

# Una reflexión de la producción de animación latinoamericana

A reflection of the production of animation content in Latin America

---

Diana Molina<sup>6</sup>

INCINE, ECUADOR

## Resumen

La autora analiza la realidad de la producción de cine de animación en América Latina y, especialmente, en Ecuador. Señala las dificultades que los productores deben superar, pero también resalta las fortalezas de la región y el país para la creación de cine animado. Reivindica la calidad de las producciones existentes que han recibido amplio reconocimiento internacional.

## Abstract

The author analyzes the reality of animation film production in Latin America and, especially, in Ecuador. It points out the difficulties that producers must overcome but also highlights the strengths of the region and the country for the creation of animated films. She claims the quality of existing productions that have received wide international recognition.

## Palabras claves

Cine de animación; producción Latinoamérica; producción Ecuador

## Key words

Animation film; production Latin America; Ecuador production

---

<sup>6</sup> Realizadora y productora audiovisual. Realizó sus estudios de realización cinematográfica en INCINE y, posteriormente, su maestría en Film Business en la ESCAC, de Barcelona. En animación produjo la serie Payanga, para la televisión pública ecuatoriana.

Ecuadorian audiovisual producer. She studied filmmaking at INCINE and, later, her masters in Film Business at the ESCAC, in Barcelona. In animation she produced the series Payanga, for the Ecuadorian public television.

## Una reflexión de la producción de animación latinoamericana

En el Cinemacon de este año, Disney desplegó en pantalla gigante todos sus lanzamientos para el año 2019 y de 22 producciones, 10 de ellas son de animación o tienen animación CGI mezclado con *live action*. Estamos hablando de la productora más grande del mundo, que con sus películas llena salas, rompe taquilla, vende desde cereales a muñecos de acción. ¿Cómo se puede competir contra Disney? O una mejor pregunta sería ¿es necesario competir contra Disney?

Para las niñas y niños de los años 90 el gusto de la animación empezó en la televisión con series como Los Picapiedras, Los Supersónicos, Súpercampeones, La Princesa de los 1000 años. La mayoría eran producciones de la década de los 60 hasta los años 80, pero como *Teleamazonas*, *RTS* y *Canal 8* los compraban en catálogo, fuimos los niños de los 90 que los disfrutamos. Cada viernes mi mamá alquilaba un VHS con películas de Disney y ahí pude descubrir las historias de hadas. Con el gusto de las series y los VHS también nació el gusto por las compras: las carteras de princesas, los tazos, los pokemones, toda esa nostalgia noventera...

Actualmente la animación ya no sólo es creada para contenidos infantiles, sino que a medida que han crecido las oportunidades de exhibición, también ha aumentado su audiencia tanto en adultos, jóvenes y niños. Con el desarrollo de los medios, la animación se ha infiltrado en nuevos espacios y aparece en nuevas formas: realidad virtual, como imágenes bidimensionales en el formato familiar de dibujo animado, como imágenes tridimensionales usando tanto la computadora como el *stop-motion* y como efectos perfectamente integrados a las películas *live action*. Con mayor audiencia el negocio de la producción de animación ha recaudado grandes sumas y es uno de los negocios audiovisuales que mayor *revenue* obtiene anualmente. Ahora, con Disney siendo dueño no sólo de su imperio del ratón, sino de Lucas Films, Marvel, Pixar, Fox y Blue Sky, el monopolio internacional y las piezas del juego son dominadas por la pandilla de Mickey Mouse.

En el año 2017 la industria del anime con 255 empresas productoras, recaudó más de 200.000 millones de yenes a nivel mundial, teniendo un crecimiento del 8,2% respecto al año anterior (Nipon.com 2018). Japón es el único país que pelea con Estados Unidos y entre estos dos titanes dominan el mundo de la producción de animación. En 2010, Japón se vio en un estado de recesión sobre la producción de animación y el país vio sus ingresos en la industria de animación, desplomarse hasta un 60%. Factores como la piratería y la competencia de otras naciones asiáticas que empezaron a exportar sus propias producciones, hicieron tambalear los cimientos del anime. En el sector, alrededor del 80% de los trabajadores eran freelance y carecían de beneficios laborales básicos como seguro social y una sobreexplotación de horas y cantidad de trabajo.

¿Cómo fue que en sólo siete años Japón se antepuso a las adversidades y sigue establecido como una de las potencias en animación? Durante la crisis, se creó el *Animation Creators Association* que provee a los animadores de seguros médicos, talleres de formación, ofertas de trabajo y sueldos equitativos. Japón en vez de recurrir a alternativas como el *outsourcing*<sup>7</sup> en otros países asiáticos, optó por mantener a sus animadores y, al suplir las deficiencias que ellos tenían, les dio la oportunidad de seguir produciendo y generando contenidos.

---

<sup>7</sup> Es un término del inglés que podemos traducir al español como 'subcontratación', 'externalización' o 'tercerización'. En el mundo empresarial, designa el proceso en el cual una organización contrata a otras empresas externas para que se hagan cargo de parte de su actividad o producción.

A pesar de que Europa produce más películas animadas que Estados Unidos y Japón, sus producciones se quedan en el país de origen y nutren un mercado de comercio interno. España al ser un coproductor natural por la lengua hispana, mantiene un gran número de coproducciones en cine y series animadas, con varios países latinoamericanos. Los fondos y apoyos internacionales están en territorio europeo. Sin embargo, no se ha generado nexos importantes en cuanto a ventas como tener un territorio de exhibición. Las películas y series animadas van a festivales, muestras, pero los canales de televisión y salas de cine tienen suficiente material local como para suplir la demanda.

En el territorio latinoamericano, Brasil es el claro líder en la producción de animación. En los últimos ocho años el sector de la animación se ha visto beneficiado por los incentivos locales y créditos no reembolsables del banco público brasileño. Las producciones brasileñas ocupan espacios en la televisoras nacionales e internacionales. La película "O Menino e o Mundo" (Abreu 2013) ganó el premio de Cristal en el 38 festival *Annecy*, considerado el premio más importante para la animación. También fue la primera película brasileña animada nominada a los premios *Oscars* en 2016.

El primer largometraje de animación latinoamericano se hizo en Argentina en 1917 y se tituló "El Apóstol." Lamentablemente, la última copia de la película se perdió en un incendio en los años 50, pero quedan muchas reseñas de que la película fue un éxito con el público a pesar de la poca y corta distribución que tuvo. En 2018 Argentina cumplió los 101 años de cine de animación que incluye el gran éxito "Metegol" de Juan José Campanella, que no sólo rompió taquilla en Argentina, relegando al segundo lugar a los "Pitufos 2" de Sony y "Despicable Me 2" de Universal, sino que también arrasó con los premios internacionales, siendo la primera película animada que abrió el Festival de San Sebastián.

México es uno de los pocos países latinoamericanos que se ha propuesto construir una industria alta y descaradamente en competencia del vecino del norte. En pocos años empresas como *Ánima Estudios*, han creado películas taquilleras como "Don Gato y su pandilla", "La leyenda de la llorona" y series como "El chavo del 8" y siendo los pioneros en crear una serie animada para Netflix "Las Leyendas". México también ha contribuido a la creación de espacios de desarrollo y formación, como el *Pixelatl* que como se expresan ellos mismos, son "un proyecto que persigue un objetivo más ambicioso: convertir la industria multimedia mexicana en una palanca de desarrollo económico y cultural".

### **Las posibilidades en Ecuador**

Hace unos años le pregunté a un amigo animador si era posible que el país de haga una película en 3D y me dijo que físicamente era imposible. Primero por la cantidad de animadores que se requerían y segundo por el simple hecho de que no había los suficientes procesadores para hacer los renders. Esa conversación me quedó rondando en la cabeza y me pregunto si con el aumento de espacios de formación en animación y los nuevos desarrollos tecnológicos, podríamos ver cercano el día de tener un largometraje animado hecho en Ecuador.

La animación 2D, en Ecuador nace en 1964 con Gonzalo Oquera que junto a un grupo de colegas de Canal 4 realizan las primeras publicidades animadas. Fue en 1983 que Miguel Rivadeneira produce el primer corto animado titulado "El Papel" (1983), "producto del primer taller de técnicas de animación dictado en el país, bajo la dirección del animador uruguayo Walter Tournier" (Castro 1999, 20).

En 1984 se establece la primera productora de dibujos animados en el país, Cinearte, dirigido por Edgar Cevallos quien ha sido uno de los grandes animadores del país, ha dedicado su vida al arte y a la

comunicación, con más de 20 cortometrajes y un sin número de esculturas entre ellas la más representativa la de Guayas y Kil de 30 metros de altura. Aunque muchos de sus productos no llegaron a tener una gran distribución, podemos reconocer el trabajo de esta productora a través de personajes icónicos: Don Evaristo y Máximo. Edgar Cevallos, pintor y escultor ecuatoriano, dio los primeros trazos para crear el Don Evaristo que con su característico “a ver mis chullas” educaba a la gente en las calles. En 1993, nace Máximo, el tucán, luego de que UNICEF junto con Estudio Disney lanzó una búsqueda a nivel mundial para encontrar artistas que pudiesen colaborar en la creación y animación de este personaje. En representación de Ecuador fue escogido Edgar Cevallos. Los varios creativos y dibujantes escogidos a nivel mundial, tuvieron capacitaciones en Estudio Disney de 1993 a 1995 para trabajar en las campañas de UNICEF. Sobre esto, Cevallos dice:

Eso cambió mi vida porque yo sabía técnicas de comunicación, televisión, cine animación, pero la metodología de Disney es aplicable a todas las actividades de la vida. Cada cosa tiene un proceso y una cantidad de etapas de si te saltas una, el resultado se va ver al final. (Miranda 2016).

Con el establecimiento de la animación 3D a finales del siglo XX, también se han establecido nuevos estudios de producción audiovisual en el país, entre ellos Matte y Motion Arts. La animación en el país se encuentra en boga, los cortometrajes “Afterwork” (2016, MATTE) y “Mr. Blue Footed Boody” (2016 Baldeón, G.) han sido galardonados en varios festivales a nivel internacional. Algunos proyectos han llegado al prestigioso festival Annecy en Francia y se están batiendo internacionalmente por lograr acuerdos de coproducción. Animadores ecuatorianos han sido parte de películas animadas como “Coco” y “Condorito”.



*La primera Franja Infantil de la televisión ecuatoriana “Veo Veo” de MIES y RTVECUADOR*

En 2013, con la creación de la Franja Infantil Veo Veo, se dio un gigantesco impulso a la producción de animación. Los personajes oficiales de la franja: Tino, Chami, Jacinto y Martín fueron creados por el estudio argentino Steinbranding que creó al personaje representativo del canal Discovery Kids, Doki. La primera temporada de “Tino y sus amigos” fue animada en Argentina, pero después se trajo la producción al país, dándole la oportunidad de crecimiento a la producción nacional. Las productoras Motion Arts y Urbano Films estuvieron encargadas de la producción de las siguientes temporadas y yo me dediqué a escribir los guiones. La serie fue bien recibida por el público, lo cual permitió la creación de varios subproductos, incluidos la revista Veo Veo y las pastillas deportivas “Deportino”, y las de turismo “Tino Turismo”. La serie animada “Luna de Queso”, tiene un lugar especial en mi corazón porque escribí los guiones adaptados de los maravillosos cuentos: Brujillo de Catalina Sojos y Animalanzas de Juan Carlos Morales. Fue un placer

absoluto trasladar estos mundos mágicos al audiovisual y aprender los procesos de animación 3D junto a la productora Motion Arts.

A medida que la franja crecía, se fue llenando de varios personajes animados como el niño súper héroe “Súper Felipe”, la pequeña que no para de girar “Perinola”, los niños de “Wawa Kicha”, los monstruos de “Hagamos Ruido”, el borrador y lápiz “Leo y Gummi”, los personajes *stop-motion* “Payanga” y los “Pirulos”, y eso sólo por nombrar algunos. Pero como casi siempre sucede en el país, los buenos procesos se frenan y llegan a su fin. Lamentablemente, en 2017 se cerraron definitivamente las puertas de Veo Veo y los estudios de animación y productoras que no quebraron, volvieron a trabajar en la publicidad y creación de contenidos empresariales e institucionales. El sueño de tener un canal exclusivo para la infancia, se esfumó y cerró las posibilidades de un desarrollo en el campo de la producción y animación en el país.

En su gran mayoría las producciones ecuatorianas han sido reconocidas en festivales como *Prix Jeunesse*, *Japan Prize*, *Annecy*, *Premios TAL*, por nombrar algunos. A pesar de que falta el apoyo interno en el país, de que los productores no contamos con espacios destinados a la exhibición de los productos animados y que los fondos públicos y privados son escasos y se pelean entre todos, aun así, se puede percibir que existen destellos de luz que aún permiten tener vivo el sueño de que en algún momento existirá una película animada hecha en Ecuador.

Fabián Gumaní Aldaz creador de las series “Súper Felipe” y “Kikuyo” sabe lo que fue el golpe de dejar de tener un espacio de producción y tras disolver su productora, se embarcó en perseguir su formación personal, que lo llevó a producir un cortometraje animado en la plataforma flash, “Frontera” (2016) que aparte de haber estado en un montón de festivales, fue selección oficial del festival *Annecy* en 2017. En 2018, Fabián ganó en la categoría *Mifa Pitch* con el proyecto “Ugamú, mi enemigo imaginario” un proyecto colaborativo entre Ecuador, Colombia, Perú, Venezuela y Bolivia. Fabián es un ejemplo del talento y la garra que se requiere para perseguir las oportunidades y hacer los proyectos realidad.

El recorrido de la historia de la animación en Ecuador, me permite afirmar que el valor de nuestras pequeñas y medianas producciones ha estado en sus personajes y sus contenidos diferentes.

## **La potencia de Latinoamérica**

Al igual que Latinoamérica, el Ecuador es rico en una herencia cultural producto del mestizaje y del sincretismo de culturas. Las historias y leyendas se desbordan en cada rincón del continente, tenemos mucho que contar y partimos de un linaje de artesanos que han trabajado con sus manos, dibujando, tejiendo, hilando, moldeando.

el arte en América Latina ha configurado su identidad desde la dinámica de los imbricados procesos de mestizaje cultural. La heterogénea variedad de los componentes, en el devenir histórico, ha dado como resultado un arte inigualable, tanto por su incomparable riqueza estética como por el sentimiento de un continente que abraza desde sus entrañas a todos los pueblos (Toledo y otros 1999).

Los festivales internacionales han reconocido en las producciones latinoamericanas las historias diferentes, los personajes que aún son frescos y nuevos, el valor de experimentar con diversas técnicas y la creatividad con la que debemos producir frente a las desventajas monetarias y de recursos técnicos. Somos un continente unido por las mismas raíces y lenguas, podríamos sostener la exhibición de nuestra propia

producción audiovisual, supliendo nuestro mercado y aspirando a, unidos, generar contenidos que puedan ser comercializados en el exterior.

Lo que le falta a Latinoamérica son políticas de apoyo a la producción local. Tal cual como ocurrió en Japón en el 2010, generar espacios de protección para que los y las animadoras puedan continuar creando, que no dejen de experimentar y crear contenidos por falta de ingresos o no tener atención médica. En países con industria, la animación presenta el 13% del PIB. ¿Acaso no será más sano para el país cambiar la matriz productiva al desarrollo de la industria cinematográfica, que construir refinerías en los aires?

El desafío actual de la región está en pensar la animación como industria y unificar criterios respecto a la forma de hacer negocios. No basta con hablar el mismo idioma, se hace necesario unificar el discurso en cuanto a industria, generar un diálogo vinculante que desemboque en la realización de coproducciones (Cid 2017).

Tal como indica Margarita Cid, directora ejecutiva del mercado de *Anima Mundi 2017*, es un esfuerzo colectivo de las naciones latinoamericanas y sus gobiernos, el consolidar los apoyos al desarrollo cinematográfico, estimular a las ventas nacionales e internacionales, mejorar las gestiones de fondos y sobretodo dar continuidad a los procesos que vienen caminando. Como país, deberíamos mirar a los vecinos y formular nuestros propios modelos de apoyo, basado en los procesos exitosos de Brasil, Chile y Colombia.



Fotograma de "La Historia de un Oso" de Gabriel Osorio

*Proimágenes Colombia* se ha establecido como un paradigma en la región por sus políticas de fomento. Este impulso se traduce a una producción anual de quince proyectos de largometraje en diferentes fases, incluidas películas *live action* y animación. En Chile el *Consejo Nacional de Televisión* impulsa la producción de series a través de un fondo nacional de fomento; al obligar la existencia de espacios en la televisión para la producción chilena, asegura que los programas tengan continuidad y se pueda crear una audiencia. La ganadora del Oscar 2016 como Mejor Cortometraje, "La historia de un Oso", costó apenas 40.000 mil dólares y tuvo un equipo de producción de quince personas. Le tomó cuatro años a la productora Punkrobot Studio terminar el corto por falta de presupuesto. El fondo del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes del estado chileno, les alcanzó para producir la animación hasta la mitad. El resto se financió con proyectos comerciales que encararon a través de la productora. Está es una historia conocida para muchos productores latinoamericanos, pero ¿cómo es que llegaron al Oscar? Principalmente porque la historia del oso es una historia humanista en que cada engranaje funciona a la perfección, las imágenes están cargadas de emociones y transmiten un mundo de conflictos sin que se pronuncie ni un sólo diálogo. El trabajo de Punkrobot Studio fue durante cuatro años algo muy parecido a cómo inicia el cortometraje: apagar el despertador a las 6 de la mañana, sin haber dormido. El esfuerzo, el talento y las incontables

noches en vela engranando los pixeles, los dibujos y pinceladas, son quizás el mejor ejemplo de cómo un David logra vencer a Pixar.

Los productores latinoamericanos venimos demostrando que el sector de la animación está en crecimiento y que necesita apoyos como estímulos para continuar con el desarrollo. Los gobiernos y empresas privadas están en esa obligación. Como productores debemos cuidarnos de no terminar en una dependencia maternal con los recursos del Estado, tal como ha venido sucediendo en nuestro país. El ICCA con sus pocos recursos no puede seguir siendo la forma principal de financiamiento de los proyectos audiovisuales. Debemos continuar manteniendo la visibilidad internacional, a través de festivales encuentros y mercados, para aprender a coproducir y enfrentarnos al territorio desconocido de la distribución y ventas.

Como productores latinoamericanos nos falta profundizar en el *crossmedia*, la distribución del contenido a través de distintos canales y plataformas. En el *crossmedia* hay cuatro etapas: la inicial con la distribución del mismo contenido en varias pantallas (la misma película en cines, TV, DVD). Una segunda etapa donde se distribuyen los “extras” contenidos como “making of”, entrevistas, etc., como complemento al contenido más no a la narrativa central. Una tercera etapa en la cual el contenido se complementa en otro canal, es decir una película que acaba en el preclimax y para conocer el desenlace debes entrar a la web de la película. Y en cuarto lugar la evolución de todas las tres, el *transmedia*. Los grandes estudios de animación han dominado a la industria de la animación haciendo uso del *crossmedia*, creando marcas que pueden una y mil veces ser comercializadas en diferentes mercados y medios. Estamos en plena capacidad de crear personajes y contenidos, pero nos faltan estas grandes estrategias de marketing que partan desde el nacimiento de una idea.

La infancia es uno de los territorios más atacado por el *crossmedia* y el merchandising. Es un público altamente vulnerable y quizás el que más está consumiendo en todas las pantallas. No es extraño ver niñas y niños enchufados a los celulares en los restaurantes y buses. Llegan a sus casas y consumen TV, Netflix, videojuegos y juegos de computadora. La infancia está creciendo frente a las pantallas desde la comercialización de la televisión. Quizás los niños de los 90 no teníamos celulares ni tablets, pero ni bien se acababa la serie de TV o la película en el cine, ya tenías a tus personajes favoritos en la ropa, los juguetes y hasta la comida. El mercado es dominado por la industria de la animación y más allá de éticas personales, el marketing es una de las herramientas fundamentales para que crecimiento de la animación en Latinoamérica. Mientras no entendamos el marketing como espina dorsal para el crecimiento de los productos y le destinemos un 50% de nuestro presupuesto total, estaremos relegados al dominio del ratón. Esto no quiere decir que la calidad del contenido debe cambiar. Justamente como productores latinoamericanos estamos obligados a cambiar paradigmas y presentar a la audiencia contenidos que sean realmente valiosos y formativos. No es extraño que en los festivales educativos muchas de las producciones vienen sobretodo de Europa y América Latina.

El talón de Aquiles del cine de animación son los altos presupuestos y aunque es un tema sensible para muchas y muchos animadores y productores, una de las mejores alternativas es la creación de contenidos como propiedades intelectuales. La industria no se crea por el estreno de largometrajes, sino por la continuidad de producción. Se requiere de empresas productoras que no dejen de producir y que tengan los recursos necesarios para hacerlo y mantenerse a flote. Estos recursos aún no están disponibles en Latinoamérica, pero si tenemos a disposición el talento y la capacidad de creación de contenidos diversos y originales. ¿Por qué no atrevemos a vender biblias de películas, ideas para series, personajes, historias?

Actualmente, se habla mucho de la narrativa *transmedia* que es un tipo de relato que se despliega a través muchas plataformas y ventanas de exhibición. Puede considerarse narrativas que se interrelacionan en diferentes perspectivas según el medio de comunicación pero que a la vez funcionan de manera

independiente en cada una de las plataformas. Con la creciente combinación de plataformas digitales y soportes electrónicos, se abren las posibilidades para la generación de contenidos transmedia. Nos enfrentamos a una nueva era de consumidores los *prosumer* (productor-consumidor) que a la vez que quieren consumir contenidos también tienen las mismas herramientas técnicas para generarlos. Un estudio realizado por la BBC confirma que a nivel mundial el 35% del tiempo que pasamos frente a una pantalla corresponde al uso simultáneo de la televisión y los dispositivos móviles.

En 2016 Pokémon ya contaba con una serie de televisión, unas cuentas películas, juego de cartas coleccionables, videojuegos y merchandising, sin embargo, se lanzó “Pokémon Go” un juego de realidad aumentada basado en la localización. La historia se expande más allá de una década desde que se inició el universo Pokémon en un juego RPG (videojuego de rol) y tanto los viejos fans de los 2000 y los nuevos seguidores pudieron disfrutar del ¡atrápalos a todos!

En Latinoamérica, los casos transmedia son bastante escasos, pero la necesidad de contenido para las nuevas plataformas está obligando a que los productores pensemos más allá de sólo llegar a salas de cine o pantallas de televisión y Netflix. El producto colombiano “Cuento de Viejos” es un documental de TV que comprende además una plataforma web interactiva sobre el registro documental animado, con animaciones 3D y 2D digitales. Este producto rescata la tradición de escuchar los relatos de los abuelos y abuelas con entrevistas que tienen como eje el punto de vista del niño o niñas mientras escuchan la historia.

Así como existen posibilidades de producción, también hay que continuar nutriendo las nuevas formas de animación. El mundo no va a parar en su desarrollo tecnológico y con la realidad virtual siendo cada vez más parte del día a día, podemos generar contenidos animados para suplir estas nuevas demandas. Muy pronto las experiencias del cine y los video juegos se trasladarán a los museos, a los parques, a los hogares y es en estos lugares en que debemos empezar a posicionarnos. Si queremos que la animación latinoamericana siga su desarrollo, hay que ver más allá de la pequeña y gran pantalla, girar nuestra atención hacia los celulares, códigos QR, AR y como no a la simulación. Quizás en estos espacios sean los nuevos territorios donde se pueda aún participar de la competencia.

La salud de este campo de creatividad en el mundo reposa sobre tres pilares: una sólida tradición en la producción no orientada tanto al negocio inmediato como a la exploración plástica y al crecimiento autoral, un sistema de formación con escuelas de vanguardia y profesionales orientados al magisterio, e instituciones públicas que creen en el valor artístico y cultural de la animación. Son diferentes estrategias para cultivar un talento que no es privativo de un país concreto, pero que una vez cuidado florece dando lugar a ecosistemas reconocibles que no tardan en convertirse en referencias en el extenso, pero acotado, universo de la animación. (Sánchez Navarro & Comeln 2015)

¿Es necesario competir contra Disney? La historia de la cinematografía está llena de esos pequeños *David* que con obras magistrales compitieron contra los *Goliat* de Disney u otras empresas de esa magnitud. Pero sólo lo hicieron, porque tuvieron una audiencia en sus propios países, apoyos en el desarrollo y financiamiento y porque fundamentalmente, contaron muy bien, historias que traspasan los límites sociales y culturales. Latinoamérica siempre será un territorio inexplorado, con infinitas posibilidades. Queda en nuestras manos, como productores y creadores, de seguir echándole tierra y mano dura para continuar construyendo el camino de la producción, nos toca seguir ensuciándonos las manos y exigiendo buenas políticas de fomento, que se cumplan y no se acaben con las subidas y bajadas de gobiernos. Que se mantengan los espacios de difusión y formación. Seguir cosechando premios y recorridos, nutriéndonos en el exterior y sobretodo nunca dejando de soñar que siempre es posible.

## Obras citadas

Bermúdez, Rodríguez, M. *Animación: una perspectiva desde México*, Universidad Nacional Autónoma de México, Centro Universitario de Estudios Cinematográficos, México, 2007.

Castro K, Sánchez J. *Dibujos animados y animación*, CIESPAL, Editorial Quipus, Quito, 1999.

Furniss, M. (2008) *The animation bible: a practical guide to the art of animating, from flipbook to flash*. Laurence King Publishing, London, England.

García, M. *Animación latinoamericana: la fábrica silenciosa*. Recuperado 2019-04-18 de: <https://www.latamcinema.com/especiales/animacion-latinoamericana-la-fabrica-silenciosa/>. 2017

Miranda, S. *Al escultor de Guayas y Kil lo formó hermano de Walt Disney*. Recuperado (2019-04-18) de <https://www.eluniverso.com/noticias/2016/04/14/nota/5522604/escultor-quayas-kil-formo-hermano-walt-disney>. 2016.

Nagano, Y. *Lines are being redrawn for Japan's anime industry*. Recuperado 2019-04-18 de: <https://www.latimes.com/archives/la-xpm-2010-aug-19-la-fi-japan-anime-20100819-story.html>. 2010.

Rooter Consultora Estratégica. *El libro blanco del sector de la animación en España 2012*, Diboos, Ministerios de Educación, Cultura y Deporte. Barcelona, 2012.

Sánchez, Navarro J. *Animación: un panorama internacional*. Recuperado 2019-04-18 de <http://comein.uoc.edu/divulgacio/comein/es/numero41/articles/Article-Jordi-Sanchez-Navarro.html>. 2015.

Toledo Micó, Ruddy; Pupo, Mercedes Silva; Bertolí Velázquez, Beatriz *El arte como expresión de la identidad cultural en América Latina*, La Habana, 1999.