

Políticas públicas: su influencia en las dinámicas de producción y consumo de cine ecuatoriano (2006-2016)

Camila Larrea¹

Resumen

El artículo analiza la influencia de las políticas públicas en el desarrollo de las cinematografías de diversos países y, particularmente de Ecuador, presta atención especial a los cambios vividos en el sector a partir de la promulgación de la Ley de Cine en el 2006. La reflexión incluye cifras sobre taquilla y butacas en el país para comparar lo que ocurre en el consumo de cine de origen nacional y de los *blockbusters* del cine convencional.

Palabras claves

Cine ecuatoriano; ley de cine; producción de cine; consumo de cine.

¹ Realizadora audiovisual ecuatoriana. Graduada de INCINE en Realización y Actuación; cuenta con una licenciatura en Diseño por la Universidad de Palermo y una especialidad superior en Producción de Cine y Televisión del Instituto de Cine de Madrid. Actualmente realiza el documental “Quién mató a mi padre” y desarrolla el largometraje de ficción: “Sombras” (título provisional). Ha realizado cortometrajes, videos institucionales y comerciales. El presente artículo se basa en la investigación para su tesis de licenciatura Dinámicas de producción y consumo de cine ecuatoriano (2016).

Políticas públicas: su influencia en las dinámicas de producción y consumo de cine ecuatoriano (2006-2016)

Camila Larrea

El cine ecuatoriano y la cinematografía mundial

La industria cinematográfica contemporánea está controlada por dos grandes imperios que han acaparado el mercado audiovisual. Por un lado, está *Bollywood*, que ha desarrollado una poderosa cinematografía en Medio Oriente, produciendo más de mil películas anuales. El cine ecuatoriano poco o nada recibe de influencia de lo que ocurre en esos territorios. Del lado occidental del mundo está Hollywood, donde el *start system* genera una enorme rentabilidad a partir de toda película que se produzca allí y que ha logrado acaparar al mercado americano e incluso europeo. Por supuesto, para Hollywood no es suficiente vender en un mercado de 300 millones de habitantes, por lo que sus películas -y todo lo que genere rentabilidad a partir de ellas-, son distribuidas a escala mundial, traducidas a todos los idiomas y estrenadas en salas de cine de cada país, obteniendo para el año 2007 un dominio en las pantallas internacionales superior al 70%, cifras que varían muy poco a lo largo de la década (Getino, 2007). El fenómeno se debe no solo a la posibilidad de desarrollar una cinematografía en un país con más de 300 millones de habitantes donde la mayoría de su población tiene un alto poder adquisitivo, un hábito de consumo audiovisual y de asistencia constante al cine y otros espectáculos artísticos (Fuentes, M. y Mastrini, G., 2014). A ello se suma que, con la existencia de una red de empresas que destinan gran cantidad de recursos a la producción y mercadeo de cine y al aporte de comisiones fílmicas que brindan apoyo en la mayoría de los estados, Hollywood ha logrado crear una poderosa y hegemónica industria del entretenimiento audiovisual. En esta industria las películas no son los únicos productos generadores de recursos: en su dinámica se incluye la venta de suvenires, *merchandising*, juguetes, *sountracks*, espectáculos, atracciones, parques de diversiones temáticos, medios de comunicación, alfombras rojas, celebridades, entre otros servicios y productos del poderoso *start system*.

La influencia del *mainstream hollywoodense* ha sido innegable en el continente americano, siendo este un mercado fundamental en el ciclo de vida del cine estadounidense. Esto, entre otras razones, ha significado que el consumo de cine en el sur de América se oriente principalmente a los *blockbusters* del norte y que la capacidad productiva del cine latinoamericano sea negada por quienes podrían ser la base para desarrollar un sistema productivo eficiente. A grandes rasgos se puede afirmar que ni desde el Estado ni desde la inversión privada se ha contemplado la posibilidad de generar una industria del cine autónoma, que produzca rentabilidad económica, dado que esto se le atribuye únicamente al imperio hollywoodense.

La realidad de la industria cinematográfica en Sudamérica es distinta. Aún hoy en día, en un mundo cada vez más globalizado, cada país del sur del continente americano tiene características geográficas, económicas y culturales sumamente distintas y esto ha sido determinante para desarrollar sus cinematografías en otros ritmos, ya que lo que gusta en un país, puede resultar extraño en otro. A más de ello, la población en los países del sur es relativamente pequeña en comparación a Estados Unidos, salvo Brasil y, en menor medida, Argentina; lo que significa un número de posibles espectadores mucho más reducido.

A diferencia del cine producido en Estados Unidos, principalmente por Hollywood, el cine latinoamericano y específicamente sudamericano no ha encontrado oportunidades de existir sin apoyo estatal. Las políticas públicas varían de un país a otro y, lastimosamente, el destino de estas depende generalmente del gobierno de turno como se ha constatado con lo que ocurrió el último año en Argentina.² Los países latinoamericanos que han logrado desarrollar con mayor eficacia y calidad su cinematografía, como son Brasil y Argentina, lo han hecho a través de políticas públicas de fomento que se han consolidado tras varias décadas de existencia, contando además con poblaciones grandes que significan un mercado potencial mayor. Dichas políticas han incluido fondos de fomento (bajo la modalidad de concursos), incentivos fiscales, subvenciones, créditos, capacitación, programas de distribución y exhibición e incluso cuotas de pantalla; todo esto dirigido desde instituciones creadas exclusivamente para desarrollar, proteger y fortalecer las cinematografías locales. Mientras que en otros países el cine apenas empieza a desarrollarse con recientes lineamientos públicos de fomento al cine, como puede ser Ecuador, o es casi inexistente, como es el caso de Paraguay, por ejemplo.

El contexto para desarrollar una industria cinematográfica en Sudamérica sin el apoyo estatal es complejo. En este proceso influyen, ciertamente, otros factores como es la densidad poblacional, los recursos económicos estatales, así como la tradición productiva y las características culturales de cada país. Brasil y Argentina tiene condiciones propicias para el desarrollo de su cinematografía, a diferencia de Bolivia y Ecuador, países pequeños, empobrecidos, con una fuerte tradición oral vigente como mecanismo representación y con una economía orientada principalmente al desarrollo agropecuario más no al desarrollo de industrias, sean estas artísticas o tecnológicas.

A la necesidad de recursos económicos se suma una serie de condiciones requeridas para la producción, distribución y exhibición de cine. Por citar algunas de esas condiciones, se puede iniciar por el hecho de que las salas de cine están saturadas de películas del *mainstream*, que invierten millones de dólares en promocionarse; y que son las preferidas por gran parte de la población; la influencia del cine hollywoodense es enorme y la taquilla se concentra principalmente en sus mega producciones, acaparando el mercado. En el caso ecuatoriano, en el 2012, el 99% del total de la taquilla de los cines del país fue para películas extranjeras, como lo comenta Gabriela Montalvo en un estudio realizado para el Consejo Nacional de Cine:

² El partido de gobierno propuso la eliminación de algunos beneficios fiscales y del porcentaje de la taquilla destinado al financiamiento de varias políticas de promoción del cine argentino, a la par que una reforma al Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales de Argentina-INCA.

Para 2012 los ingresos por venta de boletos en las distintas salas de cine del país, fue de USD 56.278.737. Esto quiere decir que, asumiendo un precio de USD 4 promedio, se vendieron en ese año, aproximadamente catorce millones de boletos para el cine. (...) Sin embargo, del monto total de la taquilla, USD 55.757.983, más del 99%, fue para películas extranjeras, mientras que la taquilla de las producciones nacionales sumó USD 520.754, equivalente al 0,93% del total. (Montalvo, 2014, p. 14)

Esas cifras no han variado mayormente en los años subsiguientes; en otros países de Sudamérica el panorama no es mucho mejor.

Por otro lado, para la mayoría de las producciones sudamericanas es muy difícil llegar al mercado internacional porque el número de empresas distribuidoras de cine es escaso, los espacios para la exhibición son limitados y el costo de distribución, promoción y comercialización es demasiado alto. En Ecuador, la mayoría de los distribuidores de películas del *mainstream* son además exhibidores y dueños de los complejos de cine existentes en el país³, por lo que destinan mayores recursos a la promoción de las películas que ellos importan, mayor visibilidad a sus promocionales, mejores salas, mejores horarios y más tiempo en la cartelera, generando ventajas competitivas de las que no gozan las producciones nacionales.

Un ejemplo de ello es la empresa Consorcio Fílmico, dueña de *Supercines*, la cadena de cines más grande a nivel nacional, con 22 complejos distribuidos en la costa y sierra del país. Dicha empresa está relacionada con el grupo económico Corporación El Rosado, que tiene tiendas de ropa, juguetes, comida, materiales de construcción y decoración, entre otras empresas que forman parte de esta red. Siendo así, resulta más rentable promocionar, difundir y exhibir las películas que generan venta de juguetes, ropa o artículos con la imagen de los personajes del momento, impuestos desde la cinematografía *hollywoodense*. Este modelo de negocios se extiende a otros países de la región, como Colombia y Perú. Sin embargo, pese al dominio *hollywoodense* en sus pantallas, en estos países también, se han dado estrenos nacionales taquilleros, como en el caso de la película *Asu Mare 2*, que se ubicó como la película peruana más taquillera de todos los tiempos con más de tres millones ochenta mil espectadores, 10 semanas en cartelera y presencia en 384 pantallas. A diferencia de Ecuador, el cine peruano logró en el 2016 el 7,7% del total de la taquilla. (Castro, 2015).

Pero, a más de lo dicho, es innegable que un factor determinante en el desarrollo de las industrias culturales son las políticas públicas que se han adoptado para ello, sean estas explícitas o implícitas. Como dice Bustamante:

Es importante aclarar que las políticas públicas culturales y de comunicación son tanto las acciones como las omisiones de las instancias estatales de todo tipo, dado que en ambos casos determinan y orientan los destinos de la creación, de la producción, difusión y consumo de los productos culturales y comunicativos. (Bustamante en Fuertes y Mastrini, 2014, p. 38).

³ De acuerdo con el Consejo Nacional de Cinematografía de Ecuador, hoy Instituto Nacional de Cine, las principales cadenas de exhibición cuentan con: Multicines 45 salas; Cinemark 44 salas; Supercines 175 salas; y Mis Cines 8 salas. En total, cuatro cadenas concentran 272 salas de cine, de las 302 existentes en Ecuador, en el 2015.

En el 2005, la convención de la UNESCO sobre la protección y promoción de la diversidad de expresiones culturales precisó que estas actividades, bienes y servicios son de índole tanto económico como cultural, al ser portadores de identidades, valores y significados; es por ello por lo que los mismos superan el valor comercial. (Unesco, 2005). El cine es parte del patrimonio inmaterial, pues en él se plasma valores colectivos que deben ser protegidos por el Estado. Para Getino:

A estas características de las IC (Industrias Culturales) como promotoras y reproductoras de identidades, memorias, sueños y proyectos colectivos, se agrega la que también le es propia y particular, y que está representada también por su dimensión material y tangible. Esta incluye la industrialización y la prestación de servicios de bienes culturales, la innovación tecnológica, las inversiones, el comercio, el empleo, con una participación directa, cuantificable y medible, en el PIB, la PEA, las Cuentas Nacionales y el desarrollo social y económico de cada comunidad. (Getino, 2007, pp. 21-22).

Lastimosamente las políticas públicas adoptadas en países pequeños, como Ecuador, sólo rescatan el valor simbólico y cultural del cine, pero no están formuladas para su desarrollo a nivel industrial. No se piensa, ni se trata al cine y al audiovisual como productos generadores de recursos, que aportan a la economía local, que promueven el comercio y la inversión, que generan empleo, que pagan impuestos y que tienen una capacidad enorme de incidir en el espectador.

Políticas de fomento en Ecuador: aporte al financiamiento del cine

A pesar de que la primera Ley de Cine no contempló la capacidad productiva y de generación de recursos del cine y el audiovisual, sí impulsó la dinámica de producción de cine nacional e incidió en el desarrollo del quehacer cinematográfico en los últimos años. Esta ley, incompleta pero necesaria, se consiguió tras años de lucha del sector dedicado al audiovisual, quienes desde los años 60 pelearon por la creación de estas políticas de fomento al desarrollo cinematográfico y una reforma legal que ampare a los trabajadores del sector. Gracias a una coyuntura política casual⁴, durante el último año del gobierno de Alfredo Palacio, en el 2006, el Congreso Nacional aprobó la esperada Ley de Cine. Con ello se creó el Consejo Nacional de Cine, el mismo que durante los últimos diez años influyó drásticamente en el desarrollo cinematográfico, cambiando en poco tiempo la dinámica de producción audiovisual en el país e incrementando notablemente la cantidad de estrenos nacionales. Tan solo un par de décadas atrás, la actividad cinematográfica era inviable como oficio o profesión; los cineastas del país se dedicaban principalmente a la realización de videos institucionales, cortos documentales y publicidad; y los estrenos nacionales no llegaban a ser ni siquiera uno al año.

Sin embargo, en la actualidad el cine ecuatoriano atraviesa un momento crítico. Si bien, en los últimos diez años se ha multiplicado la producción cinematográfica y audiovisual, el consumo local para el cine ecuatoriano no ha crecido en el mismo ritmo y, lo que es más grave, las políticas públicas para la protección y el desarrollo audiovisual que lograron aplicarse desde el 2007, tienen

⁴ La información detallada está expuesta en la investigación de Paola De la Vega: *Gestión cinematográfica en el Ecuador*.

desde hace dos años un panorama incierto; con ello, buena parte de la producción nacional se ha estancado.

El pasado 23 de septiembre, a través de la plataforma digital *change.org*, la Asociación de Guionistas y Directores Independientes del Ecuador publicó una carta bajo el título “El cine ecuatoriano en peligro de extinción”, donde exigen a las autoridades nacionales el cumplimiento de la Ley Orgánica de Cultura, aprobada por la Asamblea Nacional en diciembre del 2016. En esta carta se solicita de manera inmediata que: 1) se convoque por parte del Instituto de Cine y Creación Audiovisual (ICCA), al concurso de fondos para proyectos de cine y el audiovisual; 2) se convoque a un concurso público para designar al director ejecutivo del ICCA, y 3) se incluya en el directorio del ICCA a tres representantes del sector cinematográfico y audiovisual. Estos pedidos se justificaron por la desaceleración y virtual paralización de la actividad audiovisual independiente en el Ecuador.

El sector dedicado al cine y el audiovisual ha atravesado dos años difíciles desde que en el 2016 se recortó el presupuesto del entonces Consejo Nacional de Cine en un 59%. Este reajuste, provocado por las medidas económicas que tomó el ex presidente Rafael Correa ante la caída del precio del barril de petróleo y lo que él llamó la “desaceleración económica”, significó que no se cuente con los recursos necesarios para realizar la convocatoria a fondos concursables que venía haciéndose con dos entregas anuales. A finales del 2016, se logró convocar a los fondos concursables con un presupuesto mucho menor, lo que produjo que se abran menos categorías y se entreguen menos premios y de menor monto. El objetivo principal fue entregar fondos para la finalización de proyectos que ya estaban realizados y que en muchos casos ya habían sido beneficiarios en convocatorias pasadas. Así, la convocatoria de ese año se la hizo con escasos días de anticipación y con poquísima difusión, por lo que hubo pocos participantes.

El 30 de diciembre de ese mismo año, la Ley de Cine, que cumplía diez años de existencia, fue derogada y reemplazada por la Ley Orgánica de Cultura, que creó el Instituto del Cine y la Creación Audiovisual o ICCA. De esta manera, el 2017 inauguró el ICCA sin tener certeza de su destino al tratarse de un año electoral. El ambiente electoral y la campaña política dominaron el escenario público en los primeros meses del año y una vez posesionado Lenin Moreno como presidente, su trabajo en los primeros 100 días de gobierno se concentró en temas más urgentes que el arte y la cultura.

La Ley Orgánica de Cultura dejó fuera del papel algunos pendientes con el sector cinematográfico, mismos que podrían incluirse en futuros reglamentos como la representatividad del sector dentro del directorio del ICCA. Además, y pese a que en el artículo 139 de la ley se señala que se deberán otorgar fondos reembolsables y no reembolsables, ayuda o financiamiento mediante concursos públicos, luego de un año de la aprobación de la ley y a punto de finalizar el año fiscal, recién en octubre se convocó de manera formal a un concurso de fondos públicos. Tras la publicación de la carta de la Asociación de Guionistas y Directores, mediante redes sociales del ICCA y del Ministerio de Cultura, se anunció la convocatoria a fondos concursables 2017, lo que pareció ser una respuesta rápida de parte del directorio del ICCA a los guionistas y directores firmantes.

Como resultado de la débil gestión de las autoridades dedicadas a la cultura, el cine y el audiovisual, durante el 2016 y lo que va del 2017 muchos proyectos audiovisuales se han paralizado y otros corren el peligro de no llegar a ser realizados o estrenados porque no cuentan con los recursos necesarios para hacerlo, lo que deviene en el triste destino de guiones y películas inconclusas guardados en un cajón.

Para la actividad cinematográfica y audiovisual en un país como Ecuador, es fundamental que las políticas públicas amparen, protejan, promuevan, impulsen y por supuesto fomenten y financien esta actividad, de lo contrario, en efecto, el cine nacional corre peligro de extinción. Cabe señalar que la distribución de fondos no es el único eje, logro, ni competencia que tuvo el CNCine, ni lo será del ICCA. Tampoco es lo que se espera del organismo promotor y protector del cine nacional, pero si es una de las partes fundamentales para el desarrollo y la consolidación de una cinematografía nacional sea a nivel artesanal y con más razón a nivel industrial si se apunta a ello. Juan Martín Cueva, ex Director Ejecutivo del CNCine, explicó lo siguiente en una entrevista realizada por la revista digital Plan V:

Además de entregar fondos, emitimos certificados de película nacional, que permiten la exoneración de impuestos; también emitimos la acreditación de productor nacional independiente que permite a los canales de televisión proveerse de contenidos para cumplir con las cuotas que establece la Ley de Comunicación. Emitimos los certificados de coproducción, cuando hay procesos que se hacen con otros países... En 2015 apoyamos a cineastas ecuatorianos en 84 ocasiones para que participen en espacios internacionales, festivales, muestras, laboratorios, talleres. (Cueva en Plan V, 2016, p. 1)

El aporte del Consejo Nacional de Cine en sus diez años de existencia es cuantificable en la cantidad de proyectos que fueron beneficiarios de los fondos concursables. En los pasados diez años, el Consejo Nacional de Cine otorgó un total de \$8.654.238,34 a través de fondos de fomento repartidos en 387 proyectos, de los cuales algunos recibieron fondos para las distintas etapas de la realización o en distintas ediciones de festivales o muestras. 161 apoyos se destinaron a proyectos de ficción, 125 a documentales, 49 a festivales o muestras, 12 a proyectos de animación y 40 ayudas a otro tipo de proyectos entre los que se encuentran investigaciones y publicaciones; capacitaciones, talleres y laboratorios; y programas de distribución y exhibición. (Consejo Nacional de Cine, 2016). De los proyectos beneficiados el 61% fue ejecutado en la ciudad de Quito; 11% en Guayaquil; 5% en el extranjero, principalmente Estados Unidos y Argentina; 3% en Cuenca; 2% en Manta; 2% en Esmeraldas; 1% en Ambato con 5 proyectos, menos del 1% en Ibarra con 4 proyectos y el 14% restante distribuido en menor cantidad con menos de 3 proyectos en otras ciudades entre las que figuran Portoviejo, Otavalo, Santa Elena y El Matal.

El presupuesto total asignado al Consejo Nacional de Cine empezó con \$1.036.000 en el 2007 y se mantuvo relativamente igual en el 2008 con \$1.114.088, pero en 2009 tuvo un incremento del doble llegando a \$2.103.195. Sin embargo, para el siguiente año este fue reducido a \$1.494.773; este monto se mantuvo similar en los dos años posteriores con un incremento de aproximadamente \$200.000 anuales, hasta el 2013 en que el presupuesto aumentó significativamente a \$3.046.457, \$4.227.485 en 2014 y \$4.122.445 en 2015. Esto permitió que se

realicen dos entregas anuales y más proyectos sean beneficiados. Es importante aclarar que no todos esos recursos fueron destinados a fondos de fomento (Consejo Nacional de Cine, 2016).

Como se indicó anteriormente, para el 2016 el monto asignado fue de \$1.500 000; 59% menos al destinado en 2015. La convocatoria se realizó rápidamente, con pocas categorías y premios entregados. No se tienen cifras del total de proyectos beneficiados el año pasado.

Los aportes realizados desde el Consejo Nacional de Cine sin duda han permitido que se dinamice la producción cinematográfica en el país a lo largo de los 10 años de su funcionamiento. El resultado es que 34 largometrajes de cerca de 60 películas nacionales estrenadas comercialmente en Ecuador, entre el 2006 e inicios del 2016, contaron con fondos del Consejo Nacional de Cine; adicionalmente, dos películas contaron con apoyo del Ministerio de Cultura y Patrimonio. A más de esos 34 estrenos comerciales, existen muchas otras obras audiovisuales que también se han realizado en gran medida gracias a los fondos de fomento, como cortometrajes, producciones comunitarias y otros filmes que han tenido su recorrido en festivales y espacios de difusión alternativa. Por lo tanto, se podría decir que la cobertura del apoyo estatal fue mayor al 50% de la producción de cine nacional que ha llegado a la pantalla grande en estos años y mucho más con respecto a obras audiovisuales que han usado otras plataformas de exhibición, sin tomar en cuenta que además de las obras ya finalizadas, muchas otras se encuentran en desarrollo.

Según datos del CNCine el estreno de largometrajes nacionales pasó de 8 en 2007 a 22 en el 2015, teniendo un pico de 34 obras en el 2013. (Consejo Nacional de Cine, 2016). Para el 2016 se estrenaron una decena de películas y en el 2017 se prevé una decena más, lo que expresa un evidente declive de producciones estrenadas.

Sin embargo, pese al incremento en la producción, la demanda de contenido nacional no creció al mismo ritmo. En 2008, con 4 largometrajes ecuatorianos se obtuvo una taquilla de 85 mil espectadores; esta cifra disminuyó considerablemente en 2009 con tan sólo 20 mil espectadores repartidos en 14 largometrajes; para el 2011 existió un notable incremento con cerca de 336 mil espectadores repartidos también en 14 estrenos. En aquel año, el estreno de *Con mi corazón en Yambo* logró una taquilla de 150 mil espectadores, posicionándose como una de las películas nacionales más taquilleras. Para el 2012, 2013, 2014 y 2015 el número de espectadores fue bajando paulatinamente hasta llegar a 68 mil espectadores en el 2015, teniendo 8 producciones más que en 2011.

En el 2016 el panorama no fue mejor. *Sin muertos no hay carnaval*, del cineasta Sebastián Cordero (*Ratas, ratones y rateros; Crónicas; Rabia; Pescador* y *Europa Report*) y el productor Arturo Yépez (*Que tan lejos; Prometeo Deportado; Sin otoño sin primavera; Pescador*); la obra tampoco logró la taquilla esperada pese a ser los cineastas que posiblemente tienen mayor trayectoria y reconocimiento en el Ecuador (Yépez, 2016).

Es interesante analizar la estructura de financiamiento de películas de alto, medio y bajo presupuesto en Ecuador.

En el caso de *Sin muertos...* esta película contó con un presupuesto total de \$2.380.000, lo que la convierte en la película más cara en la historia del cine nacional, superada únicamente por *Crónicas*, también de Cordero, pero con un financiamiento mayoritariamente mexicano. *Sin muertos...* se distribuyó con 42 copias y alcanzó menos de 25 mil espectadores, más que otras películas ecuatorianas estrenadas ese mismo año, pero sin llegar a la media de la taquilla del cine nacional, ubicada alrededor de los 50 mil espectadores, ni a las expectativas de ambos cineastas, quienes esperaban una cantidad superior (Yépez, 2016). Esta producción contó con financiamiento mixto, es decir que tuvo apoyo tanto de la empresa privada como del sector público. También contó con aportes de México, a través de la productora Berta Navarro, con aproximadamente el 30% de participación y de Alemania con el 10% de participación. La estrategia de financiamiento llevó a los productores a asociarse con el grupo empresarial Corporación El Rosado, a través de Entretenimiento Pacífico, con algunos años de experiencia en el mercado, encargada de la distribución de *majors* como Disney; y de la cadena Supercines. Esta asociación significó delegar la distribución del filme a Entretenimiento Pacífico y recibir un aporte de aproximadamente el 20% del presupuesto total a manera de inversión, es decir con un porcentaje de ganancias sobre las utilidades del filme (Yépez, 2016). Esta particularidad convierte a *Sin muertos...* en uno de los pocos casos en que una gran empresa establecida en el mercado distribuye un filme nacional; pese a ello y a la fama y reconocido talento de su director, tampoco logró resultados favorables en la taquilla ni presentó una promoción diferente a la que realizan empíricamente los distribuidores no profesionales o inexpertos.

Otras empresas del sector privado que se vincularon en la producción de esta película fueron Gütig con un aporte del 10%, GamaTV también con el 10% y Automotores y Anexos con una participación menor del 1%. Yépez comenta que fue muy difícil levantar auspicios pese a la reconocida trayectoria de Cordero y que para la consecución de recursos se tocaron las puertas de unos 200 empresarios. Por ello, el productor considera que las políticas públicas de fomento deberían considerar beneficios tributarios para motivar al sector privado en la inversión de proyectos audiovisuales y culturales (Yépez, 2016). En cuanto a la participación del sector público, el Municipio de Guayaquil realizó un aporte de \$150.000 dólares y el Consejo Nacional de Cine otorgó un apoyo de \$130.000 dólares, obtenidos en la categoría de Producción y Posproducción mediante concurso. Adicionalmente a ello, Ibermedia participó con \$100.000 dólares, los mismos que son asignados parcialmente como créditos reembolsables y cuentan como recursos públicos binacionales dado el acuerdo del programa; en este caso los fondos correspondieron en un 70% a Ecuador y en un 30% a México, según datos proporcionados por Yépez (2016). Según estas cifras, la participación de apoyos estatales ecuatorianos es de aproximadamente el 11% correspondientes a un aporte del CNCINE de un poco más del 5%; y un aporte del Municipio de Guayaquil del 6%. El resto de los recursos provinieron del sector empresarial que aportó con un 41%. En coproducciones se consiguió el 40% de recursos y lo restante corresponde a la inversión del productor y director (Yépez, 2016).

En esta apreciación no se han considerado como apoyos estatales a los otorgados por los países de los coproductores, correspondientes a créditos parcialmente reembolsables de organismos nacionales o regionales. Si bien la ayuda de los fondos públicos nacionales permitió financiar parcialmente la obra y poder estrenar en 2016, el monto alcanzado no significa un gran apoyo,

aunque si valioso. Posiblemente, sin esos recursos la película hubiera demorado mucho más en completar su financiamiento, hubiera quedado expuesta a una deuda mayor o aplazado su estreno, como sucedió con otras películas en este mismo año.

Producciones de mediano presupuesto, como la película comunitaria, estrenada en el 2012, *Santa Elena en Bus* de los cineastas Gabriel Páez e Isabel Rodas también contaron con apoyo financiero estatal. El monto total del financiamiento público se aproxima a \$82.000 dólares, cifra que tampoco alcanza a cubrir el 30% del costo total de dicho filme, valorado en \$250.00 dólares. De este monto, \$32.000 dólares fueron obtenidos mediante concurso público a través de los fondos de fomento en dos convocatorias en las categorías de Producción (\$20.000) y Postproducción (\$12.000). Adicionalmente la cinta contó con \$50.000 dólares de apoyo de la Prefectura de Santa Elena; más de \$70.000 dólares provinieron de la empresa privada y el monto restante se completó con canjes, recursos propios y preventas de la película (García Velásquez, M.E, 2015). Por lo tanto, apenas el 8,8% de financiamiento de este filme corresponde a fondos otorgados por el CNCine, que sumado al aporte de la prefectura hace un porcentaje del 28,8% como financiamiento público. El 71,2% restante de recursos provienen de inversión privada. Vale anotar que los aportes de los gobiernos seccionales no obedecen a ninguna norma o regulación, sino que se gestionan bajo la idea de promoción de la imagen e identidad de la ciudad o provincia a través del filme. La película, que fue estrenada únicamente en Quito, Guayaquil, Cuenca y Santa Elena, logró recaudar \$30.000 dólares: \$15.000 a través de la venta al canal Ecuador TV, \$5.000 a través de la venta de derechos para el canal digital CNT Play, y lo demás a través de la venta de más de 8.000 copias en DVD y la recuperación en las salas de cine donde obtuvieron apenas 1.500 espectadores (García Velásquez, M.E, 2015).

Paúl Vanegas, productor de la película *La Llamada* de Anahí Honeisen y David Nieto, también estrenada en el 2012, afirma en una entrevista realizada para la Revista Foto Cinema, que el 70% del financiamiento provino de recursos estatales y el 30% de la empresa privada y recursos personales. Este es uno de los pocos casos en que el financiamiento proviene mayoritariamente de fondos públicos. (García Velásquez, M.E, 2015) Esta cinta tuvo un presupuesto de \$480.000 dólares y obtuvo una recaudación de \$57.000 dólares: \$37.000 en 4 semanas en salas de cine con 25.000 espectadores; \$10.000 en los derechos vendidos a la empresa Xpressmax para la reproducción de copias en DVD; y \$10.000 en venta de derechos para la televisión (García Velásquez, M.E, 2015).

En el caso de *Distante Cercanía* del cineasta Alex Schlenker, su modelo de financiamiento buscó una estrategia colaborativa con el fin de mantener un bajo presupuesto. El equipo era pagado en un 60% en efectivo y en un 40% con acciones sobre el filme. En este esquema, todos los jefes departamentales eran remunerados con un bono adicional por sus responsabilidades extras y todos los demás colaboradores ganaban exactamente lo mismo. El director del film no recibió un salario en ninguna de las etapas de la realización de *Distante...*, por lo que este monto no está considerado en el presupuesto. Schlenker y los productores Gonzalo Estupiñán y Juan Carlos Camacho, consideran que el presupuesto aproximado de esta producción fue de \$140.000 dólares (Schlenker, 2016). El apoyo estatal para esta película fue cercano al 50%; el monto de \$60.000 otorgado mediante los fondos de fomento del CNCINE en las siguientes categorías: Escritura de

guion con \$10.000 dólares, Producción con \$30.000, y Posproducción y Finalización con \$20.000. Adicionalmente, el Municipio de Quito en el 2012 creó un fondo para películas que sean filmadas en la ciudad y destaquen su paisaje; mediante este fondo la película obtuvo \$20.000 (Schlenker, 2016). Otros apoyos se otorgaron por parte de empresas privadas medianas. La empresa Outcine, formada por Camilo Luzuriaga, se involucró como coproductora aportando los equipos para la filmación. Con menor participación auspició la empresa Noperti y otras donaciones de familiares y amigos, en las que se destaca la participación del colorista Cristóbal Infante que cobró una mínima cantidad por su trabajo. Adicionalmente se logró una preventa por \$5.000 dólares al canal de televisión Teleamazonas; todo lo demás corresponde a la inversión de los productores y directores (Schlenker, 2016). La película, estrenada en el 2013, tuvo una difusión limitada; principalmente se exhibió en Quito y, con menos funciones, en Guayaquil y Cuenca. Se pasó en pocas salas, en las que logró mantenerse por 6 semanas. En ese tiempo alcanzó una taquilla de cerca de 14 mil espectadores; mediante otros mecanismos de exhibición como los programas estatales de cine sobre ruedas y territorios de cine, ha logrado ser vista por unos 15.000 espectadores más a lo largo de estos años.

Existen películas con presupuestos más pequeños que también han recibido fondos del CNCINE y otras instituciones estatales, pero que no han encontrado en las salas de cine comercial la ventana de exhibición apropiada para sus propuestas. En este tipo de producciones se destaca *Un Secreto en la caja* del director Javier Izquierdo, producido por Isabella Parra y distribuido por Tomás Astudillo de la empresa distribuidora Vaivem. El modelo de exhibición de esta película fue tan particular como su propia trama. A principios del 2016 el falso documental fue estrenado en línea, posteriormente tuvo su estreno en *La Casa Cine Fest*, donde ganó el premio a Mejor Película, después se exhibió únicamente en la sala de cine alternativo Ocho y Medio y meses más tarde a través de la venta de DVD (Izquierdo, 2017). Con un presupuesto total de \$75 mil, la película se financió casi en su totalidad a través de fondos públicos: \$20 mil se obtuvieron en la categoría de Posproducción en los fondos de fomento del CNCine y \$16 mil en la categoría de Promoción y Estreno. A través de Ibermedia se consiguieron \$36 mil y el monto restante fue una inversión del director. En su corto paso por la cartelera del Ocho y Medio la película tuvo menos de 500 espectadores, pero logró más de 8000 visitas en los primeros días de su estreno en la web. Se sacaron a la venta mil copias en DVD y se logró una venta a Teleamazonas por \$5 mil (Izquierdo, 2017). Cabe indicar que esta película no tuvo una promoción masiva ni convencional, evitó prensa y cuidó el “boca a boca” para administrar la sorpresa al tratarse de un falso documental sobre el “famoso” escritor ecuatoriano Marcelo Chiriboga. A más de ello, el recorrido por festivales se realizó después del estreno, contrario al esquema tradicional y hasta ahora sigue siendo premiada y reconocida internacionalmente. Pero un factor que incidió mucho más en la cantidad de espectadores que generó la película fue el hecho de que su estreno en salas coincidió con el terremoto que sucedió en la costa ecuatoriana el 16 de abril de aquel año, disminuyendo considerablemente la cantidad de público en la sala a partir de entonces.

Otras producciones que han contado con apoyo estatal a lo largo de estos diez años son *Prometeo Deportado*, *A tus espaldas*, *En el nombre de la hija*, *Pescador*, *Sin otoño sin primavera*, *Mejor no hablar de ciertas cosas*, *No robarás*, *La muerte de Jaime Roldós*, *Mono con Gallinas*, *Ruta de la Luna*, *El Facilitador*, *Tinta Sangre*, *Saudade*, *Spencer*, *Feriado*, *A estas alturas de la vida*,

Ochenta y siete, *La Tola Box*, *Silencio en la tierra de los sueños*, *Carlitos*, *El grill de César*, entre otras. La producción con apoyo estatal permitió que estas películas se realicen posiblemente en menos tiempo o que se estrenen antes de lo que hubiera pasado sin apoyo estatal; posiblemente también pudieron hacerse con presupuestos más generosos.

Sin embargo, producir una película mayoritariamente con fondos públicos es sumamente complicado y significa también aplazar los tiempos de producción. En el esquema vigente hasta el 2016, el CNCine realizaba una y dos convocatorias al año. Si en una primera participación una película optaba por el fondo para Escritura de Guion, tendría que esperar al menos seis meses para participar en la categoría de Desarrollo de Proyectos y otros seis para hacerlo en la de Producción. De tal manera que, si se espera producir una película, con recursos provenientes mayoritariamente de los fondos concursables estatales, tomaría al menos 5 años lograrlo. Este es el caso de la mayoría de las películas que cuentan con 2 o 3 premios del CNC. Apoyarse en fondos públicos significó alargar el tiempo de producción y obtener estos fondos no garantizó un estreno inmediato de las películas, como el caso de *Alba*, o que aún no llegan a ser distribuidas ni estrenadas, como el caso de *Uio: sácame a pasear* o *Flores Negras*, que han tenido largos períodos de finalización.

Es por ello por lo que se requiere una modificación en la Ley para integrar otros mecanismos de apoyo y fomento, otro tipo de concursos públicos, lograr mayor cobertura en la entrega de esos fondos públicos, más beneficiarios al año e incentivos fiscales para que el sector privado aporte recursos a la producción cinematográfica nacional y participe activamente en el desarrollo de una industria audiovisual, ya que hacerlo únicamente desde el Estado es imposible.

El cine ecuatoriano de cara al público

En lo que va del año la asistencia del público a las salas para películas nacionales sigue en descenso. *Chuquiragua* de Mateo Herrera, en cartelera al cierre de esta investigación, finalizará su etapa en cines con sólo 3 semanas en cartelera y menos de 10 mil espectadores. Para *Alba*, ópera prima de Ana Cristina Barragán, que se realizó con \$490 mil, el resultado en salas tampoco fue el esperado, alcanzando tan solo 15 mil espectadores, pese a que tuvo y mantiene un importante recorrido en festivales internacionales siendo galardonada y elogiada por su impecable imagen, actuación y dirección (Parra, 2017).

El cineasta Alex Schlenker argumenta que esta disminución en la taquilla tiene una razón más allá de la problemática del cine nacional. Sostiene que se trata de un cambio cultural donde el público ha optado por nuevos mecanismos de consumo audiovisual:

Ese modelo (industrial) en donde se pone plata para un proyecto y luego se intenta recuperar por taquilla es completamente caduco. Caduco porque la gente no va a salas de cine por equis razones: por el gusto y la afinidad con las películas, pero más por el concepto horario, para ir al cine tengo que llegar 8 y 20, *Netflix* lo abro a cualquier hora. Si en *Netflix* no me enganchó la película, la apago y veo otra, en el cine me tengo que aguantar después de haber pagado \$8. La membresía mensual de *Netflix* cuesta lo que cuesta una entrada al cine. Los grandes

guionistas se han ido a series para plataformas digitales. Todo lo que ha pasado en los últimos cinco años en el mundo cinematográfico no está sucediendo en pantalla grande: *Games of Thrones*, *Walking Dead*, *Breaking Bad*, etc., todas esas gigantescas y exitosísimas producciones. (Schlenker, comunicación personal, 13 de septiembre, 2016)

Pese a que en efecto el consumo audiovisual ha cambiado, los datos sobre taquilla nacional evidencian que el aporte del CNCine y los fondos de fomento permitieron que exista una producción constante y en permanente crecimiento mientras la asignación presupuestaria permitía cubrir los costos de las convocatorias anuales. Pero también se evidencia que se han descuidado aspectos fundamentales dentro de la cadena de producción como lo es la promoción, difusión, distribución y exhibición. Para la investigadora Paola De la Vega: “El Fondo se habría concentrado exclusivamente en la producción, descuidando otros elementos de la cadena de la industria cinematográfica, (...) descuidando el fortalecimiento de los circuitos de exhibición” (De la Vega, 2016, p. 177).

Los hábitos de consumo de cine y audiovisual han cambiado radicalmente en los últimos años. Así como el VHS cerró los cines independientes de los 80's y 90's; el contenido en internet y la proliferación de la venta de DVDs piratas a bajo costo, destronaron a las cadenas de alquiler de video en casa y perjudicaron también el consumo de cine en salas; aunque no se generó el mismo impacto, puesto que la experiencia espectacular que supone la pantalla grande, la oscuridad, y el sonido *surround*, pueden provocar que la asistencia a salas disminuya, pero no que deje de existir. Sin embargo, inevitablemente son las películas de efectos espectaculares y celebridades las que convocan más al público a las salas de cine. Cueva señala que:

Los hábitos de consumo de los contenidos audiovisuales han cambiado muchísimo en los últimos años. El circuito de salas comerciales de exhibición garantiza el mercado de la gran producción hollywoodense, sin cuestionar la calidad o contenido. El espectador de esas salas pide espectáculo y entretenimiento y eso, hasta ahora, nadie se lo puede brindar mejor que Hollywood. (Cueva en Zamudio, 2016, p. 1)

Si bien es cierto que el cine ecuatoriano no debe ni quiere competir con las producciones del *mainstream*, y que convoca igual o más público que otros *filmes* independientes internacionales, el problema radica en que estas cifras de la taquilla, que ya eran bajas antes, año tras año son inferiores. Jorge Luis Serrano señala que:

Durante el período 2008-2013, el cine ecuatoriano llegó a disputar sobre el 3% del *market share* de un mercado de doce millones de entradas vendidas en promedio, lo cual es poco. Pero hacia finales de 2015, ha perdido casi un 2,5% del pedazo y ni siquiera disputa el 1% de un mercado local abrumadoramente colonizado por las *majors* —los más poderosos estudios cinematográficos—. Es decir, casi nada. (Serrano, 2016, p. 1)

En lo que va del año 2017 las películas más taquilleras en el Ecuador han sido las pertenecientes a franquicias consolidadas norteamericanas; el público muestra un marcado interés por la animación infantil y la acción. Así *Piratas del Caribe*, *La Venganza de Salazar* con la quinta entrega de la saga, convocó en el país a más de un millón de espectadores (1'026.061), dejando una cifra recaudada cercana a los 6 millones de dólares, correspondientes a 0,6% de lo que la cinta logró a nivel global, superando los \$754 millones. A esta le sigue *Rápidos y Furiosos*, que también es la segunda en el ranking mundial. En el Ecuador esta cinta convocó a 1'022.581 espectadores, lo

significó \$5'040.419 millones en la taquilla local, según la información provista por la distribuidora del filme.

A estas películas le siguen en el ranking nacional *La Bella y la Bestia*, *Moana*, *Logan*, *Mi villano favorito 3*, *Guardianes de la galaxia*, *Un jefe en pañales* y *La mujer maravilla*. Todas son producciones norteamericanas y cada una supera el millón y medio dólares en taquilla. De las películas mencionadas, la que menos espectadores tuvo, *La mujer maravilla*, sobrepasó los trescientos mil espectadores; es decir, logró más audiencia que las películas ecuatorianas más taquilleras de todos los tiempos. Ninguna de las producciones nacionales estrenadas en el año se acerca siquiera a esta cifra, estando muy por debajo de las películas más vistas.

Esto revela un marcado interés de la audiencia por el consumo audiovisual de entretenimiento: efectos especiales, decorados llamativos, tramas sencillas, personajes arquetípicos, narrativas clásicas, actores famosos, películas que se pueden ver en familia. Las películas independientes, autorales, con tramas complejas, con narrativas experimentales, con calificación para adultos en la gran mayoría de casos, nacionales o de otras latitudes del mundo -fuera de Hollywood-, casi no encuentran un espacio en cartelera. Tan es así que sólo las salas pequeñas de cine independiente incluyen en su programación cine latinoamericano o europeo, un cine que prácticamente no llega a los grandes complejos de cine y que de llegar no alcanza ni el 0,01% de la taquilla total.

Paralelamente los grandes complejos como Supercines, Multicines y Cinemark han optado por una excesiva apertura al cine nacional, pese a dar horarios complicados y poco tiempo en cartelera y a no tener casi nada o nada de programación latinoamericana. La democratización de estos espacios, que bien podría haber sido impuesta desde una ley que incluya la cuota de pantalla, se dio como un acuerdo entre las salas, posiblemente para evitar la obligatoriedad con mejores condiciones de las que existen actualmente. Esto ha devenido en un arma de doble filo ya que tener a cualquier producción nacional en cartelera sólo por ser nacional no garantiza su calidad ni su capacidad de sintonizar con el público; cualquier producción nacional tiene abierto un espacio en el que no se evalúan estándares de calidad técnica ni artística; los programadores de salas muchas veces las aceptan sin ni siquiera haberlas visto antes.

En efecto, bajo el impreciso membrete de 'cine ecuatoriano', ha llegado a salas una serie de producciones subestándar, lo cual quiere decir películas que incumplen con requisitos básicos para ser consideradas verdaderamente profesionales, con fallos evidentes (o estridentes) de guion, propuestas estéticas inexistentes, dramaturgia y personajes fallidos, sin control técnico alguno en materia de audio y diseño sonoro, pero que han logrado un espacio en salas gracias a la aceptación provocada por otras obras que sí atravesaron procesos de selección rigurosos para garantizar una mínima calidad al público. Ese prestigio ha sido destruido por un producto de mala calidad. (Serrano, 2016, p. 11)

Así, estas películas "sub-estándar" llegan a las salas de los complejos de cine y el público que las ve muchas veces sale tan desencantado que jura no volver a ver una película hecha en Ecuador. Tras este desencanto de lo nacional provocado por la excesiva apertura de las salas, otras películas nacionales que si son rigurosamente realizadas pasan por las salas sin tener ningún éxito. Está sucediendo que, algunas películas ecuatorianas, complejas, hermosas, completas, que

en los festivales internacionales obtienen importantes reconocimientos y que son elogiadas por la crítica, llegan a las salas y nadie las ve.

Al parecer, lo que sucede es que estos complejos no son el espacio adecuado para estas películas. El público que los visita va en busca de entretenimiento y cuando se encuentra con películas cuestionadoras, reflexivas, contemplativas, sin efectos especiales ni superestrellas, siente como una especie de traición; como si en un Mac Donalds le sirvieran un plato gourmet, vegetariano, realizado con productos orgánicos, creación de un chef ecuatoriano. ¿No sería lo mismo? El comprador que iba por una hamburguesa con tocino se sentiría defraudado y generaría un rechazo por todos los chefs ecuatorianos, todos los productos orgánicos y todas las opciones vegetarianas, por más que dentro de ese abanico de posibilidades podría encontrar algo que sí le guste.

Este fenómeno colonizador en los espectadores se extiende a otras expresiones artísticas como la música. La elección del consumidor muchas veces no está determinada por la calidad del producto ofrecido, sino por lo que culturalmente aprendió a elegir, o por lo que socialmente se promueve como aceptado, por lo que se ve o suena o sabe “mejor”, lo que está de moda, de lo que todos hablan, etc. Con ello el sentido de pertenencia se convierte también en una parte fundamental del espectador al momento de elegir lo que va a ver en la pantalla grande, dando prioridad a lo que se ha convertido en un producto masivo, sumándose a la masa. Las películas que salen de este molde no son una opción para la mayoría de los espectadores. ¿Tendrían entonces las salas la obligación de programar películas que no generan rentabilidad? ¿No termina siendo un mal negocio para los exhibidores –en lo inmediato- y para los productores –a largo plazo-?

Pese a todo esto, la percepción sobre el cine nacional no es del todo negativa. En un estudio realizado en el 2015 con el apoyo del Consejo Nacional de Cine de parte de la empresa Marketing Consulting, se estableció que el 64% de los encuestados ha visto una película nacional y el 51% de los encuestados respondió que se sentía orgulloso del momento que atraviesa el cine nacional. Si bien el mismo estudio evidencia una amplia preferencia por el contenido estadounidense, el 47% del universo muestral se siente identificado con el cine ecuatoriano y el 24% había visto una película nacional, aunque no necesariamente en salas de cine (Marketing Consulting, 2015).

Otro estudio elaborado por el Centro de Investigaciones y Estudios Especializados, CIEES, concluyó que la percepción del público sobre el cine nacional es positiva en un 53%. Un 43% del universo muestral la considera buena y el 10% muy buena; frente al 15% y 3% que la considera mala y muy mala; la cantidad restante no sabe o no contesta (CIEES, S.F.).

Schlenker comenta que, en un grupo focal realizado por Santiago Estrella, ex alumno de la Universidad Andina Simón Bolívar, los invitados afirmaban que lo que no les gusta del cine nacional es la mirada negativa que presentan sobre los ecuatorianos; cuenta que, de manera reiterada, afirmaban que en el cine nacional se muestra un país feo (Schlenker, 2016). Él considera que, si hay un sector de la sociedad que puede estar rechazando una visión avergonzada de la realidad nacional retratada en el cine, pero sobre todo cree que existe un rechazo hacia un cine de autor intimista y una tendencia que prefiere el cine comercial.

Estamos contando historias que en primera línea nos interesan a nosotros, los realizadores. No estamos trabajando con las grandes figuras, no trabajamos con arquetipos, no trabajamos con relatos amplios, trabajamos con figuras contradictorias. No le damos al espectador un personaje estereotipo. Al hacer eso, el cine de autor excluye espectadores y genera rechazo. (Schlenker, comunicación personal, 13 de septiembre, 2016)

A más de la enorme dificultad que significa el estreno en salas, en la que los productores se enfrentan al altísimo costo de la promoción y distribución, a asignación de salas pequeñas y malos horarios, poco tiempo en cartelera y un mercado acaparado por películas del *mainstream*; la mayoría de las películas nacionales no logran desarrollar mecanismos efectivos para atraer al público a las salas porque no logran una promoción efectiva. Pero aparentemente, esta poca demanda se extiende a otras plataformas de exhibición, más allá del cine.

Fuera de las salas, la venta de DVD ya no es una opción en la mayoría de los casos. Hasta hace poco, mediante la empresa Xpressmax se logró distribuir cine nacional a bajo costo en DVD. La empresa pagaba a cada director una razón de \$1 por copia vendida y el precio de venta al público variaba entre \$3 y \$6, dependiendo del director y del tiempo de estreno. Esto significó un ingreso pequeño pero importante para varios cineastas, que en ciertos casos incluso lograron acuerdos de preventa que permitieron financiar parcialmente los costos de producción de sus películas. En algunos casos, como la película *A tus espaldas*, se hicieron más de 10 mil copias. Pero ahora este mercado también se ha visto reducido; la empresa ya no compra los derechos de reproducción porque argumenta que no vende el stock. Es decir, tampoco se ha logrado dinamizar la compra de DVD.

Con respecto a las ventas a canales de televisión cabe decir que, si bien la Ley de Comunicación contempla una cuota de pantalla para el cine nacional en los canales nacionales, las compras buenas se las llevan los directores con mayor trayectoria, dejando a las nuevas generaciones de cineastas fuera del circuito o con valores de compra inferiores a los cinco mil dólares. Por su parte, los canales de televisión argumentan su derecho a elegir su programación, sin dejar de cumplir la ley y se sabe que algunas negociaciones se cierran tomando en cuenta la amistad y el compadrazgo antes que la calidad del *filme*.

Esto se extiende a otros espacios de comercialización de películas, tanto públicos como privados. Al no existir un reglamento que regule la compra de producción nacional, se deja a voluntad del programador el contenido de la compra. Igual sucede con otras instituciones, canales digitales y otras plataformas de exhibición, donde no están regulados los términos ni condiciones en los que se realizan estos contratos. Así, algunos cineastas no han podido acceder a estas ventas o las han conseguido con una retribución pequeña, no sin antes pasar por largos procesos burocráticos y una larga espera para concretar su venta, con la incertidumbre de que en cualquier momento se cae la negociación.

¿Riesgo de extinción?

¿El cine ecuatoriano corre peligro de extinción? Imposible. Mientras exista una mente creadora existirá el arte en sus diferentes expresiones. El asunto es que para los cineastas el quehacer cinematográfico no se acaba con una película imaginada o escrita en un guion, sino con una película hecha y lo que es aún más complejo, con una película estrenada.

Para ello es indispensable que las políticas públicas se re direccionen y fijen su interés no sólo en el fortalecimiento de la producción filmica sino además en la comercialización y exhibición de la misma, proporcionando un proteccionismo estatal a la exhibición nacional a través de medidas como la reglamentación de las cuotas de pantalla ya existentes, incentivos fiscales a los exhibidores, impuestos preferenciales, exoneración de impuestos en la exhibición y exportación de películas, capacitación y fomento en promoción y difusión, fortalecimiento y, en algunos casos, subvención para las redes de distribución y exhibición alternativa.

Por supuesto que se debe consolidar el aporte a la producción, sin duda, se deben convocar a fondos concursables este y todos los años. Es urgente que el fondo se nutra de recursos mixtos (públicos y privados) y de los recursos que la propia actividad audiovisual genera, como, por ejemplo, destinar un porcentaje de la taquilla total al ICCA u otros mecanismos que han sido aplicados por las Instituciones promotoras y protectoras de las cinematografías locales en otros países latinoamericanos. Pero es importantísimo comprender que la cadena no termina con una película hecha, por lo que es vital no solo pensar en cómo producir cine nacional sino también pensar en cómo lograr que este sea consumido.

¿Son los nuevos hábitos de consumo los que no permiten que mejore la taquilla? ¿Es la poca o mala distribución y promoción? ¿Son las desfavorables condiciones de la exhibición en las cadenas comerciales y la hegemonía hollywoodense? ¿Es un rechazo y desvalorización generalizada hacia lo nacional? ¿Es la colonización de nuestra cultura audiovisual? ¿Es que las películas que se hacen todavía no cuentan con una calidad técnica aceptable? ¿Es que las historias que contamos no nos interesan, o peor aún, nos aburren o avergüenzan? ¿Es que películas anteriores espantaron al público? ¿Es que estamos haciendo películas para los festivales y no para el espectador?

Sea cual sea la respuesta, el Estado debe tener parte activa en la atención a estas situaciones, mediante políticas públicas eficaces. Se deben fortalecer mecanismos de distribución alternativa, medidas de protección frente a los monopolios de la exhibición, crear programas de formación de público y capacitación permanente a los cineastas; elaborar programas que permitan desarrollar mejor los proyectos en marcha, contar con asesoría externa, con laboratorios de guion, con formación en planes de negocios, análisis de mercado, mercadeo y ventas. Solo así se podrá crear una verdadera industria cinematográfica que después pueda dar sola sus siguientes pasos.

Ahora, el cine nacional requiere protección y fomento estatal y que sean repensadas (y aplicadas) las políticas públicas que existen en la actualidad. Desarrollar una industria cinematográfica

nacional requiere proponer alternativas e impulsar al cine más allá de considerarlo un bien simbólico y cultural, y valorarlo también por el impacto que puede tener en la economía nacional.

El panorama se muestra adverso para el cine ecuatoriano. Hacer cine es una tarea compleja, hacerlo en un país sin recursos aún más. Hacerlo en un país sin recursos, pequeño y colonizado, requiere de un compromiso mayor de parte de todo el sector audiovisual para lograr consolidar los aciertos logrados y luchar por todo lo que falta por hacer.

Obras citadas

Bustamante, E. (2003). *Las industrias culturales, entre dos siglos*. Barcelona: Gedisa. Citado en: Fuertes, M. y Mastrini, G. (2014). *Industria cinematográfica latinoamericana: políticas públicas y su impacto en el mercado digital*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

CIEES, Centro de investigaciones y estudios especializados. (S. F.). *Estado del cine ecuatoriano: una mirada desde el consumo*. Quito: CIEES.

Consejo Nacional de Cinematografía del Ecuador. (2016). Disponible en: <http://www.cncine.gob.ec/homecncine.php?c=43>

Cordero, S. citado en De la Vega, P. (2016). *Gestión cinematográfica en Ecuador: 1977-2006. Procesos, prácticas y rupturas*. Quito: Consejo Nacional de Cine y Gescultura.

Cueva, J. (2016b). *Juan Martín Cueva: "El rol del Estado no es regular contenidos"*. Quito: Plan V. Disponible en: <http://www.planv.com.ec/culturas/cine/juan-martin-cueva-el-rol-del-estado-no-regular-contenidos>. Recuperado el: 09 de mayo, 2016.

Cueva, J. en Zamudio, F. (2015). *Cine ecuatoriano desde el lente de la política pública*. Quito: El Apuntador No. 58. Disponible en: <http://www.elapuntador.net/revista/el-apuntador-nro-58/ciney teatro/entrevista-a-juan-martin-cueva/>

De la Vega, P. (2016). *Gestión cinematográfica en Ecuador: 1977-2006. Procesos, prácticas y rupturas*. Quito: Consejo Nacional de Cine y Gescultura.

El Comercio. (2017). *Las películas más taquilleras del primer semestre de 2017 en Ecuador*. Disponible en: <http://www.elcomercio.com/tendencias/recaudacion-peliculas-taquilla-ecuador-cine.html>

Fuertes, M. y Mastrini, G. (2014). *Industria cinematográfica latinoamericana: políticas públicas y su impacto en el mercado digital*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

García Velásquez, M.E. (2015). *Estudio del comportamiento del mercado cinematográfico ecuatoriano en el año 2012 y de la injerencia de los planes de negocios para la generación de ganancias*. Guayaquil: Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

Getino, O. (2007). *Cine Iberoamericano: los desafíos del nuevo siglo*. Buenos Aires: Ediciones CICCUS.

Marketing Consulting. (2015). *Estudio de audiencias de cine en Ecuador*. Quito: Consejo Nacional de Cine. Disponible en: <http://www.cncine.gob.ec/cncine.php?c=1616>

Montalvo, M. (2014). *Propuesta técnica para el diseño de la metodología y propuesta de mecanismos económicos y legales para la operación de un sistema de distribución de cine nacional en el Ecuador*. Quito: Consejo Nacional de Cine del Ecuador.

Serrano, J. L. (2016a). *¿Quién le pone el cascabel al gato? El cine ecuatoriano acentúa su declive por segundo año consecutivo*. *Cartón de Piedra*. Quito: Diario El Telégrafo. Disponible en: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/carton-piedra/34/quien-le-pone-el-cascabel-al-gato-el-cine-ecuadoriano-acentua-su-declive-por-segundo-ano-consecutivo>

Serrano, J. L. (2016b). *Memoria de una primavera audiovisual*. *Cartón de Piedra*. Quito: Diario El Telégrafo. Disponible en: <http://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/carton-piedra/34/memoria-de-una-primavera-audiovisual>

Unesco. (2005). *Convención sobre la protección y promoción de la diversidad de expresiones culturales*.

París: Unesco. Citado en: Fuertes, M. y Mastrini, G. (2014). *Industria cinematográfica latinoamericana: políticas públicas y su impacto en el mercado digital*. Buenos Aires: La Crujía Ediciones.

Lecturas recomendadas:

Paz García, C. (2014). *El agotamiento del modelo cinematográfico análogo: Distribución y Exhibición Digital*. Guipúzcoa: ESCIVI.

Russo, E. (Comp). (2008) *Hacer Cine: Producción Audiovisual en América Latina*. Buenos Aires: Paidós.

Solot, S. (2011). *Mecanismos Actuales de Financiación de Contenidos Audiovisuales en Latinoamérica*. Río de Janeiro: Latin American Training Center.

El artículo hace referencia a las siguientes leyes:

Congreso Nacional del Ecuador. (2006). *Ley de Fomento al Cine Nacional*. Registro oficial 202. Quito: Congreso Nacional del Ecuador.

Asamblea Nacional de Ecuador. (2013). *Ley Orgánica de Comunicación*. Registro Oficial No. 22. Quito: Asamblea Nacional de Ecuador

Asamblea Nacional de Ecuador. (2016). *Ley Orgánica de Cultura*. Registro Oficial No. 913. Quito: Asamblea Nacional de Ecuador

Para la escritura de este artículo se entrevistó a:

Javier Izquierdo, 27 de septiembre 2017

Isabella Parra, 28 de septiembre 2017

Alex Schlenker, 13 de septiembre 2016

Arturo Yépez, 15 de septiembre 2016