido por Jahaira Pilligua, <http://www.institut-lumiere.org/musee/les-freres-lumiere-et-leurs-inventions/films-lumiere.html>.

Con la monopolización desarrollada por Edison, en gran parte del este de Estados Unidos, algunos productores se asocian y deciden separarse, mudándose así hacia el otro lado del país, a un pueblo de nombre Hollywood. En los años treinta esa asociación inicia una producción de películas fuera del monopolio de Edison, además de empezar a desarrollar técnicas para la distribución de las mismas, que más bien un medio de controlar no solo las ganancias, también a directores, actores y de asegurarse de que la película sea proyectada en su propio circuito de exhibición.

La creación de un nuevo modelo como parte del rechazo no solo fue únicamente en Estados Unidos, también se empezó a generar nuevos modelos de hacer llegar una película en Europa. Luis Alfonso García en su artículo *De arañas y moscas: la formación del sistema cine y los principios de la distribución cinematográfica en España*, genera un discurso acerca de las cadenas y modelos de distribución en Europa con enfoque en España. En donde manifiesta que las distribuidoras españolas, las llamadas ‘alquiladoras’, frente a los representantes de las casas extranjeras. Generaron un margen de éxito del sector nacional de la distribución, frente a las continuas crisis de la producción y la exhibición, esto se debió, en primera instancia, a la dificultad de las casas extranjeras - haciendo referencia anteriormente a la industria de Edison- para intervenir en un mercado demasiado marcado por la segmentación territorial y la atomización comercial típicas de una sociedad de insuficiente y desequilibrada industrialización.

Al hablar de un proceso de distribución cinematográfica se podría considerar un inicio de la misma en la cinematografía en Hollywood. Por ser una industria pionera formalmente en la organización y elaboración de propuestas estratégicas que ayuden a impulsar otras obras audiovisuales lejos del mercado creado por Edison. Convirtiéndose así uno de los principales referentes globales, a la industria estadounidense en el desarrollo de la industria cinematográfica. Tomando este punto de inicio como referencia, por ser una época en donde podemos ver organización de técnicas que se realizan al momento de empezar a hacer llegar un filme al espectador de manera más comercial. El proceso de distribución que ellos utilizan es lo que comúnmente podríamos denominar en la actualidad como distribución ‘tradicional’ o ‘convencional’, por ser un proceso ya establecido y por la larga trayectoria que ha mantenido dentro de la historia del cine.

Este modelo de distribución tradicional ‘americana’ que reconoce al cine como una industria, ha permitido que una persona o grupo de personas se dedique a la

mercantilización de un film ya terminado – Distribuidor de cine- así lo explica David Matamoros en el libro *Distribución y Marketing cinematográfico: Manual de primeros auxilios*, donde menciona que el distribuidor es un intermediario necesario, mayoritariamente en los casos, entre el productor y el consumidor final, o aquel que acerca el producto al consumidor final. Siendo así la manera en la que un filme pueda presentarse de la audiencia y salir al mercado.

Por otra parte, en Ecuador la llegada del cine marca un gran contraste. El público deja de asistir a los circos ubicados en las parques o plazas, para pasar a las salas de cine. El primer encuentro que tiene el cine con el país se da en Guayaquil, por ser una ciudad portuaria de llegada para extranjeros. Sin embargo, Antes de llegar a Ecuador -el cine- es decir las proyecciones públicas habían sucedido en otros países de Latinoamérica. Como manifiesta Jorge Luis Serrano en su libro *El nacimiento de una noción. Apuntes sobre el cine ecuatoriano*, que...

[...] según el historiador brasileño Paulo Paranaguá, (la primera proyección “debidamente comprobada”) se llevó a cabo en Río de Janeiro el 8 de julio de 1896. Diez días después, el 18 de julio –fecha patria del Uruguay–, Buenos Aires y Montevideo conocieron la endemoniada invención de Lumiere (Luzbel francés). México asistiría a este milagro posguadalupano el 14 de agosto, y La Habana el 24 de enero de 1897, [...] Por su parte el Vitascopio, otro nombre con el que se conoció al invento de *Edison* encontró sus admiradores en Maracaibo, Venezuela, el 28 de enero de 1897.⁵

Esas fechas fueron el resultado del conceso creado por los hermanos Lumiere mencionado anteriormente, siendo éste un acuerdo que incluía dividir los ingresos generados por proyección. Con la llegada a Ecuador dos años más tarde «junio de 1899»⁶. La compañía Watry y Casthor es la encargada de llevar un cinematógrafo de los *hermanos Lumière*, al teatro Olmedo en la ciudad de Guayaquil. De esta manera le permitieron así al público guayaquileño asistir a «*la faena del afamado matador de toros Luis Mazzantini en Sevilla, a un desfile militar en París, al jubileo de la Reina Victoria en Londres.*»⁷

⁵ Jorge Luis Serrano, *El nacimiento de una noción: apuntes sobre el cine ecuatoriano*, ed. Acuario (Quito-Ecuador, 2001), 30.

⁶ Cinemateca digital del Ecuador, «La Primera Proyección En Ecuador» portal web (junio 10 de 2019). <http://www.cinematecanacionalcce.com/Tematicas/Detalle/48>.

⁷ Cinemateca digital del Ecuador, «La Primera Proyección En Ecuador».

Años más tardes, sería Carlo Libero Valenti Sorié -así como otros cinematógrafos ambulantes y gestores del cine- quien llega a Guayaquil en 1906 a buscar espacios y programar en el Teatro Olmedo. Sin embargo, no solamente proyectó al público guayaquileño imágenes de *Las fiestas de la Minerva en Guatemala* y *La pasión de Cristo*, sino que sería el pionero en registrar las primeras imágenes en movimiento de la ciudad de Guayaquil. Por primera vez, el público Guayaquileño podría reconocer las calles y edificios del puerto, el andar y el comportamiento de esas imágenes que, eran ellos mismos con funciones como *La procesión de Corpus en Guayaquil*, *Amago de incendio* y *Ejercicios del cuerpo de bomberos*.

Hablar del paso del público que asistía a un evento en una plaza al teatro, también significaba el pago del ingreso a una función. En el Teatro Olmedo, Herman Ziegler-empresario de la compañía Jackson y Encalada- ofertaba una serie de precios para todo el público, por ejemplo, «el palco con cuatro lugares costaba seis sures; la butaca adicional, un sucre, al igual que la luneta y el anfiteatro».⁸ Lo que era equivalente al precio de medio quintal de azúcar para la época.

Años más tarde en 1910, en la ciudad de Guayaquil se crea la empresa Nacional de Cine Ambos Mundos, siendo así la primera sociedad ecuatoriana de producción y distribución cinematográfica. «Esta sociedad cinematográfica era propiedad de Francisco Parra y Eduardo Rivas Ors, dos grandes representantes del capital guayaquileño y barcelonés»⁹ Es así como las dos principales ciudades de nuestro país se convierten en las primeras ciudades en tener varias salas de proyección de cine.

En Guayaquil, la primera sala de exhibición fue ‘El Edén’ ubicada en el Boulevard 9 de octubre, mientras que, en Quito, la empresa Ambos Mundos exhibía sus películas en el teatro del Instituto Mejía. En estas salas años más tarde se presentó, el registro documental *Los funerales del General Alfaro*, que fue una de las primeras producciones ecuatorianas que marca un precedente dentro de la historia del cine documental en el país.

Para 1920. Diarios como El Telégrafo «dedicaban una sección entre sus páginas, Arte y Teatro, para comentar estos espectáculos cinematográficos. Los domingos publicaba información de actualidad sobre Hollywood y las películas próximas en llegar

⁸ Cinemateca digital del Ecuador, «La Primera Proyección En Ecuador- Los precios», portal web (junio 10 de 2019), <http://www.cinematecanacionalce.com/Tematicas/Detalle/49>

⁹ González Rentería, Verónica, Ortíz León, Carlos, «Cine Documental En Ecuador», Razón y Palabra, no. 74 (2010): Redalyc, 15, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199516111043>> ISSN 1605-4806

al puerto»¹⁰. Manteniendo al público general informado acerca de las producciones cinematográficas vigentes en el exterior y sobre las funciones a las que podrían asistir próximamente. Convirtiendo así el cine en un lugar de reunión y ocio para las clases altas, medias y muy poco para las bajas.

Mientras que, en otras ciudades como Cuenca, la difusión del cine toma fuerza en 1923 con la llegada de Carlos Crespi, como lo manifiesta Loza Cisneros en su *Plan de promoción del cine ecuatoriano encaminado a fomentar la cultura cinematográfica en la ciudad de Quito*, «Este sacerdote salesiano de origen italiano se dedicó a recoger material cinematográfico en la selva amazónica. Este trabajo fue expuesto en la exposición universal salesiana que se realizó en Turín en 1924.»¹¹

Mientras que, en 1925 es fundada en Guayaquil *ARTS FILMS* -un teatro del silencio- por el joven guayaquileño Augusto San Miguel y del actor italiano Carlos Bocaccio. Marcando así, un precedente para que el 7 de agosto de 1924 se estrenara el filme *El tesoro de Atahualpa*, que fue el primer largometraje argumental ecuatoriano dirigido por San Miguel.

Para los años 60 el cine ecuatoriano es promovido por intelectuales como Ulises Estrella -que es la persona que años después funda la Cinemateca Nacional del Ecuador- además de, ser un periodo en el cual se realizan coproducciones mexicano-ecuatorianas con cineastas como Ernesto Albán. Décadas posteriores se encargan de fortalecer el género documental en nuestro país, dando paso a que, en 1977 se funde la Asociación de Autores Cinematográficos del Ecuador, ASOCINE.

En la década de 1980, la cinematografía ecuatoriana empieza un proceso de producción de largometrajes gracias al impulso de ASOCINE. De este proceso, se originan filmes como, *Dos para el camino* (1981) de Jaime Cuesta Hurtado o *Daquilema* (1981), *Una araña en el rincón* (1982), *Luto eterno* (1982) de Edgar Cevallos, que eran largometrajes argumentales o documentales.

Años después, en 1989. Camilo Luzuriaga estrena *La Tigra*, que es un largometraje de ficción que se convierte en la película más taquillera del cine ecuatoriano.

¹⁰ Violeta Yalilé Loaiza Ruiz y Emiliano Blanco, «Tras los pasos del Cine en Ecuador: la producción nacional y políticas de apoyo», *Revista Científica de Comunicación - ComHumanitas*: 6(1), (junio 12 de 2019) 52 -66, <http://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/20156/pdf>

¹¹ Ramiro Loza, «Plan de promoción del cine ecuatoriano encaminado a fomentar la cultura cinematográfica en la ciudad de Quito», *Facultad: Ciencias Sociales Y Comunicación - Tesis*, 179, <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/10105>.

En un ámbito fructuoso es registrado con una taquilla de más de 250.000 espectadores, sin embargo, existen fuentes que manifiestan que el film, *Dos para el camino* (Jaime Cuesta y Alfonso Naranjo, 1981) fue el largometraje más taquillero de la historia del cine ecuatoriano, con medio millón de espectadores, pero son fuentes no muy confiables.

En efecto, un punto giro para el cine ecuatoriano es sin duda la llegada de *Rata, ratos y rateros* de Sebastián Cordero en 1999. En septiembre de ese mismo año, la cinta de Sebastián Cordero marca una intervención del cine ecuatoriano en festivales internacionales, entre ellos, el Festival de cine de Venecia, el festival internacional de cine de Toronto, el festival de San Sebastián y el festival del Nuevo Cine Latinoamericano de la Habana, donde gana a mejor Edición, así también en, el Festival de cine en Bogotá donde obtiene una mención de honor y obtiene la nominación al Goya.

La llegada del nuevo siglo marco un gran cambio a la industria cinematográfica ecuatoriana. En el año 2006, la directora Tania Hermida estrena *Qué Tan Lejos* un film de ficción que alcanza 220.000 espectadores. *Qué Tan Lejos*, se convirtió así en la segunda película más taquillera del país, pero siendo superada por *La Tigra* y dejando atrás a *Ratas, Ratones y Rateros*. *Qué Tan Lejos*, permaneció en cartelera por más de 24 semanas, según diarios informativos de la ciudad de Guayaquil.

Aunque en la década de 1960, empieza la legislación para la industria, presentándose un proyecto de ley para legislar la creación de cine, este no tuvo éxito alguno. Años más tarde, en 1994 el Congreso Nacional del Ecuador aprueba una Ley de Cine que será vetada totalmente por el presidente Sixto Durán Ballén. Sería hasta el mes de febrero de 2006, donde se publica el registro oficial 'LEY DE FOMENTO DE CINE NACIONAL' donde se consideraba lo siguiente:

Que, por mandato constitucional, el Estado debe promover y estimular las manifestaciones culturales y las expresiones artísticas, que son parte esencial de la identidad nacional;

Que las actividades cinematográficas se han constituido en una importante colaboración para la sociedad ecuatoriana, contribuyendo en forma positiva en la difusión y el conocimiento de valiosos aspectos de las costumbres, historia, desarrollo de nuestro país y de las expresiones culturales de la identidad nacional;

Que las actividades de las empresas cinematográficas se han constituido en fuentes generadoras de ingresos, trabajo y promoción del país, mereciendo innumerables distinciones y reconocimientos que redundan en su beneficio; Que es necesario adoptar una normativa e incentivos para la promoción y el estímulo de estas actividades productivas que privilegian las manifestaciones culturales.¹²

Ese mismo año, el presidente de la República, Alfredo Palacio, firma el Decreto Ejecutivo N. 1969, mediante el cual se establecen las disposiciones reglamentarias que autorizan la creación, producción, distribución, comercialización, exhibición de películas y otras actividades apoyadas por el estado. Con este decreto se buscaba fortalecer el desarrollo de la industria cinematográfica de nuestro país. Con todo lo reglamentario se inicia el proceso de constitución del Consejo Nacional de Cine,

[...] que estaría integrado por cuatro delegados del sector público (Presidencia de la República, Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, Ministerio de Comercio Exterior y Casa de la Cultura Ecuatoriana) y tres delegados de las organizaciones gremiales y profesionales de los cineastas (uno por los directores y guionistas, uno por los productores y uno por los actores y técnicos) siendo designado como primer director ejecutivo de la entidad Jorge Luis Serrano quien permanecerá siete años al frente de la misma[...] ¹³

Con la vigencia de la LEY DE FOMENTO DE CINE, la producción cinematográfica nacional experimentó un notable progreso. Ecuador pasó de estrenar una película cada cuatro años, a un mínimo de cuatro películas por año. Desde 2007, un promedio de entre 10 a 12 producciones locales llegan a las salas de cine en Ecuador cada año.

En este sentido, el cine ecuatoriano inicia asumiendo una realidad ajena. Las instalaciones usadas como salas de cine eran anteriormente teatros y la comercialización de cada asiento existente en estos espacios era notoria. Ante la novedad de la imagen en movimiento, se involucran casas productoras que ayudan al manejo y proyección dentro

¹² Congreso Nacional, «Ley De Fomento Del Cine Nacional». Quito: 2006-29. Edición en PDF. <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec059es.pdf>.

¹³ Jorge Luis Serrano, «Balance de la ley del Cine en la Cinematografía ecuatoriana» Portal web Nodal Cultura: febrero 2016 (junio 12 de 2019), <https://www.nodalcultura.am/2016/02/balance-de-la-ley-del-cine-en-la-cinematografia-ecuatoriana/>.

del territorio ecuatoriano. De esta forma, en el Ecuador se han marcado puntos presentes de la distribución cinematográfica a través de la historia, como lo son; las proyecciones en salas de cine, Festivales, legislación y ventanas de exhibición.

Referentes

Para entender sobre este tema se debe estar consciente de la producción cinematográfica y el rol del productor. En un breve recorrido histórico, se observa que, desde el origen del cine, son los productores quienes han manejado una creatividad infinita al momento de crear, vender, distribuir y exhibir sus películas,

Desde los mismos orígenes de la industria cinematográfica, el trabajo del productor ha abarcado tanto competencias financieras y administrativas como creativas [...] Sólo la evolución de la industria del cine, así como las aptitudes personales de quienes han desempeñado este oficio, han inclinado la balanza en favor de un saber-hacer más bien técnico o, por el contrario, de la capacidad creativa.¹⁴

Siendo esto manifestado no solo por historiadores y críticos, sino los mismos profesionales de la producción. Por ejemplo, Jean Paul Firstenberg exdirector del American Film Institute, señalaba que «la gente que realmente fundó el negocio [del cine] fueron productores, y todos ellos eran muy creativos»¹⁵. A esto aparecen nombres como Charles Pathé, Léon Gaumont en Europa y Carl Laemmle, Jesse L. Lasky, Samuel Goldwyn, Adolph Zukor, Louis B. Mayer o los hermanos Warner en Estados Unidos, quienes fueron -productores- de carácter emprendedor, visionario y creativo.

Marco Teórico

Retomando brevemente, lo mencionado anteriormente en los antecedentes con respecto al inicio de cine, se observa de qué manera la primera forma de integración de los ‘tres procesos cinematográficos’ -producción, distribución y exhibición- se da en un mismo momento de manera inconsciente por los hermanos Lumière. Ellos proyectan en

¹⁴ Alejandro Pardo, «El productor creativo: ¿tautología o excepción?». En *El productor y la producción en la industria cinematográfica*, ed. de Javier Felici y Francisco Gómez (Madrid: Complutense, 2009), 48.

¹⁵ Javier Marzal Felici y Francisco Javier Gómez Tarín, *El Productor y La Producción en la Industria Cinematográfica*. Madrid: 2009 Edición en PDF <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/34178/El+productor+y+la+producci%F3n+en+la+industria+cinematogr%Elfica.pdf?sequence=1>

el Salón Indien una serie de películas que fueron filmadas por ellos mismos, es decir, los hermanos Lumière son los primeros en integrar producción y exhibición comercial de una película, además de, la distribución de las películas tiempo después. De esta manera, los hermanos Lumière marcan un camino hacia el manejo de la industria cinematográfica.

Con los antecedentes expuestos es pertinente ahondar en el concepto de industria cinematográfica y en las formas que lo identifican como negocio, con el fin de ubicarlo como parte de un sector económico. Mediante estos conceptos se explicarán las funciones y las partes que operan en el negocio cinematográfico y que posibilitan la creación, comercialización y exhibición del producto.

- **La industria cinematográfica**

Una de las definiciones del término industria es, la transformación a grandes escalas de distintas materias primas para convertirse en productos elaborados, esto como resultado de las distintas manipulaciones que pueden realizarse. Además, la actividad industrial implica una extensa labor de distintos trabajadores o inclusive corporaciones, para llegar a un solo objetivo. La industria del cine no se aleja de este principio, es un trabajo en conjunto y lleno de organización.

En términos de cine, la industria cinematográfica según la RAE se define como «negocio o actividad económica»¹⁶ que se dedica a la «captación y proyección sobre una pantalla de imágenes fotográficas en movimiento»¹⁷ De modo que, el cine es la muestra simultánea de imágenes en movimiento. Por consiguiente, la industria cinematográfica como negocio crea como producto obras audiovisuales en la que participan varias personas con aportes económicos, financieros, físicos o técnicos. En el Ecuador, se empezó por definir el término obra audiovisual, por medio del Registro Oficial No 320 de la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador donde era definido como;

Toda creación expresada mediante una serie de imágenes asociadas, con o sin sonorización incorporada, que esté destinada esencialmente a ser mostrada a través de aparatos de proyección o cualquier otro medio de comunicación de

¹⁶ Real academia española. *La Biblioteca Clásica de la RAE (BCRAE)*. Definición de 'industria' <https://dle.rae.es/?w=industria>

¹⁷ Real academia española. *La Biblioteca Clásica de la RAE (BCRAE)*. Definición de 'cinematografía' <https://dle.rae.es/cinematograf%C3%ADa>.

la imagen y de sonido, independientemente de las características del soporte material que la contenga.¹⁸

De esta manera, la normativa ecuatoriana empezó a abalar al cine en todas sus expresiones haciendo referencia a una mercantilización por medio de exposiciones al público por medio de aparatos o medios televisivos, además se incluyen otras expresiones audiovisuales como programas de televisión, publicidad, etc. Sin embargo, esta ley es modificada con la creación de la institución de *Servicios Nacionales De Derechos Intelectuales* SENADI, en el año 2018. Donde por medio del Decreto N° 356, se realizan modificaciones a la Ley de Propiedad Intelectual, mediante la cual empieza a agrupar una obra audiovisual por sectores unitarios como son,

«Cinematográficas, documentales, videogramas, cortometrajes y largometrajes, audiovisuales en general, coreografías grabadas, pantomimas y obras teatrales grabadas, obras dramáticas y dramáticas musicales, similares»¹⁹

Cabe destacar, que esta normativa fue incluida para permitirle artistas, científicos, productores ecuatorianos y demás, el registro adecuado de sus obras. El registro permite identificar como propio una obra, a fin de que, si se llegase a hacer una comercialización el dueño de la obra pueda reclamar sus derechos. De igual forma, además de la Ley De Propiedad Intelectual, el estado como ente que promueve la legislación por mandato constitucional de expresiones culturales y expresiones artísticas de entidad nacional crea la LEY DE FOMENTO DEL CINE NACIONAL, en el año 2006. A efectos de esta ley una obra cinematográfica se define como,

El registro organizado de tomas o imágenes asociadas con o sin sonorización incorporada que, independientemente de las características del soporte material que la contiene y de su duración, está destinado esencialmente a ser mostrada a través de aparatos de proyección o destinada a ser proyectadas prioritariamente en salas de cine. Se entenderá por largometraje aquellas cuya

¹⁸ Congreso Nacional. «Ley De Propiedad Intelectual». Quito: Registro Oficial No 320, 1998. Edición en PDF. https://www.correosdeecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2015/05/LEY_DE_PROPIEDAD_INTELECTUAL.pdf.

¹⁹ Servicios nacionales de derechos intelectuales. «Detalle de proceso para registro de obras y requisitos» Quito: 2019. Edición en PDF https://www.derechosintelectuales.gob.ec/wp-content/uploads/PDF/Instructivo_Registro_Derecho_Autor_y_Conexos.pdf

duración sea mayor a 60 minutos y cortometraje las que duren menos de 60 minutos.²⁰

Definiendo de forma más puntual y directa la terminología ‘*obra cinematográfica*’. La industria del cine, por lo tanto, es un negocio económico que se dedica a la creación y comercialización de un bien físico -la obra cinematográfica-. Siendo este un producto con capacidad para ser comercializado tanto a nivel nacional como internacional, por ser un referente cultural creado desde ideas intelectuales que es amparado por la legislación ecuatoriana. De esta manera, este trabajo de investigación se centra en largometrajes cinematográficos previstos o con intención de su primera exhibición en salas de cine, considerando también la aparición de la misma en medios alternativos y digitales.

- **El financiamiento de una obra audiovisual en Ecuador.**

Cada proyecto inicia desde una idea. En nuestro país, muchas de esas ideas se han prolongado durante años para convertirse finalmente en productos audiovisuales. Es un hecho, que sin financiación no se puede realizar ningún proyecto audiovisual, sin financiamiento no existe película. Esto lleva a que cada productor a cargo de un proyecto cree formas de encontrar financiamiento para el impulso de su película.

Los productores generan una ruta de posibles encuentros y estrategias que les permitan obtener el apoyo económico que se necesita para crear una película. Estas tácticas comprenden desde campañas de crowdfunding, visitas a empresas privadas, hasta buscar el apoyo de instituciones públicas. En el Ecuador, una de las instituciones públicas que impulsó y apoyó la industria cinematográfica ha sido el CNCine (Actualmente llamado el Instituto del Cine y el Audiovisual, ICCA) institución a la que muchos productores acudieron principalmente como parte de la estrategia para obtener fondos.

La *Ley De Fomento Del Cine Nacional* creada en 2006, como parte de la legislación ecuatoriana sobre cine, en su Art. 6 menciona, «Créase el Consejo Nacional de Cinematografía como una persona jurídica de derecho público, con patrimonio propio, con sede en la ciudad de Quito.»²¹ donde se hacía referencia a crear una entidad física a cargo de la industria cinematográfica en nuestro país, entidad que estaría a cargo del

²⁰ Congreso Nacional. «Ley De Fomento del Cine Nacional».

²¹ Congreso Nacional. «Ley De Fomento del Cine Nacional».

apoyo, financiación e impulso de obras y proyectos audiovisuales, es así como se genera el CNCine.

Esta sería la entidad encargado de dictar y ejecutar las políticas de desarrollo cinematográfico en el Ecuador y estaría conformado de la siguiente manera:

- a) El Presidente del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual-IEPI- o el Director Nacional de Derechos de Autor en su representación, quien lo presidirá;
- b) Un delegado del Ministro de Industrias y Comercio Exterior;
- c) Un delegado del Ministro de Educación y Cultura;
- d) El Presidente de la Casa de la Cultura Ecuatoriana o su delegado;
- e) Un representante de los productores cinematográficos;
- f) Un representante de los directores y guionistas; y,
- g) Un representante de los actores y técnicos cinematográficos.²²

Con la aparición del CNCine gracias a *Ley De Fomento Del Cine Nacional*. El CNCine tenía la potestad de administrar el Fondo de Fomento del Cine Nacional, este fondo tenía un ingreso anual de \$700,000.00 Permitiendo así un crecimiento del volumen de producción ecuatoriana, gracias a su fondo concursable, convirtiéndose así en una de las bases de financiamiento fundamentales de algunos proyectos.

El fondo del CNCine tenía como objetivo primordial fomentar, impulsar y fortalecer la producción audiovisual y cinematográfica de nuestro país. Un valor otorgado mediante un fondo competitivo y un concurso público, en el que pueden participar todas las personas naturales o jurídicas. Los proyectos que postulaban a este fondo pasan por la revisión de un Comité de Selección, conformado por profesionales nacionales e internacionales del sector cinematográfico y audiovisual, donde cada año eran «financiados un promedio de 30 proyectos en ocho categorías, incluidos largometrajes, cortometrajes y documentales»²³ como lo menciona Jorge Luis Serrano, jefe del Consejo Nacional de Cine para esa época.

No obstante tiempo después, por la tragedia ocurrida 16 de abril del 2016, a causa del terremoto que afectó a algunas zonas de la costa del Ecuador, el CNCINE dirigió ese años su gestión en solidaridad con las zonas afectadas, por lo tanto, se procedió con la

²² Congreso Nacional. «Ley De Fomento del Cine Nacional».

²³ Anna Marie De La Fuente. «Lack of cinemas slows Ecuador surge» en revista digital *Variety* (S.l.:2019). Portal web. <https://variety.com/2013/film/news/lack-of-cinemas-slows-ecuador-surge-1118064547/>

inscripción de un convenio específico de cooperación interinstitucional con el Ministerio de Cultura y Patrimonio, cuyo objetivo fue prestar apoyo a productores locales a través del incentivo a la producción audiovisual como medio de expresión para narrar dicha experiencia.

En ese año, el CNCine incluyó dentro de las categorías del concurso:

- » Guion y Desarrollo
- » Producción
- » Post-Producción
- » Promoción y Estreno
- » Exhibición de Cine Independiente
- » *Formación de Cine en las provincias de Esmeraldas y Manabí*
- » *Proyectos de Difusión de Cine ecuatoriano y/o independiente en las provincias de esmeraldas y Manabí.*

De este modo, se incluyeron programas para el desarrollo de actividades que involucren a provincias como Esmeralda y Manabí, que eran las zonas principalmente afectadas por el terremoto. El proceso de postulación contó con la participación de más de 160 proyectos a nivel nacional, con mayor afluencia en las provincias de Pichincha, con 68 postulaciones; Guayas con 25 postulaciones, Morona Santiago con 20 postulaciones, Manabí con 18 postulaciones, y Galápagos con 13 postulaciones. De esta manera, se apoyó a 20 proyectos ganadores (ANEXO) con un monto entregado de cuatrocientos ochenta y cinco mil dólares, según lo manifiesta un comunicado del CNCine en cumplimiento con la ley orgánica de transparencia y acceso a la información pública.

Sin embargo, el CNCine por mandato de la Ley Orgánica de Cultura en el acuerdo ministerial Nro. DM-2017-052 da paso a que se transforme en una nueva institución, y para el 1 de mayo del 2017 empieza a estar vigente el *Instituto de Cine y Creación Audiovisual (ICCA)*. De modo que, Ecuador cuente con una institución vigente que no únicamente se encargase de fomentar la creación cinematográfica y audiovisual, además, esté a cargo de la difusión y promoción nacional e internacional del cine y productos audiovisuales, basándose en el desarrollo cultural y el buen vivir.

Los fondos del ICCA, según la norma *ibidem* en su artículo 139 que se encuentra en la resolución Nro. 002-DIR-ICCA-2019 del directorio del instituto de cine y creación audiovisual, determina que

los fondos reembolsables y no reembolsables, así como toda ayuda o financiamiento en el sector cinematográfico y audiovisual deberán otorgarse a los beneficiarios por medio de sistemas de concurso público de proyectos y respetando criterios de calidad, eficiencia y democratización y que el Instituto de Cine y Creación Audiovisual deberá realizar el seguimiento y control correspondiente del uso de los recursos por parte de los beneficiarios.²⁴

Este tipo de sistema de concurso público, se lo realiza para garantizar una transparencia en el proceso de asignación de valores a proyectos audiovisuales. De manera que, los productores además de presentar la carpeta física con todos los documentos solicitados para el concurso, deben prepararse para explicar su proyecto frente a un jurado. Sin embargo, este programa tiene un enfoque en criterios orientados a la interculturalidad, así como la diversidad y la visibilidad territorial, orientado a los grupos de atención prioritaria y la interculturalidad. Por lo que, si existen proyectos que no pueden alcanzar este financiamiento de fondos públicos en el año al que aplican y deben empezar alargar el proceso.

Por ejemplo, a el director Iván Mora, junto a María Isabel Carrasco y Arturo Yépez -Productores de la película *Sin otoño, sin primavera* – les costó cinco años reunir el dinero suficiente para filmar. Según la *BBC NEWS*, el proyecto arrancó en 2007, cuando recibió una beca de US\$10.000 del CNCine para trabajar en su guion. Aún con esta cantidad obtenida tuvo que recaudar otros US\$600.000 para sustentar el desarrollo del film.

Aunque en nuestro país se han creado políticas públicas a favor de la industria cinematográfica, esto no es suficiente para un desarrollo sostenible totalitario del costo que implica crear una película. De hecho, las anteriores entidades mencionadas apoyan con un porcentaje económico que varía dependiendo el concurso al que se ha aplicado. Por esta razón, los productores despliegan toda una ruta de financiamiento. Esta involucra

²⁴ Instituto de cine y creación audiovisual. «Reglamento de la convocatoria ICCA 2019». En RESOLUCIÓN Nro. 002-DIR-ICCA-2019 (Quito:2019).

además del acercamiento a distintas entidades públicas y privadas, la aplicación a concursos y programas de incentivo cinematográfico en el exterior.

Los fondos en el exterior suelen convertirse en puntos significativos para el sector cinematográfico de nuestro país. Los cineastas suelen aplicar a festivales de países como Cuba, Chile, Colombia, Francia, España, Holanda, Argentina, entre otros. Convirtiéndose así, en acreedores de medios económicos e inclusive coproducciones, tal como, el filme *Mono con Gallinas* de Alfredo León, que es película en coproducción entre Ecuador y Argentina.

Estos programas de incentivo a la cinematografía de nuestro país, son fuentes de financiamiento que han aportado al desarrollo de proyectos audiovisuales. En ocasiones, estos programas han aportado con valores significativos y otros mínimamente, aun así, son medios importantes con lo que cineastas ecuatorianos han sabido sustentar el coste equivalente a realizar un proyecto cinematográfico.

Además de fondos concursables, existen plataformas que incursionan los productores al momento de realizar un levantamiento de fondos, el Crowdfunding es una de ellas. El crowdfunding es la forma de financiamiento desde una plataforma o medio colectivo, puede ser este físico o virtual. Este medio permite al público o agente exterior aportar económicamente para el desarrollo de obras audiovisuales. Actualmente, existen un sinnúmero de plataformas a la cuales suelen acudir cineastas ecuatorianos, por ejemplo, Kickstarter, Indiegogo, Catapultados, Lánzanos, Goteo, etc.

El crowdfunding no es solo una forma de financiación que se realiza al momento en que un productor empieza a levantar fondos para su filme, en ocasiones, la película puede estar ya finalizada. Como es el caso de *Instantánea* un filme de Catalina Arango, este filme desarrollo campañas de Crowfundig al inicio y posteriormente antes de estrenar la película, de esta manera, se cubre parte de las deudas adquiridas, como lo manifestó Alexandra Mora – Productora- en una entrevista reconocido medio de comunicación.

Aun con posibilidades de financiamiento mencionadas e innumerables nuevas maneras de obtener ingresos por parte de los productores. Depende mucho de la habilidad de ellos, así como el enfoque que desarrollen para sus películas. Ganar un fondo concursable nacional o en el exterior, se puede volver una odisea para un productor cinematográfico, por la cantidad de requisitos solicitados, adicional a esto, las entrevistas frente al jurado que deben realizar.

No existe un orden exacto para aplicar a las distintas formas de financiación, tampoco una fórmula ganadora para acceder a los fondos concursables. Tal es el caso de, María Isabel Carrasco, productora de *Sin otoño, sin primavera* estrenada en 2012, ella manifiesta que,

el presupuesto total de la película fue de 618 mil dólares. Recibimos 100 mil que se repartieron en 10 mil para el desarrollo, 60 mil para la producción y 30 mil para la posproducción. El 35% del presupuesto para la película provino del CNCine y del programa Ibermedia, premios y auspicio del Ministerio de Cultura. A eso se suma la empresa privada.²⁵

Haciendo referencia a la forma de financiación de un proyecto de ficción, teniendo en cuenta que, *Sin otoño, sin primavera* es una película de Drama ficcional. En el caso de un proyecto documental, el coste de desarrollo suele ser menor, Lisandra Rivera, productora de *La muerte de Jaime Roldós* estrenada en 2013, manifiesta que

El costo de su realización fue de 230 mil dólares, cuyos fondos fueron donados por parte del Consejo Nacional de Cine, Ministerio de Cultura, Ministerio de Educación, el programa Ibermedia y fondos internacionales de países como Francia y Argentina.²⁶

Aun con coste menor a una película de ficción, las rutas de financiamiento no varían. En estos casos en particular -aunque son géneros diferentes entre sí- podemos notar similitudes al momento de recaudar fondos para su realización. Si bien, son filmes estrenados en el periodo 2012-2013, ambas fueron películas acreedoras a fondos del CNCine, tuvieron apoyo de las entidades como el Ministerio de cultura y la empresa pública, adicionalmente obtuvieron fondos de programas como Ibermedia para su desarrollo. Demostrando de esta manera un modelo de financiación casi recurrente que impulsa la creación de cinematografía en Ecuador.

- **Distribución cinematográfica**

La distribución cinematográfica empezó a manera de Oligopolio, es decir, un modelo de mercado muy reducido -pocos vendedores- que podía ser controlado. Las

²⁵ Diario El Telégrafo. «La nueva generación del cine ecuatoriano», periódico impreso y digital. Guayaquil, 2012, <http://tinyurl.com/y34prp23>.

²⁶ Manolo Sarmiento y Lisandra Rivera. «Jaime Roldos Aguilera», documental rodado en 2013, video en Archive.org, 2:05:14, acceso 13 noviembre de 2019, <https://archive.org/details/JaimeRoldosAguilera>.

ventas en este mercado estaban vigiladas y eran gestionadas de forma directa con un proveedor de cada país o región.

De esta manera, la distribución cinematográfica se convierte en el punto intermedio entre la producción de la película y su exhibición, la cual se encarga de la comercialización de los derechos de proyección y de la obtención del máximo beneficio económico o reconocimiento, todo esto gracias a las ventanas de distribución existentes.

El sistema de ventanas de distribución se implementó como medida para que una película no compitiera contra ella en diferentes rutas. Esta idea fue implementada por la industria estadounidense, a manera de conseguir el máximo beneficio de una película por medio de distintas rutas. El ideal implementado por esta industria consistía en introducir una película en cada ruta -*Theatrical*, *home-entertainment* y *televisión*- a manera de que esta sería explotada como un negocio seguro.

Este método que se conoce actualmente como una ‘*modelo tradicional*’, estaba enfocado principalmente en el estreno de películas en salas de cine, que luego marcará una temporalidad que permitiera incursionar ordenadamente en cada ruta en la que se podía explotar una película. Por ejemplo,

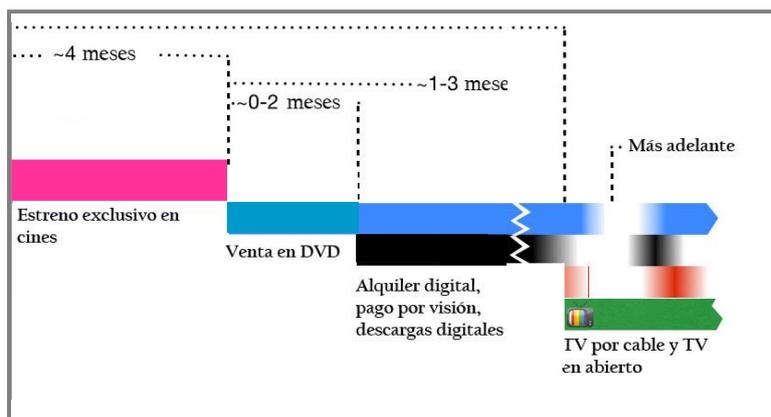


Figura 1.1 Sistema tradicional de ventanas de distribución en cine²⁷

Como muestra la imagen el modelo tradicional fijaba el estreno exclusivamente para salas de cine con un tiempo de exhibición. Una vez culminado este tiempo, daba inicio a las demás rutas fijadas como estrategia de distribución. Las ventanas de

²⁷ Cesar Muela, «Sistema tradicional de ventanas de distribución en cine». En *Ventanas de distribución en el cine y por qué cada vez tienen menos sentido*. Imagen intervenida por Jahaira Pilligua, (Xakata – Revista Digital de tecnología y nuevos medios), <https://www.xataka.com/especiales/que-son-las-ventanas-de-distribucion-en-el-cine-y-por-que-cada-vez-tienen-menos-sentido>.

distribución de una película, no solo se fijan en explotar la misma en su país de origen. Así como en el inicio del cine, las películas eran enviadas hacia otros países para su proyección, estas ventanas pueden estar fijadas hacia una movilización territorial de la película de manera internacional.

Esta manera de incursionar una película tanto en un ámbito local y extranjero suelen hacerse a la par, es decir, la explotación del producto se puede hacer de manera nacional como internacional en distintos canales de distribución. Adicional a esta movilización territorial, con el transcurso del tiempo y el desarrollo de las nuevas tecnologías, surge el ‘mundo en línea’, esto genera un modelo de *Day-and-date*. Este modelo realiza plataformas de visualización digital (VOD) como Netflix, HBO, Amazon, etc. Plataformas que permiten que el espectador mediante un usuario y contraseña, accedan a un catálogo de películas. Sin embargo, a pesar de la incursión de estas nuevas plataformas, el modelo de distribución tradicional sigue teniendo un peso importante en el mercado de la industria de cine.

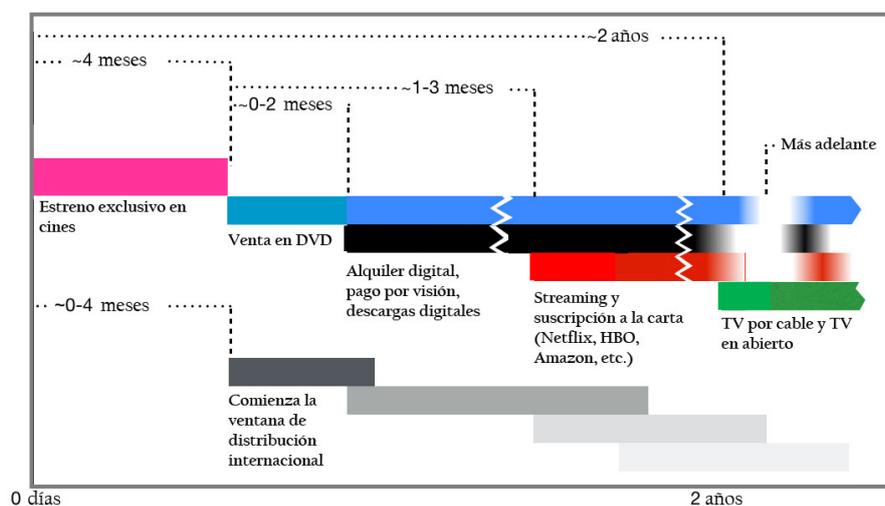


Figura 1.2 Sistema de ventanas de distribución en cine²⁸

Establecer rutas de distribución 100% funcionales es un trabajo estratégico e investigativo. Las mismas suelen ser creadas desde el desarrollo del guion y otras, una vez finalizada la película. Estas rutas suelen depender del público al que está dirigida el

²⁸ Cesar Muela, «Sistema tradicional de ventanas de distribución en cine». Imagen intervenida por Jahaira Pilligua.

filme, por eso existen estrategias que son funcionales para una película y no para otra, según Juan Carlos Tous - CEO / Socio Fundador de Filmin,

Tiene sentido que las ventanas las establezca el propio público y la propia película, de tal manera que, si en una película se observa una respuesta del público inesperada en las salas, debería quedarse en el cine el tiempo que hiciera falta para atender la demanda, ya que ¡está llenando las salas! Ahora bien, si una película no funciona en cine, porque te has equivocado con la comunicación, porque el *target* al que te dirigías no va a salas de cine [...] para ese entonces el distribuidor debería poder entonces abrir la ventana de Internet y lanzarla en DVD. No olvidemos que Internet nos presenta una facilidad de reacción inmediata. Podemos tardar entre 4 y 5 semanas en distribuir un DVD, pero en Internet subir una película a un portal es inmediato.²⁹

En este sentido, las distribuidoras o los productores pueden aplicar a ventanas de distribución que les permitan obtener ganancias o reconocimiento. Otra parte de esta inclusión a nuevas ventanas de cine, son los festivales de cine. Estas ventanas son una buena forma de agregar prestigio a la película, además de permitir la accesibilidad de público internacional a una cinematografía nacional.

En el año 2018 en Ecuador, según datos del Instituto Ecuatoriano de Cine y Creación Audiovisual (ICCA), hubo más películas ecuatorianas en festivales internacionales que en salas de cine comercial. Siendo un total de 66, los productos audiovisuales nacionales que viajaron a festivales de América Latina, Estados Unidos y Europa, mientras que, durante este año solo fueron 19 las películas que llegaron a salas de cine en territorio nacional.

²⁹ Juan Carlos Tous, «Internet ni canibaliza, ni es una amenaza». En la 4ª edición del posgrado de Distribución audiovisual: VoD y nuevos modelos de negocio, portal web, <https://estudios.uoc.edu/es/masters-posgrados-especializaciones/diploma-posgrado/comunicacion-informacion/distribucion-audiovisual-negocios-filmin/presentacion-conferencia2015/source>



Figura 1.3 Resumen de datos del Instituto Ecuatoriano de Cine y Creación Audiovisual (ICCA)³⁰

Según estos datos, gran parte de estas películas fueron proyectadas en su mayoría en territorio de América latina y centro América, en festivales de cine de países como; Argentina, Colombia, Brasil, entre otros. Mientras que, minoritariamente asistieron a festivales en Europa y Estados Unidos.

Es evidente que, más allá de la cantidad de audiencia que tienen o pueden alcanzar las películas nacionales en salas de cine, el mercado donde se mueven las producciones nacionales esta fuera de las fijadas por industrias estadounidenses como Hollywood. En Ecuador, las películas en su mayoría de cine independiente y de autor, suelen fijar su distribución en mercados alternos que traspasan el ideal de estreno en salas comerciales.

³⁰ Jessica Zambrano, «El cine ecuatoriano diversifica su mercado». En *Diario El Telégrafo*. Imagen intervenida por Jahaira Pilligua. (2019). <https://eltelegrafo.com.ec/noticias/cultura/10/cineecuadoriano-agujeronegro-filme>.

- **Mercado de cine**

El término ‘mercado’ se define como, «el lugar en donde coinciden para hacer sus transacciones los compradores (la demanda) y los vendedores (la oferta).»³¹ Entendiéndose, en términos generales, como un lugar donde coinciden las personas para tener relaciones comerciales. Sin embargo, esta definición no solo hace referencia a un lugar físico, sino a su vez, a un mecanismo de intercambio de productos. De igual forma, se entiende al mercado como, un «conjunto de compradores reales y potenciales de un producto.»³² Considerando así, que estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio de algún producto.

Bajo estas definiciones del término ‘mercado’, se entiende por *mercado cinematográfico*, al lugar físico o digital, donde se agrupan compradores reales o potenciales de cinematografía, siendo ésta el producto físico a comercializar. En la actualidad, el mercado mundial de cine se encuentra liderado por Estados Unidos. Este país se muestra en los primeros puestos del ranking de películas más vistas en el mundo, según el *Focus 2019 - World Film Market Trends*, realizado por el organizador del mercado cinematográfico en el Festival de Cine de Cannes, el *Marché du Film*, seguido de la India, otro de los países potencia en cinematografía, aunque de menor inserción global.

Los mercados cinematográficos surgieron como parte del resultado de la incursión de películas a nivel internacional o de una región diferente a su territorio de origen. Son un punto de encuentro internacional, allí se reúnen productores, distribuidores, agentes, programadores y demás profesionales del sector cinematográfico, con el objetivo de, compra-venta de derechos sobre producciones, coproducir o financiar. Esta incursión a nuevos países son parte de las distintas estrategias de distribución creadas para llegar a un mayor alcance de audiencia fuera de un ámbito regional.

Entre los principales mercados de cine a nivel mundial tenemos

» AFM American Film Market –
Los Ángeles
Estados Unidos / USA

» Asian Film Market -
Busan
Corea del Sur / South Korea

³¹ Luis Miguel Manene, «Mercado: concepto, tipos, estrategias, atractivo y segmentación» *Portal Web* (abril 2012), <http://actualidadempresa.com/mercado-concepto-analisis-y-tipos-parte-1/>.

³² Philip Kotler, *Marketing-Décima Edición* (Madrid: Pearson Educación/Prentice Hall, 2004) 10.

| | |
|--|---|
| » EFM Euroean Film Market – Berlín | Francia / France |
| Alemania / Germany | » Sheffield Doc / Fest-Meet Market – Sheffield (Documentary Market) |
| » FILMART – Hong Kong | Reino Unido / UK |
| China | » Sunny Side Of the Doc - La Rochelle (Documentary Market) |
| » IDFA International Documentary Film Festival | Francia / France |
| Ámsterdam | » TIFF JP Tokyo International Film Festival (Film Market) |
| Países Bajos / The Netherlands | Japón / Japan |
| » Marché International du Court Métrage – Clermont Ferrand | » TIFF Toronto International Film Festival (Film Market) |
| Francia / France | Canadá / Canada |
| » Mercado de Cine Iberoamericano en Guadalajara México | » Ventana Sur – Buenos Aires (Mercado Cine / Film Market) |
| » MIPJunior – Cannes (Animation Market) | Argentina |
| » MIF Marché International du Film – Cannes | |
| Francia / France | |
| » MIFA Marché International du Film d'Animation – Annecy | |

- **El marketing en el cine**

El marketing está orientado a crear estrategias de promoción para alcanzar una respuesta óptima de un público objetivo. Estas estrategias se dividen en cuatro grupos básicos, lo que Jerome McCarthy denomina en su libro *Marketing: planeación estratégica*, de la teoría a la práctica, como las cuatro 'P' del marketing, refiriéndose al producto, precio, promoción y el lugar (place). De modo que, hablar de marketing no es alejarse a hablar de cine, teniendo en cuenta que;

Producto: Es toda aquella película cinematográfica caracterizada por ser de carácter único, reproducible y de gran inversión económica.

Precio: El valor económico por el cual se puede acceder a la visualización del producto cinematográfico.

Lugar (place): Parte de la estrategia de distribución y exhibición que influye a un lugar físico como salas de cine o a través de nuevos canales de distribución digital.

Promoción: La capacidad para dar a conocer una película y atraer el público.

Es importante mantener una estrategia que oriente a una producción cinematográfica a alcanzar objetivos. La estrategia de marketing acompañara a la producción cinematográfica en todas sus distintas etapas, desde la recaudación de fondos, la producción hasta el proceso de distribución en las distintas ventanas.

No obstante, esta práctica suele tener nuevos enfoques por la aparición de nuevas maneras de distribuir productos audiovisuales. Según Clares, Ripoll y Tognazzi en su libro Distribución audiovisual en internet: VOD y nuevos modelos de negocio, son los espectadores quienes reclaman los nuevos modelos de consumo bajo una demanda determinada, lo que en marketing se denomina las cuatro 'C';

Consumidor: Analizar las necesidades y deseos del consumidor.

Coste: A diferencia del modelo tradicional de costo de una entrada, el espectador empieza a cancelar otros valores que están asociados al tiempo, el esfuerzo y la forma de consumo de un producto.

Conveniencia: Esto se refiere a la conveniencia del distribuidor o distribución. El consumidor es quien decide el lugar, el momento y dispositivo en el que quiere adquirir el producto audiovisual, por lo que el distribuidor se ajusta a las necesidades.

Comunicación: Los nuevos medios se convierten con pilares fundamentales de la relación directa con el consumidor, donde no solo se informa sobre futuras proyecciones, sino también se mide la aceptación del público.

| vendedor | | Consumidor | |
|----------|-----------------|------------|--------------------------------|
| 4 «P» | | 4 «C» | |
| | claves | | claves |
| P | Producto | C | Consumidor |
| P | Precio | C | Coste |
| P | Placement | C | Conveniencia |
| P | Promotion | C | Comunicación |
| | vender producto | | conocer consumidor |
| | margen de venta | | disposición de compra |
| | ubicación | | anyplace, anywhere, any device |
| | unidireccional | | bidireccional |

Tabla 1 1 Resumen de marketing en cine.

De modo que, el proceso de marketing en cine no solo se basa en anuncios que se pueden realizar y mercadería del producto. Este es un proceso que integra técnicas, análisis y prácticas que, en combinación con dedicación, tiempo, creatividad e inversión económica, realzan un proyecto cinematográfico. El objetivo primordial del marketing cinematográfico es tomar ese producto tangible en el que se materializó una idea creativa y transformarlo en un producto de valor atractivo para el consumidor y financieramente rentable.

Marco Conceptual

La industria cinematográfica gira bajo un eje, que está constituido por la gestión, elaboración y comercialización de una película. Tomando en consideración este principio, se crean los tres pilares básicos en los que se asienta *La producción, distribución y exhibición*, obteniendo así la esencia del negocio cinematográfico. En este espacio se plantea un repaso a las definiciones de las presentes categorías utilizadas en la presente investigación:

- **Producción**

Se denomina producción cinematográfica al proceso que comprende la creación de una película o producto audiovisual, desde la idea hasta la filmación. Este proceso comprende distintas etapas; Desarrollo, preproducción, producción y postproducción.

Dentro de los pilares fundamentales, este primer pilar es el resultado de la unión de personas, entidades públicas o privadas, etc. que permiten hacer posible un proyecto audiovisual, desde su financiación hasta la filmación. Es el proceso de seleccionar, valorar, adquirir derechos, conseguir financiación, contratar, entre otros, que son actividades realizadas por el productor a cargo.

- **Distribución**

Es la fase seguida una vez finalizada la postproducción y el segundo pilar, no solo se encarga de hacer circular la película por salas de cine, también, adquiere la tarea de promoción y publicidad de los productos audiovisuales.

- **Exhibición**

Es el último pilar de la industria cinematográfica, aunque es considerada el primer mercado a incursionar. Aquí se define qué tipo de película se estrena, cuándo y dónde. Es el territorio más amplio y fuerte, por lo que, se concentra en favorecer un control de la película acorde al mercado.

Estos conceptos son la primera exposición acerca del ejercicio cinematográfico, es decir, son las bases sobre la cual se ejerce un trabajo fílmico audiovisual. De igual forma, la industria cinematográfica está en una evolución constante, adaptándose así al uso de las nuevas tecnologías y nuevas formas de comercialización. En este espacio encontramos terminologías como:

- **Estrategias de marketing**

Son las rutas que te permitirán cumplir tus objetivos de ventas o crear un flujo constante de clientes hacia tu empresa o producto. Elaborando planes estratégicos que estimulen el seguir procesos, en base a atraer clientes, venderles productos o servicios y generar un flujo constante y objetivo de personas.

- **Benchmarking**

Es el proceso mediante el cual se obtiene información e ideas, mediante la comparación de aspectos de una empresa o producto, con líderes o similares en un mercado determinado.

- **Canales de streaming**

Es la tecnología que nos permite ver un archivo de audio y video directamente desde internet por medio de una página o aplicación móvil, sin necesidad de descarga. Las transmisiones por canales de streaming no quedan almacenadas en el equipo de un usuario, por esta razón, son más seguras al momento de evitar plagio o que manipulen de forma directa un material audiovisual.

- **Plataformas VOD**

Vídeo On Demand (VOD) son plataformas digitales de contenidos multimedia que permiten el acceso a distintos contenidos adquiridos por un usuario. Generalmente, son plataformas que operan bajo una suscripción y cuentan con distintos planes de uso que el usuario puede elegir, tales como, HBO, Netflix, Claro Video, Movistar Play, Filmin, Etc.

- **Merchandising**

Es el conjunto de técnicas aplicadas para la motivación del usuario a comprar un producto. Estas técnicas pueden ser físicas o digitales, y principalmente buscan la optimización del manejo de productos escogiendo la ubicación adecuadas en función de algunas variables como; el lugar, el tiempo, la forma, la cantidad, etc. de manera que permite que el usuario se acerque a una marca.

Es importante destacar que dentro de la producción audiovisual nada es igual. Cada proyecto es un desafío que conlleva encontrar soluciones y propuestas que lo ayuden a realizarse e impulsar.

Capítulo 2 – Metodología de la Investigación

Tipo de investigación

Este proyecto es un estudio exploratorio- descriptivo, en donde los resultados obtenidos fueron el resultado de la observación y acercamiento a productores, exhibidores de la industria cinematográfica de nuestro país, así también con profesionales que pertenecen al ámbito cinematográfico. Los estudios exploratorio- descriptivo son parte de los cuatros tipos de investigación planteados por Hernández, Fernández y Baptista, como resultado de poder definir los tipos de investigación según la estrategia que se emplea, los datos utilizados, la manera de recolección de datos y otros componentes del proceso investigativo.

Variables

- A) Distribución cinematográfica
- B) Ventanas de Exhibición

Diseño de la investigación

El enfoque de la investigación para este proyecto es un proceso mixto, es decir, el resultado de métodos exploratorio-descriptivo. Los estudios exploratorios son los que se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado. Mientras que, los estudios descriptivos son los que miden y evalúan diversos aspecto -enfoques *cuantitativos* y *cualitativos*-.

La investigación *cuantitativa* nos ofrece la posibilidad de generalizar los resultados más ampliamente, es decir, «nos otorga control sobre los fenómenos, así como un punto de vista de conteo y las magnitudes de estos»³³ -usado en su mayoría para estudio de ciencias exactas- Nos ayuda a hacer un enfoque exacto de valores numéricos desarrollados por los objetos de estudio analizados en esta investigación – *Sacahún* y *Siguiente Round*- por ejemplo, el manejo de cifras, datos numéricos, entre otros. Mientras

³³ Roberto Hernández, *Metodología de la de investigación*. México DF: McGraw-Hill Interamericana, 2006. 21. Edición en PDF. <https://es.scribd.com/doc/38757804/Metodologia-de-La-Investigacion-Hernandez-Fernandez-Batista-4ta-Edicion>.

que, la investigación *cualitativa* proporciona una vista a profundidad de los datos o los objetos de estudio, podemos hacer uso de la «dispersión, riqueza, interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles y experiencias únicas»³⁴- que en su mayoría suelen ser utilizadas en disciplinas humanísticas y de interpretación.

Técnicas

En el contexto de este estudio, se utilizarán técnicas de investigación, tanto cualitativas como cuantitativas para de este modo analizar de manera objetiva las variables planteadas.

1. Técnica exploratoria.

Los estudios exploratorios nos ayudan a aumentar el grado de familiaridad con temas en contextos pocos explorados. Además de, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo una investigación más completa y a profundidad. Adicional, ayuda a identificar conceptos o variables promisorias, estableciendo prioridades para investigaciones posteriores o afirmaciones -postulados-verificables.

2. Técnicas cualitativas.

- » **Entrevista abierta:** es un diálogo entre el entrevistador y el entrevistado para de manera informal obtener la retroalimentación de las experiencias del objeto de estudio. Por medio de esta técnica de investigación, se busca primordialmente conocer las estrategias que se pueden desarrollar para dar impulso a un largometraje o cortometraje en el Ecuador.
- » **Entrevista Semi-estructurada:** es una entrevista que tiene que como punto de partida una guía de preguntas preparadas con cierto grado de flexibilidad tanto en su formato como en su orden. Esto permite conocer las opiniones y puntos de vista de los entrevistados, sirviendo como punto de indagación en el criterio de profesionales del cine (productores y directores de los largometrajes).

³⁴ Roberto Hernández, *Metodología de la de investigación*. 21

Objetos de investigación

Para el desarrollo de este estudio -como ya se ha mencionado antes- analizaremos las estrategias utilizadas en dos documentales que fueron estrenados en el año 2018.

El primero es el largometraje documental *Siguiente Round*;



Figura 2.1 fotograma del tráiler del Documental *Siguiente Round*³⁵

Siguiente Round es un documental de Ernesto Yitux y Valeria Suárez Rovello, estrenado en octubre de 2018. Su filmación se llevó a cabo por 2 años y fue el resultado de un seguimiento de dos jóvenes en su intento por clasificar a las competencias nacionales.

Sinopsis

En uno de los barrios más conflictivos del sur de Guayaquil, un grupo de adolescentes lucha por salir adelante bajo la guía de su mentor, un ex boxeador que busca reivindicarse ante la vida.

Siguiente Round sigue de cerca el desarrollo de estas jóvenes promesas deportivas, desde sus primeros entrenamientos a orillas del Estero Salado hasta convertirse en campeones nacionales, reflejando una historia de amistad y superación dentro de una comunidad históricamente segregada.³⁶

³⁵ Ernesto Yitux y Valeria Suárez, Fotograma de «SIGUIENTE ROUND - tráiler», video en YouTube, 2:30, acceso el 22 de mayo de 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=aVaujNCQN-o>

³⁶ Ernesto Yitux y Valeria Suárez Rovello. *Siguiente Round*. Ecuador, 2018. Portal web. acceso el 22 de mayo de 2019. <https://www.siguienteround.com/?lang=es>.

Hasta el momento el film documental se ha hecho acreedor de los siguientes reconocimientos en festivales:



Figura 2.2 Reconocimientos en festivales del Documental 'Siguiente Round' ³⁷

El manejo de derechos y distribución de esta película está a cargo de:

- » **La Gallera Producciones**, la compañía productora a cargo de su realización.
- » **Tsunun**, una productora dedicada a la distribución, co-producción y asesoría de producción para proyectos audiovisuales.

El segundo objeto de estudio es el largometraje documental *Sacachún*,



Figura 2.3 fotograma del tráiler del Documental 'Sacachún' ³⁸

Sacachún es un documental de *Gabriel Páez*, estrenado en agosto de 2018. Es el resultado de un seguimiento a un grupo de ancianos y su lucha incansable por el respeto de su cultura y sus diferentes maneras de entender la fe.

³⁷ Ernesto Yitux y Valeria Suárez. *Siguiente Round*.

³⁸ Gabriel Páez, Fotograma del «Tráiler del Documental 'Sacachún'», video en Filmarte, 2:15, acceso el 22 de mayo de 2019. <https://www.filmarte.ec/sacachun>.

Sinopsis

Sacachún narra la historia de los pocos ancianos de un pueblo seco a punto de desaparecer, han estado esperando el regreso de San Biritute, el Dios de la lluvia, por más de 60 años, secuestrado por las autoridades locales y ahora su retorno es la única esperanza. Justin, el único niño del pueblo juega solo mientras espera a que la escuela se vuelva a abrir.

Un ensayo sobre la vejez y el miedo a la muerte. Una historia sobre un grupo de ancianos y su lucha incansable por el respeto de su cultura y sus diferentes maneras de entender la fe. Donde la necesidad de agua es el principal argumento que respalda sus demandas y la cultura ancestral se presenta como patrimonio para las generaciones por venir, si es que su pueblo sobrevive después de que ellos partan.³⁹

Hasta el momento el film documental se ha hecho acreedor de los siguientes reconocimientos en festivales:



Figura 2.4 Reconocimiento en festivales del Documental ‘Sacachún’⁴⁰

El manejo de derechos y distribución de esta película está a cargo de:

- » **Filmarte**, una comunidad de productores de cine independiente, alternativo y comunitario, que buscan visibilizar las comunidades y promover que su voz trascienda.

³⁹ Gabriel Páez. *Sacachún*. Ecuador, 2018. Portal web. acceso el 22 de mayo de 2019. <https://www.filmarte.ec/sacachun>

⁴⁰ Gabriel Páez. *Sacachún*.

Capítulo 3 – Desarrollo de la Investigación

Sacachún

Sacachún es largometraje documental de 74 minutos estrenado el 16 de agosto de 2018 en la provincia de Santa Elena. Esta película narra la historia colectiva que viven los habitantes de una comuna del mismo nombre, que se encuentra ubicada en la costa ecuatoriana. Los protagonistas de esta película son los habitantes de Sacachún, adultos mayores que viven en parejas – Esposos- en su mayoría, que están dedicados a la agricultura y cría de animales como forma de obtención de recursos.

En esta película observamos a Sacachún en medio de una sequía, donde sus habitantes mencionan que han esperado por más de 60 años el retorno de la única esperanza para ellos, San Biritute. Las creencias de este pueblo alegan que, desde el alejamiento de la figura de San Biritute, la comuna ha sufrido la escasez de lluvias y que su regreso ayudaría a la comuna a desarrollar su progreso tanto económicamente como social.

Sacachún es un largometraje documental que cuenta una historia real, historia que fue dada a conocer por medios de comunicación, historiadores y en ocasiones por el boca a boca de sus propios habitantes, pero que no todo el territorio nacional conocía. Esta historia no solo abarca problemas naturales, como la falta de lluvias que secan los terrenos dedicados a la agricultura, también tiene consigo problemas de régimen eclesiástico y político, donde sus habitantes tuvieron que adoptar normas impuestas como parte del proceso para la devolución de la figura de San Biritute.

La comuna de Sacachún

La comuna de Sacachún es un territorio que comprende una extensión de 12.822,68 hectáreas. Se encuentra ubicado en la provincia de Santa Elena, a 87 km de la ciudad de Guayaquil – provincia del Guayas- y a 50 km de la capital de Santa Elena. Siguiendo la ruta autopista Guayaquil – Salinas, su ingreso se realiza por el recinto Buenos Aires, que está ubicado cerca de la comuna el Zapotal. Originariamente esta comuna pertenecía a la provincia del Guayas, pero con la reforma del 7 de noviembre del año 2007 esta comunidad paso a hacer parte de la provincia de Santa Elena.

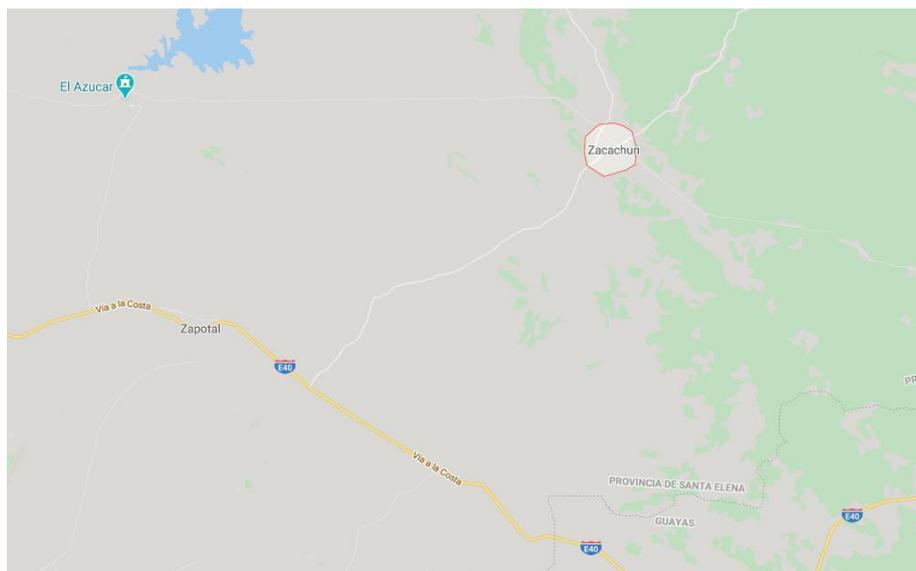


Figura 3.1 Entrada a la comuna Sacachún – Google maps⁴¹

Los habitantes de esta comuna en su mayoría se dedican a la agricultura y la ganadería principalmente, aunque no es un sector muy comercial por su lejanía a la autopista Guayaquil- Salinas. Sacachún es un territorio caracterizado por ser habitada en su mayoría por adultos mayores, quienes son portadores de saberes y conocimientos heredados a lo largo de los años. Sin embargo, la falta de jóvenes residentes en esta comunidad es muy notoria, esto se debe a que,

Los hijos de los principales adultos mayores que residen en Sacachún, casi todos han emigrado. No se ha podido estimar la población migrante en los últimos años, pero se han recogido dos variables importantes: la primera corresponde al segmento de familiares; la mayor parte es la segunda generación de los hijos de Sacachún (63%), seguidos de una parte de la primera generación (33%) y el restante 4% lo han hecho otros familiares. En el caso de la tercera generación (nietos), casi la totalidad de esta población ya no tiene un nexo directo con la localidad, más bien pertenece a un proceso de consolidación de la familia emigrante.⁴²

Dejando, así como resultados habitantes de la tercera edad a cargo de sus casas y del cuidado de ellos mismos. No obstante, muchas de estas familias -hijos- que ahora

⁴¹ Google maps, «Comuna de Sacachún», Ubicación en territorio, acceso el 23 de septiembre de 2019. <https://www.google.com/maps/search/sacachun+mps/@-2.3154248,-80.517211,13z>.

⁴² María Eugenia Paz y Miño. *San Biritute: lluvia, amor y fertilidad*. Población. Ecuador: Serie Estudios-Instituto de Nacional de Patrimonio y Cultura, 2012. Edición en PDF. <http://mail.inpc.gob.ec/pdfs/Publicaciones/San%20Biritute%20lluvia%20amor%20y%20fertilidad.pdf>.

residen en otras provincias aledañas retornan para fechas memorables, los fines de semana, los feriados, vacaciones, pero especialmente para las fiestas de los fieles difuntos -2 de noviembre-.

El fenómeno migratorio interno hace que Sacachún se mantenga con una movilidad temporal por épocas, esta es la principal razón por la cual no se convierte en un territorio completamente olvidado o abandonado por las nuevas generaciones. A su vez, también mantienen vivas así las tradiciones propias entre generaciones, tradiciones comprendidas por la oralidad – Relatos, Cuentos-, la práctica -Formas de hacer- y las creencias. Sus comuneros cuentan relatos como los del '*Tintín o la llorona*' -conocidos por distintos sectores de la costa ecuatoriana-, creen en el poder del bien y el mal, la admiración a la divinidad, he ahí porque la fe de un pueblo apegado a una figura simbólica como San Biritute.

Aunque en un su inicio no tenían organización entre ellos, en 1937 con la Ley de Organización y Régimen de Comunas y el Estatuto Jurídico de Comunidades Campesinas, reconocía la tenencia colectiva de tierras y la administración de los cabildos asignados. Esto ocasiono que los comuneros empezaran a organizarse para una mejor administración. Las reuniones de comité se realizaban frente a la iglesia junto a San Biritute o la casa de algún comunero, ya que no tenían una casa comunal. Desde ese entonces su administración está basada en la ley de comuna, esta establece que necesitan una organización jerárquica – presidente, vicepresidente y secretario- por lo cual ellos designan 3 candidatos que será puesto a elección de la sala. En el comité se va a preguntando a cada comunero cuál es su voto y se lo marca como válido, quien tenga más votos gana. El comunero ganador debe cumplir un año de funciones, finalizado el año se vuelve a hacer un llamado a asamblea de elección.

Aunque Sacachún cuenta con una administración que la representa como comuna y que han trabajado muy duro para organizarse de la mejor manera. Como territorio es una comuna que había quedado en el olvido tanto por partidos políticos, como para sus gobernantes. Sin embargo, con el pasar del tiempo y el regreso del monolito, las cosas cambiaron, empezaron a prosperar. El ministerio de Turismo, la prefectura de Santa Elena y la administración de los comuneros empezaron gestiones para reestructurar y realzar a Sacachún como punto turístico a visitar. Esto incluía impartir talleres a los comuneros,

permitiendo así que ellos adquirieran nuevas habilidades para incursionar en negocios propios en base al turismo.

San Biritute

Sacachún forma parte de los territorios que se constituyen como ancestrales, en este lugar aún se encuentran restos arqueológicos y áreas simbólicas. En este lugar existe un recorrido al cual sus habitantes han denominado “*Sitio arqueológico río Tigre*” en donde se puede encontrar círculos elaborados con rocas que están incrustadas directamente en la tierra, así como también artículos arqueológicos pertenecientes a sus antepasados los Manteño – Huancavilcas. Una de las figuras icónicas encontradas en expediciones en las montañas fue San Biritute. Al monolito San Biritute lo encontraron en «el cerro Las Negras hace 119 años, es una figura de 2,35 metros de alto tallado en conglomerado marino de la formación tablazo»⁴³ con apariencia de una figura masculina humana.



Figura 3.2 Monolito San Biritute⁴⁴

El nombre San Biritute según los comuneros lo pusieron sus antepasados y no existe explicación del por qué el nombre. Sin embargo, Francisco Huerta Rendón -Quien llegó a la comuna como historiador- ofreció una posible explicación del nombre. Él

⁴³ El Universo. «‘Sacachún’, la historia de San Biritute en el cine», Periódico impreso y digital (septiembre 2018), acceso 23 de septiembre de 2019. <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/09/20/nota/6961184/sacachun-historia-san-biritute-cine>.

⁴⁴ Fotografía de Jahaira Pilligua. Monolito *San Biritute*.

reconoce que la palabra ‘Biritute’ no tiene relación con ninguno de los idiomas que se supone fueron originarios de la zona del Guayas o de las áreas vecinas.

Asegurando que Biritute es “la corrupción fonética fácilmente explicable en boca de los zacachuneños de la palabra latina *virtutis*”. Huerta Rendón llega a esa conclusión porque en sus charlas con distintas personas sobre el origen de esta palabra, el estudioso Olaf Holm, que conoce el latín, le indica que en este idioma hay una palabra parecida: *virtutis*. Huerta se aventura a relacionar la palabra *virtutis*, que significa ‘masculinidad’ u ‘hombría’, con el hecho de que la escultura tenga el pene sobredimensionado.⁴⁵

A San Biritute se le atribuye las lluvias de la zona, la abundancia de la tierra e inclusive la fertilidad de las mujeres. Según los comuneros sus antepasados mencionaban que cuando no llovía por un largo periodo procedían a golpearlo con un bullero -artículo de cuero de vaca- pidiendo la lluvia. Esta figura además era símbolo del amor y la fertilidad, por lo que muchos buscaban a San Biritute con la esperanza de poder procrear. Las parejas buscaban en esta figura una ayuda para tener hijos, los comuneros principales mencionan que las mujeres que deseen la fertilidad tenían que someterse a un ritual a la media noche.

Estas prácticas de rituales que los comuneros y personas aledañas a la zona realizaban con la figura de piedra pusieron en cuestionamiento sobre la devoción a la iglesia católica. Por lo que, en el año de 1952,

Por órdenes de políticas y eclesiásticas ingresaron con armas y violencia a esta población para raptar la escultura [...] considerada la más grande figura antropomorfa precolombina hallada en el Ecuador [...] que estaba relacionada directamente con la dinámica Cultural, Socioeconómica y Ambiental de la zona. San Biritute fue trasladado a la ciudad de Guayaquil bajo las órdenes del alcalde de aquel entonces Carlos Guevara Moreno con el aporte de la fuerza pública se lo ubicó en el Museo Municipal de esta ciudad durante 52 años.⁴⁶

⁴⁵ Prefectura de Santa Elena, «San Biritute símbolo de Fertilidad, Lluvia y Amor» turismo, portal web (noviembre, 2011). <https://www.santaelena.gob.ec/index.php/san-biritute>.

⁴⁶ Prefectura de Santa Elena, «San Biritute símbolo de Fertilidad, Lluvia y Amor».

Los habitantes de Sacachún conocen de memoria la historia sobre el rapto y de cómo empezó a decaer el pueblo después del alejamiento de la figura. No solo alejaron una figura icónica de esta zona costera del Ecuador, sino también la fe y esperanza de todo un pueblo que tenía algunas de sus tradiciones en base a San Biritute. Ese año representa en ellos un momento crucial para su comunidad, ya que no solo empezaron a faltar las lluvias en la zona, también empezaron a secarse las fuentes de agua como pozos y albarradas.

Los trámites para solicitar la devolución de San Biritute empezaron un año después 1953. Sin embargo, fue en el año 2011 cuando finalmente devolvieron al monolito San Biritute a la comunidad. Los comuneros con la ayuda de autoridades ministeriales y provinciales finalmente tuvieron la tutela para poder conservar la figura de piedra, pero bajo ciertas condiciones, como reconocer que no era una figura divina para uso de devoción y hacer trabajos en su comunidad. Con la llegada de la figura de piedra, Sacachún nuevamente tuvo vida, el campo volvió a crecer y tener vida, las lluvias volvieron desde el primer día que el monolito llegó a la comunidad.

La idea de la película

Sobre los registros escritos, orales o audiovisuales de los acontecimientos ocurridos en Sacachún, no existe un precedente, he inclusive en los propios registros comunales -actas- no se encuentra una historia que narre los hechos pasados. Nadie se interesó en relatar los sucesos relevantes de la comuna, tampoco contaban con historiadores o escritores para hacer un registro físico, entre ellos solo se manejaron con el boca a boca para mantener vivo lo que paso aquel día que se llevaron a San Biritute, para la comuna es importante que las nuevas generaciones y las personas exteriores a ellos conocieran su verdad.

Gabriel Páez Hernández, cineasta ecuatoriano, director de FILMARTE ECUADOR y "ENCUENTROS CON EL CINE", escuchó sobre esta historia en un municipio de la provincia de Santa Elena. Él comenta que dos funcionarios estaban hablando sobre San Biritute en medio de risa, ofensas y poca credibilidad acerca de los poderes que se le alegan a la figura del monolito. Con curiosidad Páez se acercó a ellos para obtener información de dicha historia y saber el lugar de donde provenía, días después visito la comuna junto a Isabel Rodas.

Al llegar a la comuna conocieron a Arcadio Balón, un comunero de Sacachún que se dedica a la elaboración de pan artesanal en leña junto con su esposa Ángela Suárez. Ellos forman parte de los ancianos principales que aun residen en la comuna y fueron los primeros en permitirle a Gabriel Páez conocer la historia del monolito. Con la historia contada por Arcadio, Gabriel Páez e Isabel Rodas se dieron cuenta que había una historia más allá de un simple de boca a boca, había una película.



Figura 3.3 Arcadio Balón - Fotograma del Tráiler Sacachún⁴⁷

Con el paso de los días iban conociendo a más comuneros con partes fundamentales de la historia de Sacachún. Sin embargo, este no fue un trabajo fácil. No fue cuestión solo de meses, fue un trabajo de años, en la entrevista realizada a Gabriel Páez manifiesta que fueron 4 años los que convivieron con esta comuna para la realización de la película,

Nosotros vivíamos en Santa Elena en la zona del Palmar. Por esta razón teníamos la posibilidad de ir a Sacachún frecuentemente. [...] nos quedaba cerca entonces íbamos y volvíamos por la noche. Nos quedamos a dormir en la comuna varias noches, pero era para tener las escenas nocturnas o para ver amaneceres, como parte de la variedad o para también ver cómo funcionaba Sacachún en la noche.⁴⁸

Si bien, el proceso de filmación incluía visitas constantes a la comuna por parte de los cineastas, ellos no se quedaron a vivir periodos largos de tiempo, el máximo de tiempo que se quedaron en la comuna fue de 2 a 3 días, donde la convivencia con la comuna se iba fortaleciendo. Aunque la filmación de ese documental duro 4 años más o

⁴⁷ Gabriel Páez, Fotograma del «Tráiler del Documental ‘Sacachún’».

⁴⁸ Gabriel Páez, extracto de la entrevista realizada vía telefónica por Jahaira Pilligua, Universidad de las Artes.

menos según lo menciona Páez, con el proceso de postproducción fueron de 7 a 8 años hasta que salió a la pantalla grande. Para Dionisio Tigrero, expresidente de la comuna. La idea de filmar un documental acerca de Sacachún era una ventana a que todos conocieran esa parte de la historia, por lo que en representación de los comuneros les dieron apertura a los cineastas para que se realicen las grabaciones.

Sinopsis de la película

Sacachún es un pequeño pueblo ubicado en la costa ecuatoriana, se conforma por veintidós casas habitadas por personas que superan los 70 años y una tierra árida en la que no ha llovido por décadas. Entre remembranzas y con la sombra de la muerte, sus habitantes recuerdan tiempos más fértiles. Una época que se truncó cuando se llevaron del pueblo la milagrosa estatua de San Biritute. Imagen procedente de culturas ancestrales que el pueblo sigue venerando. ¿Podrá el regreso de esta imagen hacer que Sacachún tenga una nueva esperanza y regrese a un pasado que fue mejor?⁴⁹

Fondos

La idea de crear un largometraje documental de aquel lugar partió de la nada, para Gabriel Páez escuchar estas historias fue lo que lo motivó a crear un producto audiovisual y darle apertura a gente de la comunidad a contar su lado de la verdad. Sin embargo, al momento de realizar la película no contaban con un guion o escaleta que respalde lo que se iba a contar desde el inicio, por esta razón se volvía complicado tanto su desarrollo como la financiación del mismo, pero ¿Cómo financiar un proyecto documental cuya filmación empezó de forma precipitada?

Realizar una película sin preproducción, es lanzarse a hacer una película con los bolsillos vacíos. Al decidir hacer una película sin previa organización todo se vuelve incierto. No se maneja un calendario de desarrollo, por lo que, no se sabe cuándo se finalizara. No está claro si el material que se tiene filmado es suficiente para contar una historia y en ocasiones se suele perder el hilo de lo que se está tratando de contar, pero sobre todo no se tiene claro cuánto dinero va a costar desde su filmación hasta que sea un producto terminado y mucho menos a que mercado va dirigido dicho producto.

⁴⁹ Encuentros del otro cine festival internacional de cine documental, *Sinopsis de película Sacachún*, <http://festivaledoc.org/programas/sacachun/>

El documental *Sacachún*, según Gabriel Páez fue un proceso complicado en cada etapa – Desarrollo, postproducción, distribución-, por esta razón se tardó de 7 a 8 años en llegar a un producto finalizado. Durante el desarrollo las visitas a la comuna fueron en periodos cortos, la filmación se basaba principalmente en la realización de visitas periódicas a cierta cantidad de comuneros principales y ver como se desarrollaba su vida, esta práctica la hicieron durante los 4 primeros años.

El periodo de desarrollo estuvo basado en la observación -acercarse a la comuna-, convivencia y filmación. Durante este periodo el equipo que utilizaban era mínimo por lo que los costos de producción bajaron un poco en comparación a un largometraje de ficción, sin embargo, la posproducción del mismo si maximizaba los costos, por lo que *Sacachún* se financio de la siguiente manera:

» Fondos CNCINE (Consejo Nacional de Cine, ahora ICCA)

Realizaron una aplicación a los fondos a la mitad del desarrollo de la película, así obtuvieron parte del capital para la producción.

» Ganancia de otras producciones

Otra de las estrategias para lograr financiar la realización de este documental era manejar las ganancias de otros proyectos para costear el documental. Las películas como *Santa Elena en bus* (2012), *Vengo Volviendo* (2015) y el cortometraje *La Banda* (2013), son proyectos dirigidos por Gabriel Páez bajo la productora *Filmarte*. *Filmarte* es un grupo de productores de cine independiente, alternativo y comunitario, liderados por Gabriel Páez e Isabel Rodas. *Filmarte* promueve la realización de cine de alta calidad desde la capacitación, la producción y difusión de obras de relevancia social y cultural, aquí nace el proyecto ‘*Encuentros con el cine*’ dedicado principalmente a los jóvenes de las distintas comunidades del Ecuador. La prioridad de *Filmarte* según Gabriel Páez es buscar la visibilización de las diversas comunidades de nuestro país, mediante la reinterpretación de los habitantes desde un renovado punto de vista sobre las historias de sus abuelos. Logrando de esta manera, que estas historias trasciendan fronteras, he ahí porque la importancia de darle un espacio a los comuneros principales de Sacachún.

La idea principal del proyecto *Encuentros con el Cine* creado por *Filmarte* era realizar una película por cada una de las provincias del Ecuador, pero debido a cuestiones presupuestarias no se pudo realizar. Esto no fue impedimento para la realización, por el contrario, hicieron un cambio al enfoque a realizar y ahora crearán una película por cada

región que posee el Ecuador. Así nace *Santa Elena En Bus*, que es la película que representa la región costa, filmada en la provincia de Santa Elena y *Vengo volviendo*, que representa a la región Sierra, siendo filmada en la provincia de Azuay.

Bajo los enfoques que tenía *Filmarte* no contaban con cruzarse con un relato tan fuerte como el de San Biritute. Sin embargo, era una historia que no se podía ignorar y que tenía que ser cotada. El desarrollo de la película *Sacachún* empezó entre el periodo 2009- 2010, mientras *Filmarte* estaba enfocada en la realización de *Santa Elena en Bus*. En una línea temporal, los cuatro años siguientes, siendo estos los dedicado a la observación y filmación del documental *Sacachún* se vieron involucrados otros proyectos como el cortometraje *La Banda* y *Vengo volviendo*. Todos estos proyectos, en ocasión se creaban de manera simultánea.

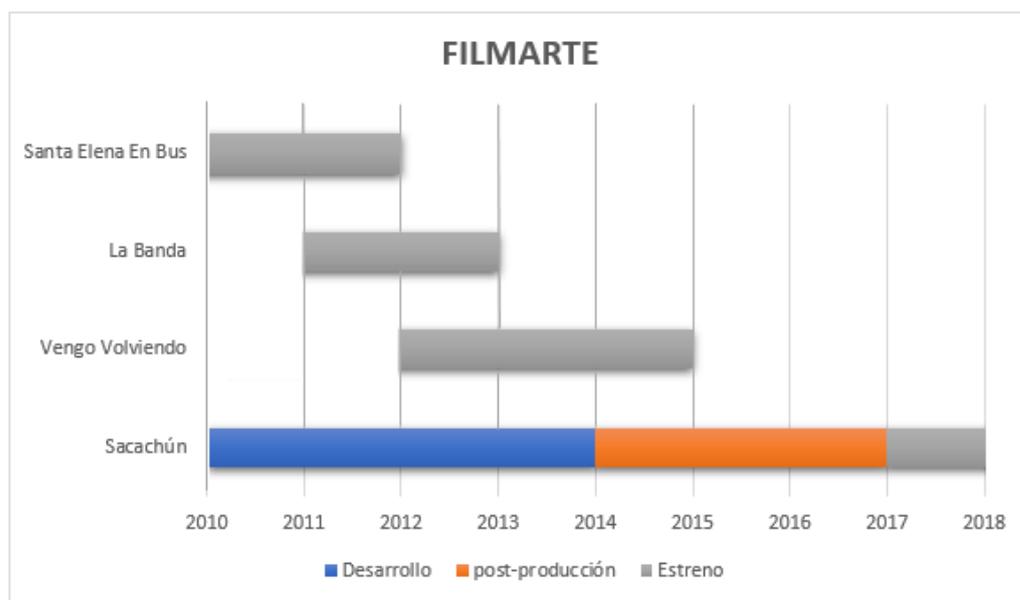


Figura 3.4 Gráfico sobre la realización de producciones en el periodo del 2010 a 2018 de Filmarte (Autoría propia).⁵⁰

A medida que iban saliendo los proyectos anteriormente mencionado, *Sacachún* iba avanzando en su desarrollo lentamente, pero el mayor aporte que tuvo este documental por parte de los otros proyectos fue para financiar la etapa de postproducción. Gabriel Páez menciona que, hacer la postproducción de un largometraje es costoso en sus distintas fases – Montaje, sonido, color-, esta es la principal razón por la que la postproducción también avanzó de manera pausada. Filmarte esperaba a que salieran ganancias de las

⁵⁰ Gráfico sobre la realización de producciones en el periodo del 2010 a 2018 – Filmarte.

otras producciones para poner solventar económicamente la postproducción de un documental realizado de manera espontánea, pero que estaba comprometido con una comunidad.

La ventaja que tuvieron al momento de realizar este documental para poder trabajar bajo este tipo de financiación -no planeada- es, el no tener una presión obligatoria que les exija la finalización de la película en un determinado periodo de tiempo. En ocasiones, el desarrollar una planificación para la realización de una película incluye el acercamiento a socios inversores o estratégicos, estas son personas que aportan económicamente para la realización de la película bajo determinadas condiciones. Si una película cuenta con un socio estratégico que está financiando, no se puede hacer pausas extensas de tiempo, como menciona Gabriel Páez, es necesario, demostrar al socio que el dinero invertido en la película se está trabajando y en determinado tiempo obtendrá resultados.

Filmar este documental fue una decisión espontánea, el director denomina la realización de este largometraje documental como resultado de un proceso de acciones a la inversa, lejos de lo que conocemos como convencional, esto quiere decir, a diferencia de una película donde primero se obtiene el guion -idea- para poder hacer un levantamiento de fondos que ayuden a iniciar el rodaje de una película, *Sacachún* inicia su rodaje sin fondos estables que financien su proceso totalitario. Al ser un documental que no contaba con guion, además de ser un proyecto sin planificación anticipada, *Sacachún* se convierte en un proyecto de financiación experimental o como lo denomina su director y productora “financiación del aire”.

Estreno, estrategia de distribución y exhibición

Debemos tener en cuenta que, *Filmarte* es un grupo de productores de cine independiente, alternativo y comunitario que buscan la visibilización de las diversas comunidades de nuestro país, liderados por Gabriel Páez e Isabel Rodas. Juntos desarrollaron el proyecto *Encuentros con el cine* que funciona como un grupo de formación de jóvenes para el desarrollo de la producción y distribución alternativa de cine en el Ecuador, priorizando el énfasis en el rescate del patrimonio intangible de los pueblos.

Filmarte ha desarrollado películas y cortometrajes en base a las distintas comunidades del Ecuador, de manera que, el vínculo que ellos tienen con la comunidad es de respeto y compromiso. Desde su inicio, este grupo estuvo enfocado en buscar o crear espacios alternativos para la visualización -exhibición- y comercialización -Distribución- de productos audiovisuales. Gabriel Páez manifiesta que, no todas las películas están hechas para salas de cine, parte del público al que le puede interesar una película en específico no asiste a salas de cine o no tiene la posibilidad de asistir a las mismas, por ejemplo, los habitantes de las distintas comunidades. He ahí porque la importancia de llevar las películas a espacios alternativos donde están los espectadores de estas historias.

En el caso del largometraje documental *Sacachún*, es una historia contada por los adultos mayores de una comuna de la costa ecuatoriana que lleva el mismo nombre. Convirtiéndose así, en una película representativa de una comunidad, reflejada en el relato propio de la gente que habita dicho sector. Entonces, ¿Dónde está el público de esta película? Gabriel Páez manifiesta que, el público a quien está dirigido este documental está en los sectores aledaños a la comuna, en la gente de la provincia a la que pertenece y en la gente que habita mayoritariamente zonas costeras de nuestro país.

Se debe tener en consideración datos primordiales sobre una película, para realizar un mejor enfoque hacia dónde dirigirse tanto para su distribución como para las ventanas de exhibición. En el caso de esta película algunos de los datos que se tuvieron en consideración fueron los siguientes:

1.- Es un relato de una comunidad ubicada en la provincia de Santa Elena. Esta provincia es una de las 24 que tiene el Ecuador y pertenece a la zona costera.

2.- La historia de su provincia.

Santa Elena fue constituida como provincia el 7 de noviembre de 2007, al igual que Sto. Domingo de los Tsáchilas. Anteriormente este sector formaba parte de la provincia del Guayas, pero luego de varias protestas por parte de las peninsulares, quienes durante algunos años habían tramitado su provincialización, finalmente lograron que el Congreso Nacional del Ecuador aprobara el proyecto de provincialización.

3.- El orgullo de ser habitantes de la provincia de Santa Elena.

Una de las razones principales para la búsqueda de la provincialización de este sector, está la «identidad cultural peninsular -cultura de pescadores de ascendencia indomestiza,

que en zonas rurales tienen cultura comunera-, su modo de vida económico diferente basado en turismo de playa, productos artesanales, hotelería, pesca, entretenimiento y una ligera producción petrolera.»⁵¹

4.- Los peninsulares habitan territorios ancestrales, en su memoria residen muchas de las tradiciones, historias y costumbres de sus antepasados.

5.- Es un relato narrado por adultos mayores de una zona abandonada por entidades gubernamentales.

6.- La historia de San Biritute es el resultado de un problema Socio-político ocurrido entre distintas entidades gubernamentales y religiosas de nuestro país durante un periodo determinado de tiempo.

7.- Es una historia que trasciende más allá del tiempo. Tal como lo menciona Gabriel Páez, *Sacachún* es una historia que no tiene un tiempo determinado, es decir, la película narra un periodo de tiempo específico, pero este tiempo podría ser presentado en cualquier año porque es una historia que no muere.

La importancia de tener datos claros sobre una película, además de ayudar a encontrar el público a quien está dirigido, reside en aportar ideas para buscar socios estratégicos, tanto en organismos públicos como entidades privadas, así también, crea rutas en donde puede ser visionada la película (salas alternativas, festivales, plataformas digitales, etc.).

Durante el periodo de 2010 hasta el 2018, el desarrollo de proyectos de Filmarte estaba enfocado en historias que de una u otra manera involucran a la comunidad, ocasionando así, que desarrollaran una estrategia fija para la presentación al público de las distintas películas creadas por ellos, siendo esta el *Cine al aire libre*.

A cada película ecuatoriana las cadenas de cine les ofrecen apenas dos semanas de exhibición y les extienden el tiempo en cartelera según la respuesta del público. Además, se calcula que apenas 20% de la población ecuatoriana asiste a las salas de cine. Teniendo estos factores, Gabriel Páez e Isabel Rodas deciden trabajar con personas pertenecientes a ese 80% restante

⁵¹ Prefectura de Santa Elena, «Provincialización» Santa Elena, portal web (octubre,2009). <https://www.santaelena.gob.ec/index.php/san-biritute>.

de la población del país que no accedería a los filmes nacionales a menos que se usen métodos y circuitos de distribución alternativos.⁵²

La estrategia cine al aire libre, es un evento que se realiza en espacios abiertos, cuenta con una pantalla gigante -armable o inflable-, proyector y un sistema de audio adaptado para espacios abiertos. Es un evento donde pueden asistir familias enteras, en ambiente acogedor y cercano a sus hogares. Para Gabriel Páez es importante llevar las distintas películas de regreso con sus “dueños”, él manifiesta que las historias creadas pertenecen a las comunidades, por ende, deben ser visualizada por ellos, en el caso de *Sacachún* no se aleja de este principio.

Su estreno fue el - 16 de agosto de 2018, en las salas de Supercines en el complejo de la Libertad ubicada en la península de Santa Elena, en donde se realizaron dos proyecciones a las 19h00 y 20h50, la primera función fue dedicada principalmente a los habitantes de Sacachún y la segunda abierta al público.



Figura 3.5 Habitantes de Sacachún en el estreno de la película- fuente Diario Expreso⁵³

Aunque el estreno de la película se realizó en una sala de cine comercial, esta no era la idea inicial. Gabriel Páez manifiesta que, el estar consiente sobre el estado de *Sacachún* encaminaba a que desarrollaran rutas alternativas para su estreno y futuras proyecciones como lo eran; salas independientes, cineclub, auditorios de universidades, museos, espacios que están dedicados a impulsar proyectos artísticos a otro costo, esta decisión dejaba a un lado idea de estrenar en grandes cadenas de cine, como Supercines, Cinemark, etc. porque implica una inversión mucho más grande.

⁵² Walter Franco Varas. «La producción ya no es como la pintan: Vengo volviendo». En el *Diario el Telégrafo* (Guayaquil, abril de 2016), <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/carton/34/la-produccion-ya-no-es-como-la-pintan-vengo-volviendo>.

⁵³ Diario Expreso. «El filme ‘Sacachún’ llena salas de cine» Santa Elena, 2018.

Un referente claro que tiene el director son las películas de Hollywood, ese tipo de películas llegan a costar hasta 20 millones de dólares realizarlas y suelen gastar 60 mil dólares solo en la distribución. Basándose en ese ejemplo, el grupo Filmarte no idealizó financiar el uso de salas de cine comerciales para el estreno de la película, porque consideraban que era un gasto poco factible, sin embargo, por el impulso de la prefectura de Santa Elena y gestión de Filmarte, *Sacachún* logra estar en salas de cine desde el 19 al 30 de octubre en complejo Supercines en dos horarios 19h00 y 20h50, más adelante por el éxito evidente logra extender sus funciones hasta el 8 de noviembre pero en un horario de 15h50.

La prefectura de Santa Elena, además de impulsar el uso de la sala de cine, cubrió los gastos de las presentaciones al aire libre de la película posterior a su tiempo en cartelera. La presentación en los distintos sectores se realizó de la siguiente manera;

| CINE AL AIRE LIBRE | |
|---------------------------|---|
| FECHA | LUGAR |
| Septiembre 29 de 2018 | Sacachún |
| Septiembre 30 de 2018 | Atahualpa |
| Octubre 5 al 7 de 2018 | Santa Elena, La Libertad y Anconcito |
| Octubre 12 y 13 de 2018 | Manglaralto y Palmar |
| Octubre 18 al 20 | Sectores aledaños al Museo Amantes de Sumpa, Chanduy y Julio Moreno |
| Octubre 25 de 2018 | Cine Foro en el auditorio de la Universidad Peninsular |

Tabla 3. 1 Calendario de fechas para proyecciones al aire libre en Santa Elena (Autoría propia).

Estas proyecciones se realizaron de manera gratuita para los habitantes de las distintas comunas. Los sectores visitados eran comunidades icónicas para la provincia de Santa Elena, muchas de ellas pertenecientes a la Ruta de los *Dioses Huancavilca*, que son sectores que preservan vestigios arqueológicos de la cultura Huancavilca. Estos son sectores que aún mantienen viva alguna de las tradiciones de sus antepasados.

A estas proyecciones al aire libre asistían entre 200 a 500 personas por proyección, este número solía variar de acuerdo la comuna visitada. En total, realizaron alrededor de

21 proyecciones en toda la provincia durante más de un mes y medio, logrando así, llegar a un público aproximado de 5000 personas. Esta cifra es representativa, visto que, es difícil de calcular porque no se tenía un control absoluto de los asistentes, según Gabriel Páez existían comunidades que en su totalidad se reunían a ver la película y otras que no, o en ocasiones eran comunidades con un menor número de habitantes.



Figura 3.6 Proyección de la película en la comuna de Ancón ⁵⁴

Hasta el momento, solo se han realizado proyecciones al aire libre en la provincia de Santa Elena. Sin embargo, por ser una película realizada en la zona costera del Ecuador, Filmarte empezará una búsqueda de socios estratégicos que le permitan realizar proyecciones futuras en las provincias aledañas como son Manabí, Esmeraldas y Guayaquil. Este nuevo periodo de cine al aire libre empezará una vez finalizado su periodo dedicado a recorrer festivales de cine a nivel mundial.

Otra de las partes de la estrategia de distribución de esta película es un recorrido por festivales de cine. Estos festivales acreditan a la película un galardón que les permite ser reconocida por su nivel cinematográfico, adquiriendo así, un prestigio por el número de galardones o por el peso del festival cinematográfico en el que ha participado.

Una película normalmente tiene 2 años de vida en festivales según Gabriel Páez. Esta estrategia aparte de agregar prestigio a una película o cortometraje, puede dar cierta prioridad a que los organizadores de los festivales tengan el estreno de la película por medio del mismo. Es una manera de dar exclusividad sobre un proyecto a un festival de un país de donde no es originaria la película.

Sacachún hasta la fecha ha sido reconocida por los siguientes festivales:

⁵⁴ Proyección de la película ‘Sacachún’ en la comuna de Ancón. Cortesía Filmarte.



Figura 3.7 Menciones en festivales de cine - Filmarte⁵⁵

Cada festival al que se aplica tiene establecidos sus propios cánones, los cuales se basan en la calidad, el mensaje que se quieren transmitir y en ocasiones tener prioridad de estreno en su país. Las nominaciones y premiaciones se obtienen mediante una evaluación por medio del jurado del festival y agregan prestigio al documental. Hasta el momento Sacachún ha logrado obtener los premios de los siguientes festivales:



Figura 3.8 Premios en festivales de cine - Filmarte⁵⁶

Teniendo en cuenta todos los requisitos y características que solicitan los festivales, aplicar a ellos también incluye responder una serie de interrogantes entre las cuales se encuentran las siguientes: ¿En qué tiempo aplicas?, ¿Dónde estrenas?, ¿Con quién estrenas?, ¿Cuándo estrenas?, ¿Qué tiempo se va a quedar en festivales?

Según Gabriel Páez esto es un trabajo muy complejo, pero no imposible. Con la experiencia que crearon para las ficciones ya estrenadas, no fue suficiente para saber por completo por donde guiar al documental.

Respondiendo las preguntas anteriormente planteadas la ruta estratégica para distribuir *Sacachún* fue la siguiente;

⁵⁵ Gabriel Páez. *Sacachún*.

⁵⁶ Menciones en festivales de cine – Filmarte

| SACACHÚN | Periodo | Evento | Periodo | Evento | Periodo | Evento | |
|---|--|--|---|--------------------------|---------|--------|--|
| | 16 de agosto de 2018 | Estreno - Sala Supercines | | | | | |
| | Septiembre 29 de 2018 | FUNCIONES AL AIRE LIBRE | Sacachún | | | | |
| | Septiembre 30 de 2018 | | Atahualpa | | | | |
| | Octubre 5 al 7 de 2018 | | Santa Elena, La Libertad y Anconcito | | | | |
| | Octubre 12 y 13 de 2018 | | Manglaralto y Palmar | | | | |
| | Octubre 18 al 20 de 2018 | | Sectores aledaños al Museo Amantes de Sumpa, Chanduy y Julio Moreno | Octubre 19 al 30 de 2018 | | | |
| | Octubre 25 de 2018 | Cine Foro en el auditorio de la Universidad Peninsular | 31 de octubre al 8 de noviembre | Sala Supercines | | | |
| | Estrenos en salas alternativas de América Latina | | | | | | |
| | Incurción en plataformas VOD | | | | | | |
| Octubre 2018 a octubre 2020 | | | | | | | |
| Festivales de cine Nacionales e Internacionales | | | | | | | |

Tabla 3. 2 Estrategia de distribución con ventanas de exhibición del documental ‘Sacachún’ (Autoría propia).

Culminada las fechas en salas de cine, el documental estaría dedicado 100% al recorrer en mundo por medio de los festivales de cine por casi 2 años. Luego de eso, volverá a Ecuador para hacer presentaciones en salas alternativas y unidades educativas, así como el impulso en plataformas VOD y espacios alternativos en América Latina.

Para Gabriel Páez e Isabel Rodas, crear una película en Ecuador significa que debes estar preparado para asumir roles a conjunto y más tratándose de películas no comerciales. Ellos son productores y distribuidores al mismo tiempo de su propia obra,

esto es un proceso complicado de desarrollar y más aun con proyectos adicionales que requieren el mismo impulso para llegar al público.

Promoción y marketing

Para hacer que un consumidor compre tu producto es necesario atraer al consumidor, lo mismo sucede en el cine. Filmarte empezó su campaña de promoción por métodos convencionales y nuevos medios a la par.

Métodos convencionales

La promoción se realizaba vía radio, televisión y prensa escrita. Filmarte realizo una gira de medios como parte de la promoción del documental, antes y durante de su fecha de estreno. Estas visitas incluyeron entrevistas en programas de radio como:

- » La Chola – 94.1 FM
- » Radio Salinas – 103.3 FM
- » Radio Náutica – 97-3 FM
- » Radio Amor – 89.3 FM
- » Radio Récord – 105.3 FM

Todas estas son cadenas radiales de la provincia de Santa Elena. A su vez, se realizaron entrevistas en medios televisivos de la provincia como Brisa TV – cadena televisiva de la provincia-, Teleamazonas, entre otros. En cuanto a prensa escrita se realizaron publicaciones referentes a su estreno, desarrollo y futuras proyecciones, en diarios como El Litoral –Periódico de Santa Elena-, Diario Super, El Universo. Todas estas entrevistas se acompañaron con poster del documental y publicidad colocada dentro de lugares concurridos de la provincia de Santa Elena.

Como se mencionó anteriormente, el grupo Filmarte inició la promoción del documental mucho antes del día de su estreno. Esta campaña además de hacer uso de vías convencionales, empezó a la par en redes sociales de Filmarte como Facebook, Instagram y Twitter.

En redes sociales, la campaña se dividió en dos partes:

- » La primera consistía en mantener a la expectativa al público acerca del filme y su fecha de estreno.
- » La segunda daba información al espectador acerca de las fechas de presentación tanto nacional como internacionalmente.



Figura 3.9 Campaña en redes ‘Sacachún’ – cortesía Filmarte ⁵⁷

Además de mantener informado al espectador, se hacía uso de las redes sociales para motivar al público, lo que Gabriel Páez denomina un “espectador activo”. Las redes sociales de Filmarte se llenaron de dinámicas que consistían en impulsar tanto el documental como la comuna, un ejemplo de esto es la dinámica ‘*Gánate un Kit de los Milagros*’, la cual consistía en visitar la comuna de Sacachún y tomarte una foto con el monolito. Esta foto se debía subir a redes con el hashtag #SACACHUNLAPELICULA #SANBIRITUTE, con la respectiva etiqueta a la página de Filmarte.



Figura 3.10 Campaña de Promoción ‘KIT DE LOS MILAGROS’ – Filmarte ⁵⁸

⁵⁷ Campaña de promoción en redes sociales «Estreno ‘Sacachún’», cortesía Filmarte.

⁵⁸ Campaña de promoción en redes sociales «Kit de Los Milagros», cortesía Filmarte.

El ganador de esta dinámica se anunciaba vía Instagram y se lo contactaba por el mismo medio. Además de ganarte el ‘Kit de los milagros’ que consistía en una camiseta con el logo del documental y una figura tallada en madera del monolito San Biritute, te permitía conocer a los realizadores, ya que ellos te entregaban el premio personalmente.



Figura 3.11 Jorge Chamorro ganador de ‘KIT DE LOS MILAGROS’ – Filmarte ⁵⁹

Instagram fue una ventana muy sobre explotada por el grupo Filmarte, cada evento realizado con respecto al documental se podía observar por medio de las historias. Las mismas que contaban con herramientas propias de esta plataforma, como lo son: ubicación, encuestas, boomerang, preguntas, gif y menciones, que permiten dar un toque personal y divertido a las imágenes.

Además de las campañas de promoción, otra de las propuestas fue sacar Merchandising del documental. Fueron pocos los productos presentados al público y se podían adquirir en el stand ubicado a un costado del sector donde se hacían las presentaciones al aire libre y en ocasiones estos productos también eran obsequiados mediante dinámicas en vivo después de la proyección.



Figura 3.12 Stand ubicado en las proyecciones a aire libre – Filmarte ⁶⁰

⁵⁹ Campaña de promoción en redes sociales «Kit de Los Milagros», fotografías en la cuenta de Instagram @filmarte_ec

⁶⁰ Campaña de promoción en redes sociales «Merchandising», fotografías en la cuenta de Instagram.

Siguiente Round

Siguiente round es un largometraje documental de 86 minutos estrenado el 12 de octubre del 2018 en la provincia del Guayas. La película retrata parte de la vida de Pachín y Anthony, dos adolescentes que viven en uno de los barrios periféricos más conflictivos de Ecuador –La isla trinitaria-. Ambos encuentran una nueva oportunidad de vida cuando son reclutados por el ex-boxeador 'El Destructor' Preciado', quien les da una nueva forma de ver la vida a través del deporte y la disciplina.

En esta película observamos a jóvenes de escasos recursos económicos, siendo entrenados en boxeo por un ex boxeador de categoría 'El Destructor' Preciado'. Para estos jóvenes el boxeo es la luz que les ayuda a superarse y salir de las calles donde suelen trabajar para conseguir algo de dinero que les ayude a sustentar distintas necesidades. Mediante practicas diarias y disciplina, estos jóvenes luchan día a día para lograr entrar a los juegos nacionales, abrirse camino de manera profesional y ser un ejemplo para los niños de estos sectores.

Siguiente Round es un largometraje documental que cuenta una historia real, una historia positiva que no había sido dada a conocer por medios cinematográficos ni medios de comunicación. Este documental no solo trata de contar una historia de desarrollo humano, como lo es superación a través del deporte, también tiene consigo problemas de régimen socio-político, donde la ciudadanía tuvo que ingeniárselas para tener un lugar donde poder entrenar, así como también los implementos necesarios para la práctica de este deporte, por falta de impulso y apoyo de entidades gubernamentales.

La Isla Trinitaria

Guayaquil es conocida por ser una ciudad poblada en su mayoría gracias a los asentamientos causados por el traslado campo-ciudad, un evento que se incrementó en el Ecuador con el 'boom' de los movimientos económicos. Estos asentamientos espontáneos marcaron el ritmo de crecimiento y desarrollo urbanístico de manera desordenada, especialmente en ciudades como Guayaquil y Quito. Según datos del INEC -Instituto Nacional de Estadística y Censos- del año 2010, Guayaquil es una de las ciudades más pobladas del Ecuador, teniendo «2'350.915 habitantes.»⁶¹

⁶¹ INEC-Instituto nacional de estadísticas y censos. «Población y Demografía» Portal Web. Acceso 24 de diciembre de 2019, <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>.

La Isla Trinitaria es un populoso sector ubicado en el sur de la ciudad de Guayaquil que pertenece a la parroquia Ximena. Está rodeado por varios ramales del Estero Salado y su asentamiento es de aproximadamente 512 hectáreas, donde existen asentamientos o cooperativas, entre las cuales tenemos a: Fuerza de los Pobres, Unidos Venceremos, Nelson Mandela, Naciones Unidas, Patria Nueva, Polo Sur, El Diamante, Camino del Sol, Andrés Quiñónez, República de Cuba, Che Guevara, Los Ángeles 1 y 2, Nueva Esperanza, Independencia II (Nigeria), Trinipuerto, Vencer o Morir, Guayas y Quil, Cenepa, Salathiel Toral, Nigeria, Santiago de Guayaquil y 17 de Septiembre, cada una de ellas organizadas por comités barriales liderados de forma jerárquica -presidente, vicepresidente y tesorero-.

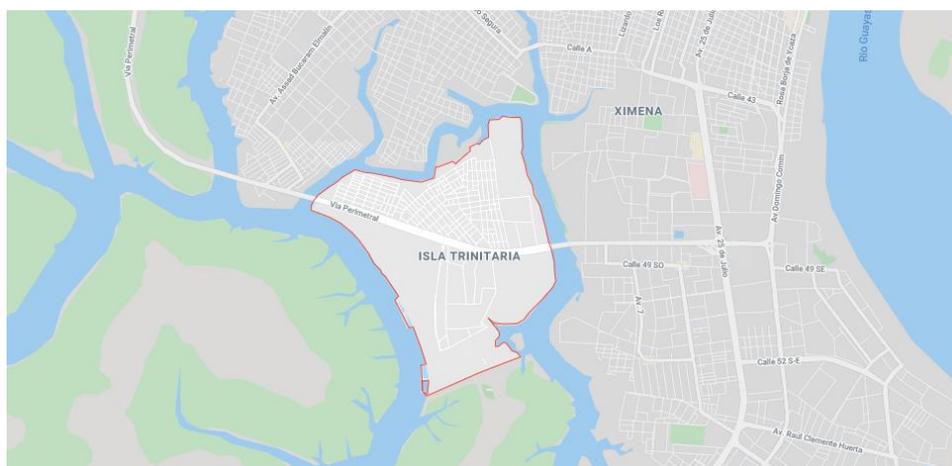


Figura 3.13 Ubicación de la Isla Trinitaria – Google maps⁶²

Los asentamientos en el sector sur de la ciudad de Guayaquil llevan alrededor de 50 años, donde inclusive se ubicaron viviendas en zonas consideradas de riesgo. El sector de la trinitaria empezó a habitarse en los años 70 como consecuencia de la migración de familias de las provincias de Esmeraldas y Manabí, provocando así un crecimiento acelerado de la población en la ciudad de Guayaquil.

Este tipo de asentamientos ocasionaban una desigualdad urbana, la cual se interpretaba como una forma de injusticia social que fue provocada por movimientos políticos que se aprovechaban de la pobreza de la población migrante, como lo menciona Argel Arroyo, habitante de la Isla trinitaria;

⁶² Google maps, «Isla Trinitaria», Ubicación en territorio, acceso el 23 de septiembre de 2019. <https://www.google.com/maps/place/Isla+Trinitaria,+Guayaquil/@-2.2439656,-79.9253542,13.25z/data=!4m5!3m4!1s0x902d7025cc8f0165:0x2a69f31968cc1547!8m2!3d-2.2402791!4d-79.9220686>

Llegué de borbón -esmeraldas, en la década de los 70, y ya en los 80 vine a parar mi casa en el lodo, me toco luchar para tener lo tengo ahora, muchas peleas, muchas enfermedades, las culebras amanecían en casa, los niños se caían de los puentes que a veces eran elaborados con materiales desechados por los lugares que trabajaban con madera.⁶³

La situación de pobreza en la población migrante de otras provincias era aprovechada por los políticos a manera de ganar votos. El apoyo que recibían estas organizaciones por parte de los migrantes era intercambiado por terrenos baldíos 'privados' que eran invadidos. Los pobladores de este sector eran aprovechados como una fuerza presión social y política para legitimar la toma de la tierra, que en ocasiones era hasta por medios violentos.

La isla trinitaria desde sus inicios estuvo marcada por la diversidad cultural de sus pobladores, el número de habitantes para este sector paso de 75.065 en el censo del 2001 a 93.594 personas en el censo del 2010, es decir, unas 21.074 familias según el INEC. Además, el 30% de los habitantes de este sector son nacidos en la provincia de Esmeralda, por lo que es importante señalar que en este sector se ubica el mayor porcentaje de población afro de la ciudad de Guayaquil. Este incremento evidente fue producto de la construcción de la vía perimetral y el relleno hidráulico que se realizó en este sector. Antiguamente, era un territorio con casas de caña asentadas sobre el manglar. La única forma de acceder a esta zona era por medio fluvial debido a que está rodeada por el Estero Salado, por lo que, la construcción del puente impulso el acceso de manera directa a esta área.

Parte de estos asentamientos casi de manera ilegal, desataron otro tipo de problemática que afectaron directamente a este sector, uno de ellos es la pobreza. Esta problemática además de hacer que familias enteras vivan en condiciones desfavorables, orientaba a enviar a los menores de edad a mendigar en las calles para ayudar con el sustento del hogar. La callejización de los niños, niñas y adolescentes, está vinculada de alguna manera a un acto de violencia intrafamiliar, según la DNI- Defensa de Niños internacionales sección Ecuador, la Isla Trinitaria es uno de los barrios de la ciudad de Guayaquil, que más 'expulsa' a menores de edad a las calles, para trabajar en la

⁶³ Jessica Quintero, «Cambios sociales en la isla trinitaria de la ciudad de guayaquil en las dos últimas décadas», Tesis de Maestría: Universidad de guayaquil - facultad de jurisprudencia y ciencias sociales y políticas, s.l. Acceso el 24 de diciembre de 2019. 72.

mendicidad infantil. Esta expulsión a la que se refiere está relacionada con familias cuyos padres-madres no son los que proveen, ni sostienen en totalidad al grupo familiar. Con los menores de edad en las calles, el control parental es escaso, por lo que muchos de los jóvenes se orientaron a la criminalidad y violencia, transformando así la realidad de Isla Trinitaria.

La vulnerabilidad de la gente que vive a orillas del estero no es lo único que ha puesto a este sector en las primeras planas de la prensa escrita, también lo han hecho los actos violentos que se muestran en noticieros televisivos. La isla trinitaria ha tenido uno de los estigmas violencia e inseguridad más reiterativos de la ciudad de Guayaquil en las últimas décadas. Este es un hecho que puede ser comprobado por los informativos que dan medios de comunicación casi a diario, ubicándolo, así como un lugar apto para la delincuencia y la ilegalidad.

La intervención de organismos gubernamentales en las últimas décadas, ha reflejado cambios positivos para este sector, por ejemplo, la reducción de la pobreza. Ellos ya no caminan sobre lodo y actualmente cuentan con todos los servicios básicos, así como el acceso a educación gratuita en todos los niveles. Adicionalmente los índices de delincuencia han bajado, pero aún se mantiene como un punto de cuidado en la ciudad de Guayaquil.

En términos generales, la Isla Trinitaria es un sector que ha aprendido más que otros espacios a convivir, aceptando la diversidad de otros. Sus habitantes han entrado en contacto de manera directa con otras culturas, enriqueciendo procesos de liderazgo y proyectos que vinculan la comunidad. Los líderes barriales de este sector no pierden la esperanza de revertir la situación en la que viven y manifiestan la necesidad de trabajar en conjunto con instituciones gubernamentales que les permitan impulsarse tanto de manera social como económicamente.

El Destructor Preciado y El semillero de box en trinitaria

Yecson Preciado, más conocido como ‘El Destructor Preciado’ es un pugilista, que actualmente se dedica a ser profesor de boxeo en la escuela *TRINIBOX*. La escuela que se encuentra ubicada en la Isla Trinitaria, entrena más de 40 boxeadores que son parte del proyecto ‘*Escuela de Formación Deportiva Multidisciplinaria – Semilleros del*

Cambio que es impulsada por el Centro de Entrenamiento para el Alto Rendimiento CEAR EP y el Ministerio del Deporte.

Desde hace algunos años, su trabajo es impulsar y entrenar boxeadores, no solo con un nivel profesional, sino con valores y disciplina para la vida. El Destructor Preciado es oriundo de la provincia de Esmeraldas, de donde salió a los 8 años de edad. Aprendió a boxear en la capital del Ecuador y luego migró a Guayaquil, donde fue su última pelea y descubrió su pasión por la enseñanza.



Figura 3.14 Yecson Preciado – fotograma de campaña de ¡Súmate a la película del box en Trinitaria!⁶⁴

Llegó a Guayaquil en el año 2005, donde se asentó junto a su familia en la cooperativa Mérida Toral, uno de los sectores más conflictivos de esta ciudad. Preciado manifiesta que cuando llegó a la Trinitaria todo era agua, él fue parte de los habitantes de este sector que con mucho esfuerzo lograron rellenar para tener un terreno estable. Sin embargo, todo esto se pretendía ser arrebatado en el año 2015.

El año 2015 fue un año muy crítico para este sector. La Secretaria Técnica de Prevención de Asentamientos Humanos Irregulares- STPAHI, mandó a desalojar alrededor de 40 viviendas, asegurando que estaban ubicadas en una zona protegida del manglar que no era habitables. Este evento desató conflictos entre la policía, representante de los organismos y la ciudadanía. Aunque el Municipio de Guayaquil les brindaba asilo temporal en carpas ubicada en la zona a las familias desalojadas, funcionarios del STPAHI exigían al municipio evitar el asentamiento de estas familias a orillas del estero

⁶⁴ Ernesto Yitux y Valeria Suárez, Fotograma de «¡Súmate a la película del box en trinitaria!», video en YouTube, 1:46, acceso el 22 de septiembre de 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=4FHScP-soVY>.

salado por la terrible contaminación ocasionada al mismo, además de las crecidas de ríos y temporales invernales que podían afectar las vidas de quienes habitan este lugar.

Con el desacuerdo de las organizaciones gubernamentales, los desalojos fueron un ataque masivo a la población. La policía llegaba con maquinarias a destruir las casas en su mayoría de caña, dejando a familias enteras a la intemperie. Los habitantes protestaron cerrando un tramo de la vía perimetral, donde fueron reprimidos de forma abrupta por la policía nacional, quienes llegaron de forma abusiva a agredir a los protestantes.



Figura 3.15 Fotos de Andrés Berrú, Así fue el desalojo en la Isla Trinitaria⁶⁵

Aunque fue un periodo de tiempo difícil, también empezó una esperanza para los niños de este sector. El destructorpreciado empezó una especie de semillero de boxeo que ayudaba a que los niños se alejaran de la realidad que cruzaban sus padres. Este semillero empezó con 5 niños, quienes entrenaban en casa de Preciado arrumando las cosas a un lado. Con el pasar del tiempo, más niños se sentían incentivados por la práctica de este deporte, que tuvieron que salir a la calle bajo el sol inmenso de la ciudad de Guayaquil.

La época invernal dificultaba esta práctica, lo que ocasionó que uno de los vecinos le brindara su patio para que entrenase a estos niños, pero no fue suficiente para mantener la comodidad de los niños. Finalmente, con el proceso de acuerdo en relación a los asentamientos ubicados en la orilla del Estero, el MIDUVI se encargó de otorgarles un lugar donde entrenar adecuadamente.

⁶⁵ Andrés Berrú, fotografías de «Así fue el desalojo en la Isla Trinitaria», *En Plan V Multimedia* (Guayaquil-Isla Trinitaria, 2018). Acceso el 24 de diciembre de 2018. <https://www.planv.com.ec/historias/sociedad/asi-fue-el-desalojo-la-isla-trinitaria>.

Actualmente son 43 niños que entrenan en la escuela. Preciado está consciente del riesgo que conlleva vivir en la trinitaria, una zona inmersa en la delincuencia y la droga. Desde el inicio la idea de esta escuela fue acoger niños y enseñarles otra realidad a través del deporte, por lo cual, él personalmente va a las casas a pedir los niños a sus padres, demostrando a sus progenitores un cuidado de sus alumnos casi de forma parental. Una muestra del compromiso que tiene Preciado para separar a sus alumnos de las calles es Anthony Reasco alias '*La Rata*', Él es un joven que andaba apegado a las calles. Una tarde deambulando encontró la escuela en el horario de entramiento, esto llamo su atención por lo cual se quedó a observar hasta el final de la jornada. Al poco tiempo, se produjo una pelea callejera en la que estuvo involucrado él y un alumno de la escuela de boxeo. Preciado al enterarse de esta falta de disciplina, acudió a él y luego de una larga plática además de exigir no involucrar en problemas callejeros a ninguno de sus estudiantes, le brindó la oportunidad de entrenar en la escuela, con la única condición de que solo usara sus puños para el boxeo en ring porque para él las peleas callejeras no son dignas de un deportista de calidad, adicionando que la próxima vez que escuchara un problema como el ocurrido seria él quien lo golpeará.

Preciado en una entrevista a una cadena televisiva manifestó que se enfrentó a La Rata porque supo desde el inicio el potencial que tenía, afirmando que sólo le faltaba motivación para dedicar todo su físico y disciplina al box. Actualmente La Rata es uno de los deportistas con más medallas en esta escuela. En *Trinibox*, cada alumno tiene su propia historia, algunas de ellas incluyen mendicidad, maltrato intrafamiliar o callejización, lo cual trata de ser minimizado a través del deporte. Esta escuela actualmente tiene 6 jóvenes que representan a la provincia del Guayas en juegos nacionales, los cuales todos han obtenido medallas en diferentes torneos.

La idea de la película

Siguiente Round es un largometraje documental dirigido por Ernesto Yitux y Valeria Suárez. La idea de filmar esta historia se dio luego de que, en marzo del año 2015, Ernesto Yitux fue invitado junto a otros periodistas y fotógrafos por el Comité Permanente de Defensa de Los Derechos Humanos (CDH). Este comité «es un organismo no gubernamental sin fines de lucro que se dedica a la promoción y defensa de los

Derechos Humanos»⁶⁶. En esta ocasión Ernesto Yitux, estaba encargado de dirigir una campaña en contra de los desalojos que se presentaban en la Isla Trinitaria, específicamente en el sector de la cooperativa Melada Toral.

Ernesto Yitux y Andrés Loor -Fotógrafo que lo acompañaba en la campaña- han trabajado en diferentes proyectos sociales en sectores vulnerables, entre los que eventualmente se toparon con la Isla Trinitaria. Al poco tiempo de llegar al lugar conocieron a Yecson ‘el destructorpreciado’, quien se mostró hospitalario y los acompañaba a todas partes, como una especie de custodio. En una de estas visitas el Destructor Preciado les mostro el semillero de boxeo que estaba creando en su casa, fue en ese entonces donde Yitux y Loor empezaron a hacer seguimiento de este proyecto.

Aunque Ernesto Yitux no es cineasta, sabía que había una historia fuerte que contar en este lugar. El Destructor Preciado no solo es una persona amable que cuidaba del bienestar del equipo enviado por la CDH, es una persona que buscaba crear un cambio positivo en uno de los sectores más conflictivos de la ciudad de Guayaquil. Esta idea desencadenó una serie de interrogantes dentro de la cabeza del director, por un lado, estaba el contexto del barrio y todos los desmanes ocasionados, y por el otro lado, el potencial que estaba creando en estos chicos dentro del semillero.

A Ernesto Yitux, la historia y los personajes se le presentaron por sí solos en escenario real, pero ¿Qué es lo que se debe contar? Esta interrogante empezó a tomar forma cuando conocieron a la cineasta Valeria Suárez en un taller del documentalista Charles Bosch en la ciudad de Quito. Valeria al escuchar la historia del semillero y los desalojos filmados por Yitux y Loor, decidió ser participe del proyecto y abandonar la idea de filmar una ficción en la ciudad de Guayaquil. En una entrevista realizada ella menciona que,

Como cineasta, lo que he buscado siempre es generar diálogo y esta película me permitía construir una propuesta para dialogar. Es una necesidad casi personal, de hecho, esa fue una de las cosas que me trajo de vuelta al Ecuador después de cinco años en Alemania.⁶⁷

⁶⁶ Comité Permanente de Defensa de Los Derechos Humanos (CDH), «¿Qué es el CDH?» Portal Web, (Guayaquil, 2009), <https://www.cdh.org.ec/somos.html>.

⁶⁷ Navas, Julio Fernando. «Entrevista con Valeria Suárez Rovello, co-directora y productora de ‘Siguiendo Round’». En *Cinema Ecuador*, Guayaquil, 2018. Edición en PDF. Acceso el 20 diciembre de 2019. <http://cinemaecuador.com/entrevista-con-valeria-suarez-rovello-co-directora-y-productora-de-siguiente-round/>.

Valeria fue el refuerzo que faltaba para darle impulso a una historia de cambio que un hombre estaba sembrando dentro de la Isla Trinitaria. El involucrar a Valeria Suárez dentro del proyecto permitió fortalecer la idea, ya que Ernesto no es cineasta de profesión, él solo sabía que dentro de esta comunidad había una potencial historia que contar, pero no había descubierto como hacerlo.

Valeria Suárez, Ernesto Yitux y Andrés Loor decidieron reescribir los límites de Guayaquil a través de la imagen conformando el equipo de *La Gallera Producciones*, una empresa dedicada a la producción audiovisual, tanto de cine como de publicidad. Juntos deciden iniciar el proyecto *Siguiente Round* y como una obra casi del destino, porque si el CDH no hubiese enviado a Yitux y Loor a filmar los desalojos en los que conoció a Preciado no se habría generado la necesidad de contar esta historia y si Valeria no hubiese decidido cambiar su proyecto personal por el cual había regresado a Ecuador, probablemente *Siguiente Round* no sería un documental, sino un proyecto totalmente distinto.

La Isla Trinitaria es un sector al cual asisten muchos medios de comunicación para desarrollar noticias que involucran temas de delincuencia y violencia, pero son pocos los medios que realzan eventos positivos que se desarrollan dentro de la comunidad. La idea de desarrollar un documental dentro de sector es un poco eso, plasmar una acción positiva que pocos ven.

Siguiente Round es un documental con más de 150 horas de material filmado, como el resultado de una intervención aproximadamente de 30 meses, donde se puede observar el proceso evolutivo del Destructor Preciado y sus alumnos. Fue un proceso de años, esto le permitió al equipo de La Gallera acercarse hasta tal punto que la cámara no se sentía por los presentes. Según Ernesto Yitux

Había que llegar a un nivel de intimidad, confianza y cercanía que sea absoluto para que los chicos se dejen filmar tal cual. Basta con ver un tráiler para darse cuenta del rigor que implicó ese proceso de inmersión, y de su efectividad como base sustancial del documental.⁶⁸

Sin embargo, esto no significaba que ellos vivieran en el sector. Durante el tiempo de rodaje se realizaban visitas constantes, esto les permitía seguir en un ambiente de

⁶⁸ Martín González. «Siguiente Round: La pelea por construir “una película verdadera”» Entrevista en *Radio Cocoa*. Guayaquil, 2018. <https://radiococoa.com/RC/siguiente-round-la-pelea-por-construir-una-pelicula-verdadera/>.

confianza a tal punto que todos se volvieron buenos amigos. Aunque pasaban mucho tiempo conviviendo con la comunidad, no todo fue siempre bueno. Existían días los que no se filmaba nada porque había que apagar la cámara. El equipo de La Gallera menciona que han escuchado cosas en este sector que les han causado temor, han visto a chicos que iban a entrenar y luego simplemente desaparecían porque fueron asesinados por pandillas o simplemente decidieron volver a las calles.

Aunque son cosas difíciles de procesar Yitux en una entrevista realizada menciona que seguir a el Destructor Preciado, no fue solo un gesto de retratar la vida de una persona correcta, ni super buena. Él hacía un documental siguiéndolo porque es alguien con un pasado tormentoso que involucra las calles, pero que ahora tiene una historia vital impresionante y que no dejará fácilmente que alguien viva su pasado.

Un documental multiplataforma

Valeria Suárez además de ser una productora que aporte financieramente al proyecto, fue parte de la dirección creativa del mismo. Ella manifiesta que *Siguiente Round*, fue un proyecto donde todos tuvieron que hacer un poco de todo. El tema creativo fue un trabajo en conjunto desde el inicio, veían el material juntos, editaban juntos, e inclusive el momento de parar la filmación fue una decisión conjunta.



Figura 3.16 Creación del Spot para la campaña ¡Súmate a la película del box en Trinitaria!⁶⁹

⁶⁹ Creación del Spot para la campaña ¡Súmate a la película del box en Trinitaria! Cortesía Valeria Suárez.

Siguiente Round empezó sin una organización previa, planificaban y financiaban al mismo tiempo que estaban en la etapa de filmación. Según la productora es completamente arriesgado lanzarse a hacer cine de esta manera, porque los gastos que se presentan a veces no se miden de manera adecuada y abren deudas. Sin embargo, ellos decidieron seguir con el proyecto a flote a pesar de los problemas que se presentaran.

Al poco tiempo de empezar la intervención en este sector, descubrieron que no existía una forma correcta, ni única de contar esta historia. Ellos no querían que solo quedara en una película que retrate cierta parte del boxeo nacido en la Isla Trinitaria, sino que conozcan un poco más de este sector lejos de lo que se muestra en las noticias día a día, fue así como decidieron hacer un proyecto multiplataforma conformado por:

- » Largometraje documental
- » Redes sociales
- » Muestra fotográfica

De tal forma, la historia causaba impacto en distintos formatos. *Siguiente Round* pasó a ser más que un proyecto de cine, ellos no querían que pasaran años para que la historia se diera a conocer, sino que empezaron a contar cierta parte de la misma a tiempo real. Las redes sociales como Instagram era un medio muy utilizado por el equipo de La Gallera, ya que servían como una ruta de interacción casi directa con los creadores y lo personajes del documental, logrando así crear expectativa en el público. Adicional a esta campaña de expectativa vía redes sociales, se realizó una muestra fotográfica de este sector. Las fotos que Andrés Loor había tomado desde la intervención del desalojo, hasta la cotidianidad de los habitantes eran casi 20000 y estaban cargadas de un inmenso valor estético y debían ser mostradas como parte del valor humano que se estaba creando en La Isla Trinitaria, sin embargo, para esta muestra solo se eligieron 300.

De esta manera, *Siguiente Round* tomó un camino que no solo abarcaba el filmar día a día. Se transformó en un proyecto de impulso para la práctica del deporte en este sector. El semillero de box fue avanzando y con el pasar del tiempo la cámara se fue convirtiendo en un catalizador, mientras que en redes sociales se iba generando el interés por la iniciativa, todo trabajando al mismo tiempo.

Sinopsis de la película

En uno de los barrios más conflictivos del sur de Guayaquil, un grupo de adolescentes lucha por salir adelante bajo la guía de su mentor, un ex boxeador que busca reivindicarse ante la vida.

Siguiente Round sigue de cerca el desarrollo de estas jóvenes promesas deportivas, desde sus primeros entrenamientos a orillas del Estero Salado hasta convertirse en campeones nacionales, reflejando una historia de amistad y superación dentro de una comunidad históricamente segregada.⁷⁰

Fondos

La idea de crear un largometraje documental de este semillero partió de la nada, para Ernesto Yitux ver al Destructor Preciado entrenando a estos niños en su casa sin pedir retribución alguna fue lo que lo motivó a crear un producto audiovisual y darle apertura a un sector mal visto por muchos. Sin embargo, al momento de lanzarse a filmar no contaban con un guion o escaleta que respalde la historia potencial a contar, tampoco contaban con un tiempo definido de intervención en este sector. Esto hacía que se volviera complicado todo, tanto su desarrollo como su financiamiento, pero ¿Cómo financiar un proyecto documental cuya filmación empezó de forma precipitada?

El documental *Siguiente Round*, según Valeria Suárez fue un reto en cada etapa – Desarrollo, postproducción, distribución- por lo que la financiación estaba enfocada en ‘resolver el presente’. Esta acción hacía que el ingreso económico que llegara estaba destinado para cubrir la etapa en la que se encontraban.

Durante el desarrollo las visitas a este sector fueron casi a diario, la filmación se basaba principalmente en un acercamiento al desarrollo del entrenamiento y competencias del semillero, la misma que duró 2 años y medio. Este periodo estuvo basado en la convivencia y filmación, donde se tomaron decisiones importantes para lograr financiar este proyecto de la siguiente manera:

» Fondos de Fomento del Instituto Nacional de Cinematografía (Anexo)

Realizaron una aplicación en el año 2016, donde obtuvieron fondos destinados a la postproducción del documental.

⁷⁰ Ernesto Yitux y Valeria Suárez Rovello, *Siguiente Round*.

» Instituciones Públicas y Empresa privada

Aplicaron a distintos fondos concursables, uno de ellos fueron los fondos del Ministerio de cultura y Patrimonio, donde se hicieron acreedores del reconocimiento económico. Gracias a las redes sociales, *Siguiente Round* empezó a ser visible para muchas personas. esto hizo que la gente empezara a seguir un proyecto que estaba siendo creado dentro de la Isla Trinitaria y que se interesan por esta iniciativa.

A medida que fue creciendo el semillero, fue atrayendo a importantes instituciones, una de ellas es el Ministerio de Deporte. Esta institución se interesó en ellos por su dedicación hacia la práctica del Box, además de la motivación creada al saber de la existencia del documental. En una visita organizada por la Gallera Producciones, el Ministerio de Deporte asignó un nuevo espacio para el Destructor Preciado y sus estudiantes.

Seguido de esto empezaron a llegar contribuciones de implementos para la práctica del Box, no solo por empresas nacionales sino también de internacionales, gracias a la presentación que se realizó en el almuerzo inaugural del VII Congreso Iberoamericano de Jóvenes Empresarios. Además, Andrés Loor en una entrevista manifestó que un italiano esposo de una ecuatoriana organizó un evento en su país para recaudar dinero que le permitiera comprar guantes, botas y libros de box, que se enviarían a los chicos de la escuela.

A su vez también se generaron convenios con algunas empresas que no solo implicaban valor económico para la creación del documental. Por ejemplo, ellos hicieron convenios con el Banco de Alimentos, con la oferta de presencia de marca dentro del documental, el banco se encargaba de llevar alimentos a los chicos de la escuela de box para que no entrenen con el estómago vacío durante un año. Convenio como el mencionado anteriormente existieron muchos con grandes marcas, como Sporade, Offisup, V220, The Cage Fight Shop, Arosemena Burbano & Asociado, entre otras, que más que dinero aportaban con implementos o cosas necesarias para el desarrollo del box y el documental dentro de la Isla Trinitaria.



Figura 3.17 Anthony y Sergio con el aporte Sporade - Siguiente Round⁷¹

» Campañas de crowdfunding

Parte de la financiación estuvo cubierta con tres campañas de crowdfunding. La primera campaña fue gracias a la empresa *DOMO Soluciones Web & TI*, una agencia digital de la ciudad de Guayaquil, que desarrolla aplicaciones web, plataformas de comercio electrónico, aplicaciones móviles, posicionamiento web y campañas de marketing digital. Además, otorga asesorías empresariales y conferencias de desarrollo a nuevos proyectos. Siendo así, una empresa de gran ayuda para la creación de planes estratégicos mediante medios digitales y optimización de recursos. Gracias a ellos nació el portal web *Siguiente Round*.

⁷¹ Anthony y Sergio con el aporte Sporade – fotografías en la cuenta de Instagram @siguienteround.



Figura 3.18 Campaña de crowdfunding en el portal Siguierte Round⁷²

En este portal, el apoyo económico se podía hacer de manera directa con el ingreso de una tarjeta de débito que te permitía aportar con un valor monetario. Sin embargo, tuvieron que parar la campaña al poco tiempo de ser lanzada por el terremoto ocurrido el 16 de abril de 2016. Este terremoto tuvo el epicentro entre las parroquias Pedernales y Cojimíes del cantón Pedernales, en la provincia Manabí y aunque no fue directamente en el sector donde se desarrollaba el documental, el equipo de La Gallera decidió que no era el momento adecuado para seguir impulsando una campaña de crowdfunding cuando todo el país estaba enfocado en ayudar de manera urgente a las zonas afectadas por el movimiento sísmico. Aun con este percance, la campaña de crowdfunding logró 4 500 dólares, monto que ayudo a cubrir los juegos nacionales de los chicos de la escuela de boxeo.

La segunda fue una campaña que permanecía constante abierta y consistía en el pago de un valor económico como aporte al desarrollo del documental, el cual era retribuido con material digital o físico perteneciente a la línea de Merchandising del mismo. Este valor se depositaba de forma directa a una cuenta bancaria y se enviaba foto del comprobante vía WhatsApp a la persona encargada, la cual pactaba un punto de encuentro para la entrega de las retribuciones de acuerdo al nivel de aporte. El nivel de aporte se media de la siguiente manera,

⁷² Ernesto Yitux y Valeria Suárez. *Siguierte Round*.

| APORTES ECONÓMICOS A SIGUIENTE ROUND | | |
|---|---------------|---|
| Nivel | Aporte | Incluye |
| Peso Mosca | \$10 | Afiche y wallpaper digital, Tu nombre en los créditos y redes sociales, Agradecimiento de El Destructor en video. |
| Peso Gallo | \$30 | Afiche y wallpaper digital, Afiche autografiado, Pin + Stickers, Copia HD digital de la película + material exclusivo, Tu nombre en los créditos y redes sociales, Agradecimiento del Destructor en video |
| Peso Pluma | \$60 | Afiche y wallpaper digital, Afiche autografiado, Pin + Stickers, DVD autografiado + Material exclusivo, Tu nombre en los créditos y redes sociales, Agradecimiento del Destructor en video, Pase VIP al pre-estreno en salas o Trinitaria, Nombre en mural conmemorativo en la Isla Trinitaria |
| Peso Ligero | \$100 | Afiche y wallpaper digital, Afiche autografiado, Pin + Parche + Stickers, DVD autografiado + Material exclusivo, Medalla conmemorativa, Camiseta con diseño, Tu nombre en los créditos y redes sociales, Agradecimiento del Destructor en video, Pase VIP al pre-estreno en salas o Trinitaria, Nombre en mural conmemorativo en la Isla Trinitaria, Pase al After-Party (Gye o UIO) |
| Peso Welter | \$200 | Afiche y wallpaper digital, Afiche autografiado, Pin + Parche + Stickers, DVD autografiado + Material exclusivo, Medalla conmemorativa, Camiseta con diseño, Tu nombre en los créditos y redes sociales, Agradecimiento del Destructor en video, Nombre en mural conmemorativo en la Isla Trinitaria, 2 Entradas VIP al pre-estreno en salas o Trinitaria, 2 Pases al After-Party, Meet and Greet y encocado en la Isla Trinitaria (con el crew y protagonistas) |
| Peso Pesado | \$400 | Afiche y wallpaper digital, Afiche autografiado, Pin + Parche + Stickers, DVD autografiado + Material exclusivo, Medalla conmemorativa, Bolso serigrafiado, Fotografía enmarcada (30x40cm), tu nombre en los créditos y redes sociales, Agradecimiento del Destructor en video, 2 Entradas VIP al pre-estreno en salas o Trinitaria, nombre en mural conmemorativo en la Isla Trinitaria, 2 Pases al After-Party, Meet and Greet y encocado en la Isla Trinitaria (con el crew y protagonistas) |
| Peso Super Pesado | \$600 | Afiche y wallpaper digital, Afiche autografiado, Pin + Parche + Stickers, DVD autografiado + material exclusivo, camiseta con diseño, Medalla conmemorativa, Bolso serigrafiado, Fotografía enmarcada (30x40cm), Afiche ilustrado sobre madera, Tu nombre en los créditos y redes sociales, Agradecimiento del Destructor en video, Nombre en mural conmemorativo en la Isla Trinitaria, 2 Entradas VIP al pre-estreno en salas o Trinitaria, 2 Pases al After-Party, Meet and Greet y encocado en la Isla Trinitaria (con el crew y protagonistas) |

Tabla 3. 3 Listado de retribuciones según el nivel (Autoría propia).

Dentro del boxeo las denominaciones de las diferentes categorías se las realiza de acuerdo al peso del competidor, para los juegos olímpicos el AIBA -Asociación Internacional de Boxeo- realizó una tabla que le hace alusión a las denominaciones ‘peso mosco’, ‘peso gallo’, entre otras, para clasificar los competidores dentro de los juegos. Estas denominaciones, son también usadas por el equipo de La Gallera para hacer alusión al ‘peso’ del valor otorgado al documental. La información de esta manera de crowdfunding llegaba vía redes sociales al público en imágenes que contenían detalles de la promoción.



Figura 3.19 publicidad de campaña de crowdfunding con premios.⁷³

La tercera campaña además del portal web ya creado por DOMO, se sumó Catapultados. Esta es una plataforma ecuatoriana de crowdfunding que provee a artistas, músicos, cineastas, diseñadores y otros creadores, con recursos digitales necesarios para sacar sus proyectos adelante. Para acceder a esta plataforma es necesario hacer una inversión inicial, además estar de acuerdo en compartir un porcentaje que te solicita la plataforma de acuerdo al resultado de tu campaña. Este porcentaje puede ser el 10% de comisión sobre lo recaudado si no llegas a tu meta o 7% de comisión sobre lo recaudado si llegas a tu meta.

⁷³ Campaña de crowdfunding en redes sociales «Categorías», fotografías en la cuenta de Facebook e Instagram @siguienteround.

The image shows a crowdfunding campaign page on the Catapultados platform. The campaign is titled "¡Llevemos a Siguiendo Round al mundo entero!" and is organized by LaGallera Producciones. The goal is \$10,000.00, with \$2,750.00 raised so far, leaving 49 days remaining. The progress bar shows 27.50% of the goal has been reached. A green button labeled "Aportar a esta campaña" is visible. The campaign is located in Guayaquil, Ecuador, and includes social media sharing options for Twitter and Facebook. A summary text describes the film as a documentary about a boxer in a conflict-ridden neighborhood of Guayaquil, and mentions that the campaign is in its final stages.

Figura 3.20 Campaña de crowdfunding en Catapultados⁷⁴

Estas campañas de crowdfunding además estuvieron acompañadas de vivencias por medio de las redes sociales, que hacían la experiencia más cernadas. Realizaban *Meet and Greet* con los personajes de la película que iba desde ir a comer encocado a la Isla Trinitaria, hasta camisetas firmadas por el Destructor Preciado, estas acciones hacían que la gente se interesara, lo cual era super necesario para impulsar las campañas de crowdfunding.

Estreno, estrategia de distribución y exhibición

Un buen documental debe trascender más allá del tiempo y del lugar, para lograr llegar de manera eficaz al público, es lo que menciono Ernesto Yitux en una charla brindada en la Universidad De Las Artes, aquí también utilizó el término '*Distribución Mágica*' cuando se le preguntó cómo había sido la distribución del documental. La duda con respecto a este término trasciende más allá de que no existe ningún libro cinematográfico que avale o haga referencia a ese tipo de distribución. Sin embargo, por el tono de gracia utilizado en su voz se puede hacer una referencia a que es un término

⁷⁴ Campaña de crowdfunding. «Siguiendo Round». En Portal web: Catapultados, 2018. <https://catapultados.com/proyecto/siguiente-round/>

inventado por el para resumir todo lo que hicieron para que esta película llegara al público.

Siguiente Round es una historia que refleja una vivencia real en uno de los barrios más conflictivos de la Isla Trinitaria. Convirtiéndose así, en una película que de alguna manera representa lo positivo dentro de esta comunidad, entonces ¿Dónde está el público de esta película? Ernesto Yitux manifiesta que, el público a quien está dirigido este documental principalmente está en la Isla Trinitaria. Él no piensa en el público como personas de clase media o media alta, piensa en personas que dejen a un lado las élites y se involucren con personas afrodescendientes, personas que empiecen a compartir los distintos espacios que interviene *Siguiente Round* sin pensar que serán robados o expuesto a peligros, esas son las personas a las que le interesa llegar.

Siendo esta una ópera prima del director y la productora, limitarse no era una opción. Ellos utilizaron todas ventanas de distribución que estuvieron a su alcance muchas veces sin pensar en que si estas eran funcionales o no para el documental. Entre las cuales están:

- » Salas de cine comerciales.
- » Festivales de cine.
- » Salas alternativas.
- » Circuitos al aire libre.
- » DVD.
- » Ventas digitales de la película.
- » Medios Educativos.
- » Mercados de cine.

Espacios aplicados de la siguiente manera:

| CALENDARIO SIGUIENTE ROUND | | | | | | |
|--|--|---|--|--|--|--|
| Salas de cine comerciales | | | Estreno 12 de octubre de 2018 Cinemark – Mall Del Sol | 4 SEMANAS Del 13 de octubre al 8 de noviembre de 2018 | | |
| Festivales de cine | EDOC 16 de mayo de 2018 | | | | Recorrido de festivales | |
| Salas alternativas | | | | 8y Medio Del 18 al 27 de octubre de 2018 | | |
| Circuitos al aire libre | | Preestreno Isla trinitaria 6 de octubre de 2018 | | | Primera Etapa Del 23 de noviembre al 01 de diciembre de 2018 | Segunda etapa 21 de agosto al 12 de septiembre de 2019 |
| DVD | | | | | Venta del DVD en evento aire libre | Venta del DVD en evento aire libre |
| Ventas digitales de la película | | | | | Pago en la plataforma Web por un número limitado de accesos | |
| Medios Educativos | Conferencias, charlas, entrevistas en medios educativos como escuelas, colegios y universidades. | | | | | |
| Mercados de cine | | | | Noviembre Brasil - Industria cultural del sur | Miami-Distribuidora Tsunun | |

Tabla 3. 4 Calendario para distribución (Autoría propia).

Los distintos espacios utilizados para la distribución eran trabajados a fondo. En salas de cine comercial, confiados por el arduo trabajo realizado para promocionar el documental se lanzaron con 17 pantallas a nivel nacional en la primera semana. Estas pantallas fueron disminuyendo con el pasar del tiempo, pero es necesario recalcar que, la respuesta del público fue favorable permitiéndoles estar durante 4 semanas en distintos complejos y en horarios de fácil acceso al público.

| Semana | Lugar | Empresa | Complejos | Función por complejo | Horarios |
|---|------------|----------------|---------------------------------------|-----------------------|-----------------------|
| Semana 1 13 al 18 de octubre | Guayaquil | Supercines | Ceibos San Marino Dorado Sur | 3 a 4 funciones | A partir de las 16h00 |
| | | Cinemark | Mall Del Sol Mall Del Sur | 3 funciones | A partir de las 16h00 |
| | Quito | Supercines | 6 de diciembre | 4 funciones | A partir de las 15h00 |
| | | Multicines | CCI Condado Recreo Scala | 3 a 4 funciones | A partir de las 15h00 |
| Cuenca | Multicines | Batan Shopping | 3 funciones | A partir de las 16h00 | |
| Semana 2 19 al 26 de octubre | Guayaquil | Supercines | Ceibos San Marino Dorado Sur | 3 funciones | A partir de las 16h00 |
| | | Cinemark | Mall Del Sol Mall Del Sur | 3 funciones | A partir de las 16h00 |
| | Quito | Supercines | 6 de diciembre | 3 funciones | A partir de las 15h00 |
| | | Multicines | Recreo | 3 funciones | A partir de las 15h00 |
| Semana 3 27 al 2 de noviembre | Guayaquil | Supercines | Ceibos San Marino Dorado Sur | 2 funciones | A partir de las 16h00 |
| | | Cinemark | Mall Del Sol Mall Del Sur | 2 funciones | 13h00 y 16h00 |
| | Quito | Supercines | 6 de diciembre | 4 funciones | A partir de las 14h00 |
| | | Multicines | Recreo | 1 función | 14h30 |
| Semana 4 2 al 8 de noviembre | Guayaquil | Supercines | Ceibos San Marino Dorado Sur | 1 función | 17h00 |
| | | Cinemark | Mall Del Sol Mall Del Sur | 1 función | 15h00 |
| | Quito | Supercines | 6 de diciembre | 1 función | 17h45 |

Tabla 3. 5 Funciones en salas de cine comercial (Autoría propia).

Adicional a estas funciones, se habilitaron salas de cine alternativas como las del 8yMedio en los siguientes horarios:

- » Octubre 18, 20h00
- » Octubre 19, 18h00
- » Octubre 20, 18h00
- » Octubre 21, 19h30
- » Octubre 23, 18h00
- » Octubre 25, 18h00
- » Octubre 27, 17h00

Al igual que las funciones en salas de cine comercial, estas funciones tuvieron un valor de entrada. Sin embargo, una vez finalizada la etapa de salas de cine hubo funciones gratuitas al aire libre en distintos sectores de la ciudad de Guayaquil. La primera etapa de esta intervención se la realizó en populosos sectores de la provincia del Guayas y la segunda varios meses después en distintas ciudades del Ecuador, que al igual que las demás fueron de forma gratuita.

| PRIMERA ETAPA | | SEGUNDA ETAPA | |
|-----------------|----------------------|---------------|-----------------------|
| Lugar | Fecha | Lugar | Fecha |
| Malvinas | Noviembre 23 de 2018 | Portoviejo | Agosto 21 de 2019 |
| Monte Sinaí | Noviembre 24 de 2018 | Duran | Agosto 24 de 2019 |
| Guasmo Sur | Noviembre 29 de 2018 | Muisne | Agosto 30 de 2019 |
| Fertisa | Noviembre 30 de 2018 | Rio Verde | Agosto 31 de 2019 |
| Bastión Popular | Diciembre 01 de 2018 | Ibarra | Septiembre 06 de 2019 |
| | | Cuenca | Septiembre 12 de 2019 |

Tabla 3. 6 Funciones al aire libre (Autoría propia).

Es necesario tener en consideración que la primera función al público se desarrolló en un espacio al aire libre en la Isla Trinitaria para la gente que reside en este sector. El grupo de La Gallera consideró importante que las primeras personas que vivieran la experiencia de este documental sea su propia gente, por ser un largometraje que refleja una vivencia cercana a esta comunidad.

Conseguir el apoyo para realizar funciones de este tipo no es tarea fácil, sin embargo, tuvieron apoyo de instituciones públicas como el Ministerio de Cultura y Patrimonio y el Instituto de Fomento de las Artes, Innovación y Creatividades, y a su vez la empresa privada. Según Ernesto Yitux distribuir una película es pensar como un emprendedor y no como la figura de un cineasta, de tal manera que se adopta un rol en

base a impulsar un producto para futuras ventas. Lo que representa un trabajo doble para los cineastas ecuatorianos que desarrollan roles de directores/productores.

Promoción y Marketing

La Gallera paso más de dos años trabajando impulsados por la motivación de contar esta historia y generar algún cambio a través de ella. Ha este documental se ha sumado tanta gente que apoyaba su creación de una u otra manera, que ha generado lo que su director denomina un ‘sentimiento de comunidad’.

Aún con todas las formas de financiación mencionadas anteriormente, el equipo de La Gallera siempre se las ingenió para generar recursos. Este grupo llego al punto de no solo financiar e impulsar un documental, sino también la vida en la escuela de box. De tal manera que, parte de lo recaudado en ocasiones era para que los chicos pudieran asistir a los campeonatos y cubrir gastos que esto implicaba.

Todo esto hizo que *Siguiente Round* se encaminara a desarrollar estrategias de *Marketing social*, un proceso que relaciona de manera directa una empresa, negocio o producto con su público interno y externo, y la sociedad en general. En este sentido,

La confianza que la sociedad deposita en relación con cada empresa a través del marketing social hasta puede llevar a que sea comprendido como un tipo de herramienta con potencial para promover transformaciones sociales significativas.⁷⁵

De manera que, *Siguiente Round* además de ser un documental se relacionó de forma directa con una causa social. El compromiso del grupo La Gallera no era solo sacar adelante un producto cinematográfico, sino también ayudar a la gente de la Isla Trinitaria a hacer un cambio positivo. Impulsando así un proyecto deportivo creado por un hombre que quiere reivindicarse en la vida y hacer que niños, niñas y jóvenes en general pertenecientes a este sector no se involucren en temas de delincuencia y violencia. Abriendo así, la brecha a un marketing relacionado con causas sociales.

⁷⁵ Antonio Carlos Giuliani et al., "El marketing social, el marketing relacionado a causas sociales y la responsabilidad social empresarial." *Invenio* 15, no. 29 (2012):11-27. Redalyc, 13. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87724146003>.

Este tipo de practica no es más que una adaptación de las herramientas del marketing comercial «para influir en el comportamiento voluntario de la audiencia meta, con el fin de mejorar su bienestar y el de la sociedad general, por medio del uso de la tecnología del marketing comercial en los programas sociales.»⁷⁶ Incitando así, un comportamiento voluntario del consumidor, sin que olvide lo primordial que es, buscar un beneficio la sociedad o a un individuo, y no únicamente el de la organización que impulsa el programa social. Siendo esta una buena forma de manifestar el compromiso de la empresa con la sociedad.

Para La Gallera las redes sociales son una ventana importante al momento de dar a conocer algo al público, es por esto que juegan un papel importante dentro del documental. Según Ernesto Yitux, estuvieron activos en redes sociales desde el inicio del proceso, porque para ellos era necesario que la gente se empezara a enganchar antes que la película saliera a las salas de cine.

Aún con esta iniciativa, llamar la atención de la gente y obtener resultado de los mismo no fue una tarea fácil, recibieron muchas respuestas negativas tanto de marcas como de inversionistas. Sin embargo, a medida que el documental llegaba a etapa de finalización y la historia era mucho más clara, las cosas empezaron a cambiar.

Dentro de las plataformas sociales se manejaban de la siguiente manera:

» Instagram

Es una red social cuya función principal es subir fotos y vídeos. Aquí se subían fotos de los personajes con cierto contenido estético, además de los videos con mensajes de respaldo al proyecto por personajes conocidos por el medio televisivo, actoral o el medio digital, como Diego Arcos, Diego Spotorno, Alberto Pablo, Alejandro Fajardo, entre otros. Adicional se compartían fotos a través de las historias de Instagram para mantener informado de lo que se hacía durante el día y cada cierto tiempo se hacían interacciones de forma directa, es decir, respondían preguntas, pedían opiniones o realizaban en vivos con los personajes del documental.

⁷⁶ Luis Pérez, *Marketing social, teoría y práctica* (México: Pearson Educación,2004), 5.



Figura 3.21 Personajes mediáticos que apoyaron a Siguiendo Round – Fotograma del video ‘DE TRINITARIA PAL MUNDO’⁷⁷

» Facebook

Es una red social cuyo principal objetivo es dar un soporte para producir y compartir contenidos que permitan crear vínculos virtuales. Por ser una red social más completa el equipo de La Gallera utilizaba la misma para compartir fotografía de convivencias, conferencias, entrevistas o cualquier evento que asistieran. Además de ser la forma en la que se mantenía informada al público de lo que se estaba haciendo durante determinado periodo de tiempo, las marcas que se estaban sumando a este proyecto, los aportes recibidos y la promociones a detalle que se hacían con Merchandising de *Siguiendo Round*.

» Twitter

Es una red de microblogging -envió de mensajes breves- más populares. Una plataforma conocida por su ajustado número de caracteres al momento de publicar un mensaje. En Twitter las publicaciones del grupo de La Gallera aparte de impulsar el documental como las redes sociales anteriormente mencionadas, estaban destinadas a mencionar y agradecer a las marcas y compañías por sumarse a la campaña, esta era una forma de resaltar el aporte que habían recibido, manteniéndolas presentes como parte de la gente trabajando dentro del proyecto.

⁷⁷ Ernesto Yitux y Valeria Suárez, Fotograma de «DE TRINITARIA PAL MUNDO - campaña Siguiendo Round», video en YouTube, 1:47, acceso el 22 de septiembre de 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=Tcy5q-dYmR4>.

» YouTube

Es una plataforma que permite a los usuarios subir y visualizar videos. En esta se subían videos cortos que promocionaban el documental, así como entrevista a deportistas o influenciadores del mundo deportivo.

Previo al preestreno del documental también sumaron dos youtubers -personajes con popularidad gracias a sus vídeos en esta plataforma- de la ciudad de Guayaquil, quienes asistían a dar cobertura de lo que se estaba haciendo en esta parte de la Isla Trinitaria para luego subir el video a sus respectivos canales, sumando así más alcance de público, ya que ambos sobrepasan el medio millón de suscriptores en esta plataforma.

Teniendo en cuenta que *Siguiente Round* es un documental multiplataforma, estar activo en redes sociales era solo una de las rutas de promoción que tenía el equipo de La Gallera. Aprendieron a sacarle provecho a cada posible ventana de exposición que encontraban para impulsar el proyecto, entre las cuales tenemos:

» Exposición de fotos

Andrés Loor, a lo largo del desarrollo de *Siguiente Round* registro más de 20.000 fotografías. De estas, se eligieron 50 después de una curaduría en la que participaron los fotógrafos Santiago Arcos y Vicho Gaibor, quienes también colaboraron con la realización del documental. Según Valeria Suárez, estas fotografías mostraron el desarrollo de los chicos desde que empezaron a entrenar en las orillas del estero, hasta que llegaron a convertirse en campeones.

Esta muestra recorrió varios barrios populares y galerías de la ciudad de Guayaquil con el propósito de transmitir parte de esta historia a ciudadanos que viven realidades similares. En total fueron 12 exposiciones en aproximadamente 3 meses, gracias a los fondos concursables del Ministerio De Cultura y el apoyo de instituciones como el CDH -Comité Permanente por la Defensa de los Derechos Humanos- y el ACNUR -Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados-, siendo presentadas en horario y fecha como lo muestra el siguiente calendario.

| CALENDARIO DE EXPOSICIÓN FOTOGRÁFICA | |
|---|--|
| 8 abril / 10h00 | Centro Juanito Bosco, Isla Trinitaria |
| 13 abril / 21h00 | Estudio N |
| 22 abril / 10h00 | Centro Cultural Raíces Negras, Guasmo Sur |
| 29 abril / 19h00 | La Fábrica, Urdesa Central |
| 6 mayo / 10h00 | Fundación Cleotilde Guerrero, Isla Trinitaria |
| 13 mayo / 10h00 | Comité de Mujeres Pablo Neruda, Guasmo Sur |
| 20 mayo / 10h00 | Punto de Apoyo Mi Nuevo Mundo, Bastión Popular |
| 24 de mayo / 10h00 | Colegio Batallón de Jambelí |
| 25 de mayo / 10h00 | Escuela Ciudad Pedeger, Cooperativa San Francisco |
| 2 junio / 19h00 | 44 KO Semillero de Box |
| 10 junio / 10h00 | Casas Colectivas de Gómez Rendón |
| 24 junio / 19h00 | Museo Nahim Isaias |

Tabla 3. 7 Calendario De Exposición Fotográfica (Autoría propia).

» Ruedas de inversión

Por ser un proyecto multiplataforma dar a conocerlo a futuros inversionistas o personas interesadas en aportar, era un proceso que abarcaba más allá de hablar únicamente de un guion o valores de plano, se tenía que explicar desde un contexto geográfico e histórico, donde se tenía pensado desarrollar el proyecto, hasta quienes eran los beneficiarios del mismo.

Las ruedas de inversión consistían en asistir a charlas de emprendimiento, presentación y desarrollo de proyectos, conferencias de microempresas o micro emprendimientos, entre otras. Este tipo de espacios permitían dar a conocer proyectos en desarrollo o próximos a desarrollar, si bien no era un mercado de inversores directos, espacios como estos contaban con la presencia de marcas importantes que podrían interesarse en brindar un aporte a tu proyecto y luego realizar un futuro contacto.

A *Siguiente Round* como resultado de una de estas conferencias brindadas por el director y la productora empezaron a definirlo como un proyecto de ‘emprendimiento social’, alejando de terminaciones como ‘largometraje’, ‘película’ o ‘documental’, y

encasillándolo de manera como un proyecto social y no únicamente como una cinta cinematográfica.

» Screenings para inversionistas

Gracias a los eventos mencionados anteriormente, varias empresas con marcas importantes decidieron unirse al proyecto, así como personas naturales que aportaron montos económicos significativos, a este grupo de personas se les brindó la oportunidad de observar el documental antes de estrenarse.

Esta presentación estuvo enfocada directamente en ellos, en su opinión acerca del documental y posibles acuerdos. De manera adicional, a esta presentación también se invitaba a representantes de empresas que aún no eran participes en el proyecto. La intención de esta invitación era hacer que estas conocieran *Siguiente Round* como un producto real y quisieran unirse de manera voluntaria, tal como paso con la compañía *PRIMAX*.

» Giras de medios

Al igual que las redes sociales, los medios de comunicación fueron una ventana de promoción muy explotada por el grupo La Gallera. Estuvieron en programas televisivos que van desde ‘En carne propia’ hasta la ‘BBC, cada cadena televisiva les brindo un espacio ya sea en entrevista, reportaje o invitaciones a los distintos programas, donde podían explicar el proyecto y pedir a la audiencia sumarse a la campaña que estuviera habilitada en ese momento, estas podrían ser de crowdfundig, venta de camisetas, activaciones en semáforos, etc. De la misma manera, fueron invitados a cadenas radiales y programas de televisión digital, que les brindaban un espacio donde podían dirigirse a otro tipo de audiencia que podría estar lejos de las redes sociales.

» Activaciones de marca

Con los chicos de la escuela de box de la Isla Trinitaria y los jóvenes pasantes que se habían sumado en el proyecto hicieron una campaña de promoción en las calles previo al estreno del documental en salas de cine. Esta campaña consistía en llevar dos boxeadores que demostraran parte de su entrenamiento en las calles durante un periodo de tiempo mínimo – lo que dura el cambio de semáforo- mientras una pancarta que contenía los datos y fecha de estreno los acompañaba.

A esta campaña se sumó la marca Sporade para hacer interacciones con el público, de manera que, si una persona encontraba a los chicos de Siguiente Round en los semáforos podía tomarse una foto, subirla a Instagram con el hashtag #UNAPELICULAREAL y etiquetar la cuenta del documental y la marca para ganarse productos Sporade. Este tipo de interacciones con el público luego se fueron maximizando y uniéndose nuevas marcas. Por ejemplo, The Cage Fight Shop que brindó la posibilidad de sortear equipos de gimnasio valorados en aproximadamente 500 dólares. Sin embargo, hubo marcas que, aunque no pusieron su producto para hacer una interacción con el público, servían de ventanas de promoción vía redes sociales, como lo fue V220, entre otras.



Figura 3.22 Activación de marca en semáforos- cortesía Siguiente Round⁷⁸

» Meet & Greet

El destructor y sus alumnos por más de dos años y medio fueron expuesto en redes sociales como personajes de un futuro largometraje, por esta razón no era una sorpresa para el equipo de La Gallera que el público los tratara como actores y se acercan a pedirles foto o autógrafos. Esta es la razón por la cual decidieron organizar Meet & Greet. En este tipo de eventos el público podía tomarse fotos con los personajes, pedir firmas en los afiches o camisetas y hacerles preguntas.

Es necesario destacar que, La Gallera no forzó esta forma de convivencia con el público a los personajes del documental. Según Valeria Suárez, el Destructor Preciado

⁷⁸ Activación de marca en semáforos– fotografías en la cuenta de Instagram @siguienteround.

empezó a involucrarse por voluntad propia. Él iba a los eventos, disfrutaba, compartía con el público y esto les funcionaba.

» Afiches en paredes y letreros promocionales

Se coloraron afiches en distintas partes de la ciudad de Guayaquil, algunos de estos con información de las presentaciones al aire libre y otros simplemente para promocionar la fecha la estreno.

Todas estas formas estaban enfocadas en un solo propósito ‘crear una bulla constante’, para el equipo de La Gallera no solo era crear una película que estuviera en salas de cine y no trascendiera de eso, para ellos era casi vital que la gente estuviera a la expectativa desde que el proyecto nació, que empezara a apoyarlos, que empezaran a referirse a ellos como una forma de llevar una historia grande a una pantalla grande y no solo como otra noticia más de la Isla Trinitaria.

Aunque el camino para *Siguiente Round* fue adverso al inicio, una vez que tuvieron el documental terminado las cosas empezaron a cambiar, la gente podía visualizar fragmentos del documental en forma de capsulas publicitarias y los inversionistas podían observar el producto, de hecho, Ernesto Yitux cuenta que,

Los primeros *screenings* para inversionistas, era un público muy diferente a nosotros, pero nos dimos cuenta que mucha gente salía de la sala y decía: ¡Wow, parece una película!”, cosa que al inicio eso me fastidiaba porque yo decía: ‘pero es un documental, ¡y un documental es una película!’⁷⁹

Esta acción desencadenó una acción a la inversa, el grupo La Gallera no se molestó en llevar la contra y defender el título de ‘documental’, sino más bien empezaron a sacarle provecho a esto y empezaron a venderla como una ‘película real’, capitalizando este estigma.

⁷⁹ Martín González. «Siguiente Round: La pelea por construir “una película verdadera”».

Conclusiones

El objetivo fundamental de esta tesis era realizar un análisis descriptivo - explicativo de los distintos procesos de distribución y exhibición cinematográfica de dos documentales ecuatorianos, como lo son: *Siguiente Round* de Ernesto Yitux, Valeria Suárez y Sacachún de Gabriel Páez.

En relación a lo expuesto es pertinente concluir este trabajo desde tres puntos principales:

1. Estrategia de promoción y marketing

Dentro del análisis expuesto, se identificaron algunas de las formas en las que los productores y directores promocionaron e impulsaron sus documentales. Inicialmente, ambos hicieron uso de las nuevas tecnologías a su alcance para lograr llegar a su audiencia. Por medio de redes sociales se crearon campañas que les permitían al espectador interactuar de forma directa con los creadores o personajes del documental. Sin embargo, existe una diferencia notoria en cuanto al uso de las redes sociales.

Siguiente Round se lanzó directamente en estas plataformas como un usuario nuevo, todas las cuentas en redes sociales están a nombre de la película. En un medio digital que está en constante actualización, esta es una propuesta muy arriesgada porque conlleva llamar la atención del público desde la nada. Mientras que, el documental de Gabriel Páez se promociona mediante las redes sociales del grupo Filmarte_ec, siendo esta una propuesta lanzada más a lo seguro porque se estima un número fijo de personas interesadas en su trabajo.

Adicional a eso ambas productoras utilizaron estrategias como: giras de medios, propagandas en físico (afiche) para dar a conocer de manera masiva los proyectos. Lo que los diferencia en este punto, es la magnitud con la que intervinieron estos espacios. *Siguiente Round* explotó masivamente cada medio televisivo, radial o escrito, al que podían tener acceso lo que les permitía llegar ya a un nivel de público nacional. Mientras que Sacachún se quedó fija en espacios mayoritariamente destinados para la provincia de Santa Elena.

Por otro lado, es importante destacar que *Siguiente Round* por ser una ópera prima de sus autores explotaba todas las ideas al máximo. Aquí se incluyeron estrategias como

Screenings para inversionistas, activación de marca, Meet & Greet y la exposición de fotografía, estrategias que Sacachún no implemento.

2. Estrategia de Distribución y Exhibición

Una vez culminada la investigación correspondiente se identificó las siguientes ventanas de distribución y exhibición.:

- Salas de cine comerciales.
- Festivales de cine.
- Salas alternativas.
- Circuitos al aire libre.
- DVD.
- Plataformas VOD.
- Medios Educativos.
- Mercados de cine.

Es necesario destacar que ambos documentales fijaron rutas de distribución y exhibición desde el conocimiento a profundidad de su película y el público al que querían llegar. En cuanto a los documentales estudiados, Sacachún solo ha incursionado en cuatro ventanas de este listado (Sala de cine, Festivales, circuitos al aire libre, Plataforma VOD), y Filmarte espera a que termine el tiempo de su vida en festivales internacionales para incursionar en salas alternativas y medios educativos. Mientras que, Siguiendo Round desde su 'Distribución Mágica' hizo hincapié a explorar todas las rutas y ventanas existentes.

3. Datos de taquilla

Aunque esta investigación no muestre datos numéricos acerca del resultado obtenido económicamente en cada una de las ventanas de distribución incursionadas por los documentales. Es necesario hacer una reflexión acerca de la taquilla mediante el número de espectadores.

Siguiendo Round estuvo 4 semanas en sala de cine, la primera semana estuvo con 17 pantallas a nivel nacional con 3 a 4 funciones por pantalla, la cuarta semana llegó a 7 pantallas con 1 función por cada una. Mientras que, Sacachún estuvo en pantalla grande únicamente en el complejo la Libertad ubicado en la provincia de Santa Elena por cuatro semanas en una o dos pantallas. En ambos casos, el resultado obtenido fue lo esperado, aunque la diferencia de espectadores es notoria, por lo que se puede afirmar que, a Siguiendo Round le fue mejor en salas de cine.

Por otro lado, en las proyecciones libre es Sacachún quien lidera este espacio con 21 proyecciones realizadas alrededor de la provincia de Santa Elena. A estas proyecciones asistían de 200 a 500 personas, en una multiplicación optimista habrían alcanzado un aproximado de 10 500 espectadores. Mientras que, Siguiendo Round en su primera etapa de proyecciones al aire libre solo realizó 5 funciones, con un aproximado de 500 personas por función ellos habrían alcanzado 2 500 espectadores.

Multiplicaciones con las anteriores podrían hacerse para medir la respuesta del público con respecto a las distintas ventanas utilizadas para distribuir los documentales. Sin embargo, los directores/productores en Ecuador son quienes realizan su propia distribución, por lo que medir con exactitud el número de espectadores en su totalidad de una ventana de distribución utilizada, en ocasiones se suele pasar por alto. Esto ocasiona que los directores/productores otorguen un número aproximado, pero no un número exacto, por lo que inclusive los datos presentados por medios de comunicación pueden ser alterados.

Lo presentado en esta investigación evidencia el trabajo arduo de directores/productores ecuatorianos para llevar sus largometrajes a las distintas pantallas existentes. Un trabajo que en otros países es asumido por una persona externa a la producción. A sí mismo, existen escuelas de cine que consideran necesario que a sus estudiantes se les inculque conocer el proceso de la distribución cinematográfica desde las aulas de creación.

Finalmente, desde un contexto interno, a pesar de que la escuela de cine de la Universidad de las Artes promueve la creación y participación de los futuros cineastas, no se ha impulsado a que los estudiantes desarrollen aptitudes hacia la distribución de sus propias obras cinematográficas. Si bien, dentro de la escuela de cine existe una persona a cargo del manejo de estos cortometrajes, es necesario que los estudiantes sean encaminados a tiempo en buscar y desarrollar formas en la que estos cortometrajes no queden abandonados a la intemperie. En este sentido se concluye esta investigación dando paso a la reflexión de que siempre se puede adquirir y brindar nuevos conocimientos que ayuden a mejorar y lograr méritos personales como institucionales.

Bibliografía

- Bajoit, Guy. *Relaciones de clases y modos de producción: teoría y análisis. Cultura y representaciones sociales*. México: 2014, 9(17), 9-53. Edición en PDF. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-81102014000200001&lng=es&tlng=es.
- BBC Mundo, «Ecuador, laboratorio del cine en América Latina» Portal Web (Noviembre, 2012) https://www.bbc.com/mundo/noticias/2012/11/121110_cultura_ecuador_america_latina_cine_aa.
- Berrú, Andrés, «Así fue el desalojo en la Isla Trinitaria», Informe escrito y fotografías, en *Plan V Multimedia*. Guayaquil- Isla Trinitaria, 2018. Acceso el 24 de diciembre de 2018. <https://www.planv.com.ec/historias/sociedad/asi-fue-el-desalojo-la-isla-trinitaria>.
- Castillo, Jessica. *Distribución y exhibición cinematográficas en España. Un estudio de la situación del negocio en la transición tecnológica digital*. Castellón: 2007. Edición en PDF. Departament de Filosofia de la Universitat Jaume. <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10466/izquierdo.pdf>.
- Cebas, Beatriz. *El Cine en la Era Digital: Nuevos Modelos de Financiación y Distribución*. London: 2011. Edición en PDF. London College of Communication. <https://beatrizcebasdotcom.files.wordpress.com/2012/01/thesis-beatriz-cebas-es.pdf>.
- CineCam, «El invento del cine_Edison_Lumière», portal de lenguaje audiovisual, https://cinecam.wordpress.com/historia-del-cine/el-invento_el-cine-a-finales-del-siglo-xix/el-invento-del-cine_edison_lumiere_/.
- Cinemateca digital del Ecuador, «La Primera Proyección En Ecuador» portal web (junio 10 de 2019). <http://www.cinematecanacionalce.com/Tematicas/Detalle/48>.
- Cinemateca digital del Ecuador, «La Primera Proyección En Ecuador- Los precios», portal web (junio 10 de 2019), <http://www.cinematecanacionalce.com/Tematicas/Detalle/49>.
- Clares Judith, Jaume Ripoll, Alberto Tognazzi. *Distribución audiovisual en internet: VOD y nuevos modelos de negocios*. Barcelona: Editorial UOC, 2013.

- Collado Alonso, Rocio. «Marketing y publicidad cinematográfica: el cartel de cine español». Revista Internacional de Investigación en Comunicación aDResearch ESIC. N° 11 Vol 11. Primer semestre, (enero-junio 2015): 58 a 77.
- Comité Permanente de Defensa de Los Derechos Humanos (CDH), «¿Qué es el CDH?» Portal Web, (Guayaquil, 2009), <https://www.cdh.org.ec/somos.html>.
- Congreso Nacional. «Ley De Fomento Del Cine Nacional». Quito: 2006-29. Edición en PDF, <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/ec/ec059es.pdf>.
- Congreso Nacional. «Ley De Propiedad Intelectual». Quito: Registro Oficial No 320, 1998. Edición en PDF. https://www.correosdeecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2015/05/LEY_DE_PROPIEDAD_INTELECTUAL.pdf.
- De La Fuente, Anna Marie. «Lack of cinemas slows Ecuador surge» en *Variety*. S.l.:2019. Edición en PDF. <https://variety.com/2013/film/news/lack-of-cinemas-slows-ecuador-surge-1118064547/>.
- Diario El Telégrafo. «La nueva generación del cine ecuatoriano», periódico impreso y digital (Guayaquil, 2012). <http://tinyurl.com/y34prp23>.
- Diario El Universo. «‘Instantánea’, aventura infantil en el cine local», periódico impreso y digital (Guayaquil, octubre, 2016). <https://www.eluniverso.com/vida-estilo/2016/10/12/nota/5849191/instantanea-aventura-infantil-cine-local>.
- Diario El Universo. «‘Sacachún’, la historia de San Biritute en el cine», Periódico impreso y digital (Guayaquil: septiembre 2018), acceso 23 de septiembre de 2019. <https://www.eluniverso.com/noticias/2018/09/20/nota/6961184/sacachun-historia-san-biritute-cine>.
- Diario El Universo. «Desalojados de la isla Trinitaria se resisten al ingreso de maquinarias», periódico impreso y digital (Guayaquil, marzo 2015). <https://www.eluniverso.com/noticias/2015/03/31/nota/4723986/desalojados-isla-trinitaria-se-resisten-ingreso-maquinarias>.
- Diario La Hora. «La película ecuatoriana ‘Instantánea’ en campaña de crowdfunding», periódico impreso y digital (Quito: Julio, 2016). <https://lahora.com.ec/noticia/1101966499/la-pelc3adcula-ecuadoriana-e28098instante3a1neae28099-en-campac3b1a-de-crowdfunding>.

- Dionisio Cámara Ibáñez, Gary Armstrong, Ignacio Cruz Roche y Philip Kotler. *Marketing-Décima Edición*. Madrid: Pearson Educación/Prentice Hall, 2004.
- Felici, Javier y Gómez Francisco. *El productor y la producción en la industria cinematográfica*. Madrid: Complutense, 2009. Edición en PDF <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/34178/El+productor+y+la+producci%F3n+en+la+industria+cinematogr%Elfica.pdf?sequence=1>.
- Flores González, Stefanie Alexandra. 2018. «Estrategias De Marketing De Un Cine Ubicado En Un Sector De Nivel socioeconómico Bajo En Ecuador». *INNOVA Research Journal* 3 (1), 151-70. <https://doi.org/10.33890/innova.v3.n1.2018.402>.
- Franco Varas, Walter. «La producción ya no es como la pintan: Vengo volviendo». En el Diario el Telégrafo. Guayaquil: diario impreso y web: abril de 2016, <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/carton/34/la-produccion-ya-no-es-como-la-pintan-vengo-volviendo>.
- García, Andrea, Marina García Peña, Luisa Gabriela Kendall López, Cristina Isabel Lima Florido, Eduardo García Ortega, Adrián Escribano Santana, Alba López Serrán, Julia María Martín Rodríguez, Carlos Mérida Benamrane, Daniel Parra Berenguel, Manuel Prieto Hinojosa, Francisco Javier Villalta, Javier Almazán Martín, Víctor Manuel Andrades Delgado, Cristina Serrano Pedraza, Victor Stefanov, Elise Tandé, Ana Alejandra Algarín López, Óscar de la Rosa Carnota, Jenifer Isabel Bautista Sánchez, Katrin Chekunova Gross, Virginia Orellana Montero, Carla Rosa Portal, Luis Sánchez Barranquero y María Torres García. *Industrias audiovisuales: producción y consumo en el siglo XXI*. Editado por José Patricio Pérez Ruffí. España: Grupo de investigación Eumed.net, 2013.
- García, Luis Alfonso, «De arañas y moscas: la formación del sistema de cine los principios de la distribución cinematográfica en España», *Revista de estudios históricos sobre la imagen*, 2010.
- García, María Emilia. «Relación entre el perfil del espectador de cine ecuatoriano y el grado de aceptación de las producciones nacionales estrenadas en el período 2012-2013». Guayaquil: Fuera de Campo, Vol. 1, No. 4 (2017): 82-99.
- Getino, Octavio, *CINE ARGENTINO: Entre lo posible y lo deseable*. Buenos Aires: Ediciones Ciccus, 1998.

- Giuliani, Antonio Carlos, y Monteiro, Thel Augusto, y Zambon, Marcelo Socorro, y Betanho, Cristiane, y Lima Faria, Luiz Henrique, y "El marketing social, el marketing relacionado a causas sociales y la responsabilidad social empresarial: el caso del supermercado Pão-de-Açúcar; de Brasil." *Invenio* 15, no. 29 (2012):11-27. Redalyc, <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=87724146003>.
- González Rentería, Verónica, Ortíz León, Carlos. «Cine Documental En Ecuador», *Razón y Palabra*, no. 74 (2010): Redalyc, 15, <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199516111043>> ISSN 1605-4806.
- González, Alfonso. «La noción de obra audiovisual en el derecho de autor». *Revista de Propiedad Intelectual*, n.º 7 (enero-abril de 2001), 9.
- González, Martín. «Siguiendo Round: La pelea por construir “una película verdadera» Entrevista en *Radio Cocoa*. Guayaquil, 2018.
- Google maps, «Comuna de Sacachún», Ubicación en territorio, acceso el 23 de septiembre de 2019. <https://www.google.com/maps/search/sacachun+mps/@-2.3154248,-80.517211,13z>.
- Google maps, «Isla Trinitaria», Ubicación en territorio, acceso el 23 de septiembre de 2019.<https://www.google.com/maps/place/Isla+Trinitaria,+Guayaquil/@-2.2439656,79.9253542,13.25z/data=!4m5!3m4!1s0x902d7025cc8f0165:0x2a69f31968cc1547!8m2!3d-2.2402791!4d-79.9220686>.
- Herbera, Joan y Linare, Rafael. *Marketing cinematográfico: como promocionar una película en el entorno digital*. Barcelona: Editorial UOC, 2015. Edición en PDF. http://reader.digitalbooks.pro/book/preview/41045/x01_maqueta_portada-1/-?1583248391501.
- Hernández Roberto, Carlos Fernández, Pilar Baptista. *Metodología de la de investigación*. México DF: McGraw-Hill Interamericana, 2006. Edición en PDF. <https://es.scribd.com/doc/38757804/Metodologia-de-La-Investigacion-Hernandez-Fernandez-Batista-4ta-Edicion>.
- INEC-Instituto nacional de estadísticas y censos. «Población y Demografía» Portal Web. Acceso 24 de diciembre de 2019, <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>.

- Institut Lumiere, «La première séance publique payante», cinémathèque nationale, <http://www.institut-lumiere.org/musee/les-freres-lumiere-et-leurs-inventions/premiere-seance.html>.
- Institut Lumiere, «Les films Lumière», cinémathèque nationale, <http://www.institut-lumiere.org/musee/les-freres-lumiere-et-leurs-inventions/films-lumiere.html>.
- Instituto de cine y creación audiovisual. «Reglamento de la convocatoria ICCA 2019». En RESOLUCIÓN Nro. 002-DIR-ICCA-2019 (Quito:2019).
- León, Christian. «Ficción y realidad en el cine ecuatoriano» Guayaquil: Fuera de Campo, Vol. 1, No. 5 (2017): 13-19.
- Loaiza Violeta y Blanco Emiliano. «Tras los pasos del Cine en Ecuador: la producción nacional y políticas de apoyo», Revista Científica de Comunicación - ComHumanitas: 6(1), (junio 12 de 2019) 52 -66, <http://www.comhumanitas.org/index.php/comhumanitas/article/view/20156/pdf>.
- Loza, Ramiro. «Plan de promoción del cine ecuatoriano encaminado a fomentar la cultura cinematográfica en la ciudad de Quito», Universidad Tecnológica Equinoccial. Facultad: Ciencias Sociales Y Comunicación - Tesis, 179, <http://repositorio.ute.edu.ec/handle/123456789/10105>.
- Maldonado, Carla «El cine ecuatoriano entre la cantidad y la calidad» Revista Mundo Diners (febrero 21, 2014).
- Manene, Luis Miguel, «Mercado: concepto, tipos, estrategias, atractivo y segmentación» *Portal Web* (abril 2012), <http://actualidadempresa.com/mercado-concepto-analisis-y-tipos-parte-1/>.
- Mankiw, Gregory, *Principio de economía*. Editado por Javier Reyes Martínez Timoteo y Eliosa García. México: Cengage Learning Editores, 2012.
- Matamoros, David, *Distribución y Marketing cinematográfico: manual de primeros auxilios*. Editado por Universitat de Barcelona. España, 2009.
- McCarthy, E. Jerome, *Marketing: planeación estratégica, de la teoría a la práctica*. México: Mc Graw Hill Interamericana Editores, 1998.
- Mendoza, José Alexander. *Segregación habitacional étnica de la población afroecuatoriana en guayaquil: 2001-2010*. Tesis de maestría, Ecuador: Facultad Latinoamericana De Ciencias Sociales- Flacso Andes, 2015. Edición en PDF.

<http://repositorio.flacsoandes.edu.ec:8080/bitstream/10469/8937/1/TFLACSO-2015JAMB.pdf>.

- Muela, Cesar, «Sistema tradicional de ventanas de distribución en cine». En *Ventanas de distribución en el cine y por qué cada vez tienen menos sentido*. Revista Digital de tecnología y nuevos medios, <https://www.xataka.com/especiales/que-son-las-ventanas-de-distribucion-en-el-cine-y-por-que-cada-vez-tienen-menos-sentido>.
- Navas, Julio Fernando. «Entrevista con Valeria Suárez Rovello, co-directora y productora de ‘Siguiendo Round’». En *Cinema Ecuador*. Guayaquil, 2018.
- Páez, Gabriel, «Tráiler del Documental ‘Sacachún’», video en Filmarte, 2:15, acceso el 22 de mayo de 2019. <https://www.filmarte.ec/sacachun>.
- Páez, Gabriel. *Sacachún*. Ecuador, 2018. Portal web, acceso el 22 de mayo de 2019. <https://www.filmarte.ec/sacachun>.
- Páez, Gabriel, entrevista de Jahaira Pilligua. *Sacachún y sus procesos*. Guayaquil, (7 de agosto de 2019)
- Páez, Gabriel. *Sacachún*. Ecuador: Filmarte, 2018, Documental, 75 minutos.
- Pardo, Alejandro. «El productor creativo: ¿tautología o excepción?». En *El productor y la producción en la industria cinematográfica*. Edición de Javier Felici y Francisco Gómez, 47-49. Madrid: Complutense, 2009.
- Paz y Miño, María Eugenia. *San Biritute: lluvia, amor y fertilidad*. Ecuador: Serie Estudios-Instituto de Nacional de Patrimonio y Cultura, 2012. Edición en PDF. <http://mail.inpc.gob.ec/pdfs/Publicaciones/San%20Biritute%20lluvia%20amor%20y%20fertilidad.pdf>.
- Pérez Romero, Luis, *Marketing social, teoría y práctica*. México: Pearson Educación, 2004.
- Pilco, Valeria. «Alquiler de salas» Quito: 8choymedio, 2019.
- Prefectura de Santa Elena, «San Biritute símbolo de Fertilidad, Lluvia y Amor» turismo, portal web (noviembre, 2011). <https://www.santaelena.gob.ec/index.php/san-biritute>.
- Quintero, Jessica, «Cambios sociales en la isla trinitaria de la ciudad de guayaquil en las dos últimas décadas», Universidad de guayaquil - facultad de jurisprudencia y ciencias sociales y políticas. Edición en PDF. Acceso el 24 de diciembre de 2019.

72. <http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/35841/1/Tesis%20FinalL%20i-Jessica%20Xiomara%20Quintero%20Gruezo%20-%20cd.pdf>.

Real academia española. *La Biblioteca Clásica de la RAE* (BCRAE). Madrid: Obra Social "la Caixa". <https://dle.rae.es/?w=>.

Sadoul Georges, *Historia del cine mundial*. Editado por Flammarion éditeur. Paris-Francia, 1972.

Sarmiento, Manolo y Lisandra Rivera. «Jaime Roldós Aguilera», documental rodado en 2013, video en Archive.org, 2:05:14, acceso 13 noviembre de 2019, <https://archive.org/details/JaimeRoldosAguilera>.

Serrano, Jorge Lui. «Balance de la ley del Cine en la Cinematografía ecuatoriana» Portal web Nodal Cultura: febrero 2016 (junio 12 de 2019), <https://www.nodalcultura.am/2016/02/balance-de-la-ley-del-cine-en-la-cinematografia-ecuatoriana/>.

Serrano, Jorge Luis. *El nacimiento de una noción: apuntes sobre el cine ecuatoriano*. Editado por Acuario. Quito-Ecuador, 2001.

Torres, Luis, Roberto Vernimmen Barriga. *Proceso de gestión para la convivencia ciudadana: análisis comparativo de los sectores “Isla Trinitaria y “Bastión Popular” de la ciudad de guayaquil*. Tesis de maestría (Quito: Pontificia Universidad Católica Del Ecuador, 2015) Edición en PDF. <http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/11436/TESIS%20TORRES%20-%20VERNIMMEN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

Tous, Juan Carlos, «Internet ni canibaliza, ni es una amenaza». En la 4ª edición del posgrado de Distribución audiovisual: VOD y nuevos modelos de negocio, Universitat Oberta de Catalunya (portal web), 2015, <https://estudios.uoc.edu/es/masters-posgrados-especializaciones/diploma-posgrado/comunicacion-informacion/distribucion-audiovisual-negocios-filmin/presentacion-conferencia2015/source>.

Vásquez, Manuela. «Sacachún: donde un cine distinto se cruza con realidades mágicas». Entrevista en *Radio Cocoa*. Guayaquil, 2018.

Vintimilla, Jaime «El Contrato de distribución: de la atipicidad a la formalización» Quito: Universidad San Francisco de Quito, 2016.

Jahaira Pilligua H. Proyecto teórico de investigación sobre cine y cultura

Yitux Ernesto, Valeria Suárez Rovello. *Siguiente Round*. Ecuador: La gallera producciones, 2018, Documental, 82 minutos.

Yitux, Ernesto y Valeria Suárez Rovello. *Siguiente Round*. Ecuador, 2018. Portal web. <https://www.siguienteround.com/?lang=es>.

Yitux, Ernesto y Valeria Suárez, Fotograma de «SIGUIENTE ROUND - tráiler», video en YouTube, 2:30, acceso el 22 de mayo de 2019, <https://www.youtube.com/watch?v=aVaujNCQN-o>.

Yitux, Ernesto, entrevista de Jahaira Pilligua. *Siguiente Round y sus procesos*. Guayaquil, (15 de octubre de 2019)

Anexo

- Documentos

CAPITULO 1 - REVISIÓN DE LITERATURA

Proyectos ganadores Fondo de Fomento Cinematográfico 2016

| n.º | AÑO DEL PREMIO | CATEGORÍA GENERAL | CATEGORÍA POR AÑO | NOMBRE DEL PROYECTO | DIRECTOR | PERSONA NATURAL O REPRESENTANTE LEGAL |
|-----|----------------|--|----------------------|------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|
| 1 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | GUIÓN Y/O DESARROLLO | EL REZADOR | TITO TOMÁS JARA HURTADO | TITO TOMÁS JARA HURTADO |
| 2 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | GUIÓN Y/O DESARROLLO | SOLEDAD | CARLA VALENCIA DÁVILA | CARLA VALENCIA DÁVILA |
| 3 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | GUIÓN Y/O DESARROLLO | EL NIÑO PROBETA | CAROLINA LISSETTE HERNÁNDEZ CORREA | CAROLINA LISSETTE HERNÁNDEZ CORREA |
| 4 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | GUIÓN Y/O DESARROLLO | SACHA | JORGE DAVID NIETO WENZELL | MARÍA JOSÉ ELIZALDE CALLEJAS |
| 5 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | PRODUCCIÓN | GAFAS AMARILLAS | IVÁN JAVIER MORA MANZANO | MARÍA ISABEL CARRASCO |
| 6 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | PRODUCCIÓN | SÁBADO CENIZA | JUAN SEBASTIÁN JÁCOME MORENO | IRINA CABALLERO |
| 7 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | POSTPRODUCCIÓN | AGUJERO NEGRO | DIEGO SEBASTIÁN ARAUJO MORENO | DIEGO SEBASTIÁN ARAUJO MORENO |
| 8 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | POSTPRODUCCIÓN | EL MAESTRO | JOSÉ MARÍA AVILÉS ENDARA | JOSÉ MARÍA AVILÉS ENDARA |
| 9 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | POSTPRODUCCIÓN | SIGUIENTE ROUND | ERNESTO ANDRÉS YTURRALDE TORRES | VALERIA ISABEL SUÁREZ ROVELLO |

Jahaira Pilligua H. Proyecto teórico de investigación sobre cine y cultura

| | | | | | | |
|----|------|--|--|--|--------------------------------|----------------------------------|
| 10 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | PROMOCIÓN Y ESTRENO | LAS MUJERES DECIDEN | XIANA YAGO TORTAJADA | XIANA YAGO TORTAJADA |
| 11 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | PROMOCIÓN Y ESTRENO | ALBA | ANA CRISTINA BARRAGÁN CARRIÓN | SANDRA ISABELA PARRA PUENTE |
| 12 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | PROMOCIÓN Y ESTRENO | MI TÍA TOTY | LEÓN FELIPE TROYA RODRÍGUEZ | LEÓN FELIPE TROYA RODRÍGUEZ |
| 13 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | PROMOCIÓN Y ESTRENO | KILLA | SEGUNDO ALBERTO MUENALA PINEDA | SEGUNDO ALBERTO MUENALA PINEDA |
| 14 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | PROMOCIÓN Y ESTRENO | CHUQUIRAGUA | MATEO HERRERA CORNEJO | MATEO HERRERA CORNEJO |
| 15 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | EXHIBICIÓN DE CINE INDEPENDIENTE | OCHOYMEDIO | PATRICIO ANDRADE | MARIANA ANTONIA ANDRADE ESTRELLA |
| 16 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | EXHIBICIÓN DE CINE INDEPENDIENTE | AMI CINE | ROSA MARÍA DEL CARMEN VÁSQUEZ | ROSA MARÍA DEL CARMEN VÁSQUEZ |
| 17 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | FORMACIÓN DE CINE EN LAS PROVINCIAS DE ESMERALDAS Y MANABÍ | TALLER DE CINE PARTICIPATIVO EN PORTOVIEJO | MARÍA DANIELA DELGADO VITERI | MARÍA DANIELA DELGADO VITERI |
| 18 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | FORMACIÓN DE CINE EN LAS PROVINCIAS DE ESMERALDAS Y MANABÍ | EL ESPACIO AUDIOVISUAL | PATRICIA LEOMAR GUILLÉN CEDEÑO | PATRICIA LEOMAR GUILLÉN CEDEÑO |
| 19 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | PROYECTOS DE DIFUSIÓN DE CINE ECUATORIANO Y/O INDEPENDIENTE EN LAS PROVINCIAS DE ESMERALDAS Y MANABÍ | DESDE LA VEREDA... CINE POPULAR | ERIKA KARINA TERÁN MONTALVÁN | ERIKA KARINA TERÁN MONTALVÁN |
| 20 | 2016 | FOMENTO A LA CULTURA CINEMATOGRAFICA Y AUDIOVISUAL | PROYECTOS DE DIFUSIÓN DE CINE ECUATORIANO Y/O INDEPENDIENTE EN LAS PROVINCIAS DE ESMERALDAS Y MANABÍ | DOCMA (DESDE EL OJO CINEMATOGRAFICO MANABITA) | RICHARD JONATHAN GINÉS CORRAL | RICHARD JONATHAN GINÉS CORRAL |

ACTA DE DICTAMEN

COMITÉ N° 2

En la ciudad de Quito, Distrito Metropolitano, a los 16 días del mes de noviembre del 2018, siendo las 20:42, de acuerdo a lo que establece el Art. 33.- Selección del Reglamento de Criterios para la Distribución de los Recursos Asignados para el Fomento y la Promoción del Cine y Audiovisual Ecuatoriano, el Comité de Selección N° 2 constituido por sus miembros:

Sr./Sra. William Francisco Cajas Erazo en calidad de Presidente del Comité

Sr./Sra. Andrés Bayona Gómez

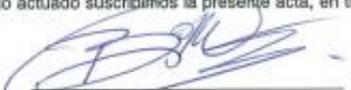
Sr./Sra. Ángel Rafael Escobar Garzón

Una vez culminada la Etapa de Pitch y Evaluación Colectiva respectiva emitimos el presente DICTAMEN que contiene el nombre de los beneficiarios y proyectos ganadores del Concurso Público de Proyectos Cinematográficos y Audiovisuales ICCA 2018:s

| Categoría | Proyecto ganador | Beneficiario | Incentivo | Dictamen | Puntaje |
|---|---|---------------------------------------|-----------|--|---------|
| Distribución de paquete de mínimo 6 largometrajes | TROPICO CINE | TROPICOCINE | 20000.00 | La calidad técnica y artística propuesta por la casa distribuidora es de alta calidad. Por la cual se hizo merecedora al incentivo. | 100 |
| Distribución de paquete de mínimo 6 largometrajes | 8D OCHOYMEDIO DISTRIBUCION | OCHOYMEDIO CIA. LTDA. | 20000.00 | Con base en la experiencia de la casa distribuidora el proyecto sustenta una calidad artística y técnica viable merecedora del incentivo. | 100 |
| Festivales y Muestras | IX Festival Intercultural de cine | Ramón Alberto Murillo Ortiz | 14000.00 | El proyecto presenta calidad artística, técnica y financiera que garantizan su impacto social, cultural y sostenibilidad económica en el tiempo. | 100 |
| Festivales y Muestras | EQUIS - FESTIVAL DE CINE FEMINISTA | MARIA VIRGINIA SOTOMAYOR RIOFRIO | 14000.00 | El proyecto presenta calidad artística, técnica y financiera que garantizan su impacto social, cultural y sostenibilidad económica en el tiempo. | 100 |
| Festivales y Muestras | X Festival de Cine Manabí Profundo 2018 | Pericles Oswaldo Aguinaga Villacreses | 14000.00 | El proyecto presenta calidad artística, técnica y financiera que garantizan su impacto social, cultural y sostenibilidad económica en el tiempo. | 100 |
| Festivales y Muestras | INSPIRACINE | Caleidoscopio Cine | 14000.00 | El proyecto presenta calidad artística, técnica y financiera que garantizan su impacto social, cultural y su sostenibilidad económica en el tiempo. | 100 |
| Festivales y Muestras | OJOS QUE NO VEN / BOLIVAR | FUNDACION MAQUINA DE CINE | 14000.00 | El proyecto presenta calidad artística, técnica y financiera que garantizan su impacto social, cultural y sostenibilidad económica en el tiempo. | 100 |
| Promoción y Distribución | Signiente Round | LaGallera Producciones C. LTDA. | 10000.00 | El proyecto cumple con una estrategia de promoción y distribución que garantiza su impacto social y cultural, tanto a nivel nacional como internacional. | 100 |
| Promoción y Distribución | MUERTE EN BERRUCCOS | GPL COMUNICACIONES SA | 10000.00 | El proyecto cumple con una estrategia de promoción y distribución que garantiza su impacto social y cultural tanto a nivel nacional como internacional. | 100 |
| Promoción y Distribución | MONTEVIDEO | XANADU FILMS CIA. LTDA. | 10000.00 | El proyecto cumple con una estrategia de promoción y distribución que garantiza su impacto social y cultural tanto a nivel nacional como internacional. | 100 |

Los abajo suscribientes declaramos expresamente que el presente dictamen se ha emitido observando estrictamente lo dispuesto en el Reglamento para Concursos Públicos de Proyectos Cinematográficos y Audiovisuales, por lo que es de nuestra absoluta responsabilidad su contenido.

Para constancia y en fe de lo actuado suscribimos la presente acta, en tres ejemplares de igual tenor y contenido.


 Nombre: William Francisco Cajas Erazo
 Nro. Identificación: 0915673180
 Presidente del Comité


 Nombre: Andrés Bayona Gómez
 Nro. Identificación: PE086890
 Miembro del Comité


 Nombre: Ángel Rafael Escobar Garzón
 Nro. Identificación: 0862202309
 Miembro del Comité

- **Modelos de entrevistas**

UNIVERSIDAD DE LAS ARTES
ESCUELA DE CINE
Proceso de titulación
Estudiante: Pilligua Holguin Jahaira



PREGUNTAS ABIERTAS

Aplicado a estudiantes productores

1. ¿De qué Laboratorio rodaje es tu cortometraje?
2. ¿Recibiste charlas acerca de distribución cinematografía en los talleres de Laboratorio de rodaje?
3. ¿Sabe usted el procedimiento a seguir una vez finalizado la postproducción del cortometraje?
4. ¿El cortometraje ya fue estrenado?
5. ¿Cuál es la línea de distribución para el cortometraje?
6. ¿Has intentado enviar el cortometraje a un festival?
7. ¿Te interesaría recibir asesoría acerca de líneas de distribución?

Aplicado a público de los documentales

1. ¿Cómo se enteró de la existencia de esta película?
2. ¿En qué plataforma observo la película?
3. ¿Está consiente usted que esta película es un documental?
4. ¿Qué es lo que más le intereso de esta película?
5. ¿Visitaría usted las zonas mostradas en estas películas?

UNIVERSIDAD DE LAS ARTES
ESCUELA DE CINE
Proceso de titulación
Estudiante: Pilligua Holguin Jahaira



CUESTIONARIO APLICADO A SIGUIENTE ROUND Y SACACHÚN

1. ¿Como nace la idea de crear este filme?
2. ¿Cuál es el público al que está dirigido este filme?
3. ¿Qué tiempo se demoró desde el momento de filmación hasta que salió al público?
4. ¿Cómo fue todo el proceso de filmar en comunidad?
5. ¿Vivieron algún tiempo en el lugar donde filmaron?
6. ¿Como fue el proceso de obtención de fondos para realizar la película? ¿Qué fondos nacionales y/o internacionales ha recibido el proyecto?
7. ¿Como estaba pensado estrenarse el filme?
8. ¿Cuál fue la primera función al público y en qué lugar?
9. ¿Cuál fue la estrategia de distribución y exhibición de la película? (Ventanas de exhibición, festivales de cine)
10. ¿Estas estrategias estuvieron pensadas desde el inicio del filme?
11. ¿Qué tiempo estuvo en salas de cine?
12. ¿Como les fue en salas de cine? (Taquilla, número de salas)
13. ¿Cuáles fueron las otras estrategias de presentación al público? (Propuestas alternativas)
14. ¿Por qué crear vías alternas de proyección?
15. ¿Como les fue en esas presentaciones?
16. ¿Como fue la acogida del público para este filme?
17. ¿Cuáles fueron las estrategias de marketing que utilizaron para promocionar la película? (Redes sociales, afiches, tráiler, campaña de expectativa, etc.)
18. ¿Piensa que la película logro encontrar su público en las ventanas de exhibición planteadas?
19. ¿Cuáles han sido las principales dificultades que han enfrentado en la distribución de la película?

20. ¿Qué piensa que hace falta para distribuir y exhibir una película en mejores condiciones?

21. ¿Por qué la asociación con otras productoras para la distribución del filme?

22. ¿Cuál es la ruta en la que se mantiene actualmente el filme?

23. ¿Cree usted que el proceso de distribución de un documental te da más flexibilidad al momento de generar estrategias a diferencia de un filme de ficción?

UNIVERSIDAD DE LAS ARTES
ESCUELA DE CINE
Proceso de titulación
Estudiante: Pilligua Holguin Jahaira



**Cuestionario aplicado en entrevista a Dionicio tigrero- presidente de la comuna
Sacachún periodo 2018-2019.**

1. ¿Como empieza el desarrollo de la película desde la comunidad?
2. ¿Como tomo la comuna cuando llegaron los chicos con el proyecto de desarrollar una película en la comunidad?
3. En el film se menciona que había 22 casas cuando se empezó a filmar la película ¿actualmente cuantas casas están habitadas?
4. ¿Cree usted que la película fue un impulso para que Sacachún sea como un punto turístico?
5. ¿Sr. Dionicio como se sintió la comuna al verse por primera vez en pantalla grande?

- Fotos



Jahaira Pilligua H. Proyecto teórico de investigación sobre cine y cultura

