

## Audiencias digitales, recepción de la idea de cine ecuatoriano

### *Digital Audiences, Reception of the Idea of Ecuadorian Cinema*

Recepción: 21/12/2021, revisión: 01/01/2022,  
aceptación: 18/01/2022, publicación: 04/2022

<https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru>



Santiago Estrella Silva

Universidad Técnica Particular de Loja (Quito, Ecuador)

[esestrella@utpl.edu.ec](mailto:esestrella@utpl.edu.ec)

<https://doi.org/10.32719/26312514.2022.5.7>

### Resumen

La idea de cine ecuatoriano se ha discutido y debatido en los sectores cinematográficos, donde se coincide en que no se trata de un género o un concepto unívoco. Pero desde la visión de las audiencias y consumidores se pone en crisis tal idea. El presente estudio de recepción hace foco en la relación que las audiencias digitales tienen con el cine ecuatoriano, sus interpretaciones y los imaginarios que elaboran. Pese al surgimiento de plataformas que agrupan una serie de títulos de producciones locales, los sujetos consultados desconocen estos espacios. Identifican y señalan al cine ecuatoriano como una expresión de la diversidad, de un crecimiento en talento y calidad técnica, pero con temáticas recurrentes vinculadas al drama, la tristeza y la problemática social, sin creatividad desde los guiones, con falencias en las actuaciones y carencia de recursos. Es un cine invisible que carga con prejuicios.

### Abstract

*The idea of Ecuadorian cinema has been discussed and debated in the cinematographic sectors, where it is agreed that it is not a genre or a univocal concept. But from the viewpoint of audiences and consumers, such an idea is put into crisis. The present reception study focuses on the relationship that digital audiences have with Ecuadorian cinema, their interpretations and the imaginary they create. Despite the emergence of platforms that group together a series of titles from local productions, the subjects consulted were unaware of these spaces. They identify and point to the Ecuadorian cinema as an expression of diversity, of a growth in talent and technical quality, but with recurring themes linked to drama, sadness, social problems, without creativity from the scripts, flaws in the performances and with shortcomings of resources. It is an invisible cinema loaded with prejudices.*

### Palabras clave · Keywords

Cine ecuatoriano, recepción, audiencias digitales, drama  
*Ecuadorian cinema, reception, digital audiences, drama*

## Introducción

Acercarse a los imaginarios colectivos desde los horizontes del pensamiento simbólico-imaginario, como lo plantean Marín, Rivera y Muñoz (1994), resulta una arista útil para estudiar y analizar la recepción del cine ecuatoriano. ¿Qué imaginarios, qué ideas tienen las audiencias locales con respecto a él? En ese sentido, el presente estudio de recepción busca indagar en las percepciones que los espectadores en general, y en particular los de plataformas virtuales, tienen sobre la idea o el imaginario de cine ecuatoriano. Para ello, se realiza una entrevista a profundidad con los gestores de la plataforma CholoFlix, que oferta cine local, para, desde su perspectiva, sus datos y su conocimiento de los usuarios, tener una visión del consumo y la recepción. Adicionalmente, se aplica una encuesta corta y sencilla que dé cuenta del conocimiento, la percepción y el consumo del cine ecuatoriano en plataformas digitales. Finalmente, se complementa la investigación con la realización de un grupo focal en el que se seleccionaron personas con distintos grados de consumo de cine local para profundizar en las ideas y los imaginarios que se construyen alrededor del concepto base de esta investigación.

Al tratarse de un estudio exploratorio y descriptivo que busca indagar en las percepciones e imaginarios de las personas sobre la idea del cine ecuatoriano, no permite generalizaciones, pero sí conclusiones que den cuenta de las miradas y voces de las audiencias sobre la producción cinematográfica local.

Los estudios de recepción están ligados al campo de la cultura, con lo cual los sujetos son parte de una realidad social en la que se inscriben y participan, y que desarrollan cotidianamente. A decir de Guillermo Orozco, lo distintivo de los estudios de recepción sigue siendo la intencionalidad política: el esfuerzo de la investigación recae en los sujetos y sus relaciones con la diversidad de medios y estímulos que las tecnologías aportan (en Mayora Ronsini, Cogo y Repoll 2014). Por lo tanto, las matrices culturales y los consumos simbólicos que realizan son esenciales para estudiar, desde la práctica, esa recepción en la que se configuran y consolidan imaginarios sobre esas realidades sociales. “Todas las afirmaciones son válidas desde la perspectiva de la recepción cinematográfica, ya que cada una de ellas se configura desde la posición definida de cada individuo. Son lecturas que responden a la experiencia, matrices culturales, entre otros factores inherentes a cada persona” (Estrella 2017, 12). El consumo y la percepción de las audiencias sobre su cine nacional constituye una rama que problematiza a la cultura, pero que desde las investiga-

ciones académicas sigue siendo un ámbito marginal. Por ello resulta oportuno y trascendente aportar con el análisis de esas miradas y construcciones simbólicas.

Angélica Tornero (2010) recoge el pensamiento de Stuart Hall, quien mencionaba que los textos de los medios audiovisuales no tienen un significado unívoco, sino lecturas distintas, diversas, en tanto hay lectores diferentes. Hall hacía referencia a tres tipologías de lecturas: la lectura dominante, en la que el espectador acepta la ideología dominante que consume; la lectura negociada, en la que, pese a que hay una aceptación de la ideología dominante, aparecen inflexiones críticas fruto de las situaciones individuales de vida; y la lectura resistente, que ubica al espectador en oposición a la configuración de relatos dominantes. Desde esa perspectiva, el estudio de recepción debe considerar esa variedad de miradas, registrar, recoger y, a partir de ello, analizar. Por ello, ante la imposibilidad de generalizar de manera unívoca, es válido estudiar esas interpretaciones para comprender, desde las audiencias, el estado del cine local.

Además, Tornero (2011, 40) acude a Wolfgang Iser para explicar que “es importante estudiar no solo el texto, sino esos actos de la conciencia que se producen durante el proceso de lectura”. Hacia esa estrategia se encaminan los métodos usados en la presente investigación, para conocer los criterios, las construcciones, las interpretaciones y los imaginarios que los sujetos investigados elaboran con respecto a la idea de *cine ecuatoriano*, y abarcar su consumo de películas de origen local, entendiéndolo por ello las cintas de ficción y documental que han sido producidas con un equipo técnico y artístico mayoritariamente ecuatoriano.

Se pone en juego esta idea de cine ecuatoriano, ya que no se lo puede considerar un género cinematográfico ni tampoco un concepto de definición unívoca, pues, como vemos, podría complicarse si algún porcentaje de los recursos económicos que intervienen en su producción no tiene origen en Ecuador. Pasa con muchas películas coproducidas con otros países, en las que la marca de cine ecuatoriano puede volverse difusa. César Augusto Solano (2016, 25) admite la compleja situación de definir al cine nacional en estos tiempos: “Pensar en un cine ecuatoriano es una paradoja, pues en estos instantes que la transnacionalización de los productos culturales es uno de los cánones de la creación, distribución y exhibición, se vuelve complicado proponer cines nacionales”. ¿Es cine ecuatoriano solo lo que se produce dentro del territorio? ¿Lo es solo aquel cuyo director o directora ha nacido en Ecuador? Si los protagonistas de la cinta no son ecuatorianos, e incluso tienen marcados acentos de otros países, ¿deja de ser local? No es nuestro interés ahondar en esta discusión, pero es necesario plantearla justamente por lo complejo de la idea de cine ecuatoriano. Esto es lo que ponemos a consideración de los sujetos investigados, más como una categoría de análisis que como una definición fija y exacta, algo inoficioso para una investigación que lo que pretende es ampliar las miradas sobre esa construcción y los imaginarios que se generan.

## Metodologías y materiales

Los estudios de recepción se caracterizan por indagar en la percepción de las audiencias desde una dimensión subjetiva, privilegiando sus matrices culturales, sus consumos, sus prácticas cotidianas y la expresión de sus criterios. Para llegar a una información pertinente, con esta perspectiva se diseñaron tres herramientas que combinan las metodologías cualitativas y cuantitativas.

Desde el diseño cuantitativo se utiliza la herramienta de la encuesta, definida como “una técnica de recogida de datos a través de la interrogación de los sujetos cuya finalidad es la de obtener de manera sistemática medidas sobre los conceptos que se derivan de una problemática de investigación previamente construida” (López y Fachelli 2015, 8). La encuesta nos permite acceder, mediante un cuestionario en línea, a la información primaria de un segmento de usuarios sobre su consumo y sus criterios respecto de las plataformas digitales de visualización de cine, y acercarnos a su percepción sobre la idea de cine ecuatoriano. El cuestionario está diseñado con preguntas abiertas y cerradas, que permiten al sujeto ampliar sus opiniones tras cada respuesta, tomando en cuenta que lo que interesa a la investigación es obtener los criterios de las audiencias. Este tipo de encuesta privilegia la recogida y el análisis de los datos desde su naturaleza social, sobre todo enfocados en “recoger información subjetiva referida a actitudes, representaciones, intenciones, motivaciones, expectativas, aspiraciones, opiniones y valoraciones emitidas por las personas” (12-3).

Se utilizó la modalidad de encuesta autoadministrada vía web, con un formulario corto para un acercamiento a los criterios globales acerca del uso de plataformas de cine local y a la opinión sobre este. Al mismo tiempo, se aprovechó la encuesta para identificar a un grupo de seis personas con las que ahondar en esos criterios mediante un grupo focal.

La encuesta estuvo compuesta por once preguntas que indagaban sobre el consumo de cine en plataformas, los conocimientos de los sujetos sobre el cine ecuatoriano y sus ideas sobre esta categoría. Una pregunta fundamental fue la siguiente: ¿qué idea viene a su mente cuando escucha “cine ecuatoriano”? La herramienta se difundió vía web a una serie de grupos diversos de usuarios de redes digitales —unos identificados como cinéfilos y otros sin esa vinculación—, así como a los seguidores de una de las plataformas digitales de cine ecuatoriano, para obtener diversidad de criterios. Para categorizar a los encuestados se realizaron dos preguntas demográficas sobre edad y sexo. Luego se indagó sobre el consumo de plataformas digitales de cine y producción audiovisual en general, para luego destinar ocho preguntas al consumo, el conocimiento y los criterios con respecto al cine local, que es el centro de la investigación. Se recibieron 85 respuestas en esta herramienta de recolección de datos.

Las otras dos herramientas aplicadas corresponden a la metodología cualitativa. Se utilizó la técnica de los grupos focales, “un espacio de opinión para captar el sentir, pensar y vivir de los individuos, provocando autoexplicaciones para obtener datos cualitativos” (Hamui y Varela 2013, 56). En esa medida, es una herramienta que se ajusta muy bien

a los objetivos de la investigación, más aún cuando los autores referidos explican sobre esta técnica que “la epistemología cualitativa defiende el carácter constructivo-interpretativo del conocimiento, lo que implica destacar que el conocimiento es una producción humana, no algo que está listo para identificarse en una realidad ordenada de acuerdo con categorías universales del conocimiento” (56). Los grupos focales permiten entonces valorar la metodología constructivo-interpretativa desde la dimensión del diálogo y la comunicación con los sujetos investigados, con modelos que favorecen la comprensión del objeto de estudio. La singularidad es una fuente de rica información para las ciencias sociales, y se alinea adecuadamente con esta investigación de recepción.

Considerando estos aspectos, dentro de la encuesta se solicitó que las personas que desearan participar del grupo focal incluyeran sus datos. Se contactó a seis de ellas, tres hombres y tres mujeres, buscando diversidad de miradas en el rango de edad entre los 36 y los 45 años. Tres de estas personas tenían conocimiento regular sobre el cine ecuatoriano, y las otras tres no estaban vinculadas con el sector del cine y el audiovisual. Así se construyó un espacio de diálogo y discusión en el que afloraron múltiples criterios de enorme valía para la investigación.

La última estrategia requería conocer el criterio de quienes están impulsando plataformas digitales para el visionado del cine local; para ello se realizó una entrevista a profundidad con Jota Salazar, cofundador del sitio Choloflix. Esta herramienta está inscrita dentro de las técnicas cualitativas. “La entrevista en profundidad sigue el modelo de la plática entre iguales [...], reuniones orientadas hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras” (Robles 2011, 40). En ese sentido, resultó de mucha utilidad conocer la percepción que tienen desde la gestión de la plataforma sobre su uso y consumo por parte de los usuarios. Con ello se contrastan y complementan los resultados de las otras dos herramientas.

## Análisis y resultados

La encuesta fue aplicada digitalmente mediante Google Forms, por la facilidad de circulación y respuesta. La intención era tener un primer acercamiento al consumo y la recepción de plataformas digitales de visionado de cine y productos audiovisuales, así como a los criterios de conocimiento e imaginarios acerca del cine ecuatoriano. Se diseñaron once preguntas, las cuales se sometieron a validación previa para perfeccionar la herramienta. Una vez validada, se lanzó por redes digitales a grupos específicos, unos identificados con el sector audiovisual, y otros para los que el cine y la producción audiovisual no son parte de la conversación cotidiana; esto, con la intención de tener criterios de usuarios distintos. Se obtuvieron un total de 85 respuestas. Aunque no se consultó el lugar de procedencia, por el acercamiento con los grupos a los que se propuso la encuesta, se puede deducir que la gran mayoría radica en la provincia de Pichincha.

La mayoría de las respuestas (58,8 %) correspondió a personas ubicadas entre los 36 y 45 años de edad; un segundo bloque (18,8 %), a personas entre los 15 y 25; y el 15,3 % tenía entre 26 y 35 años. Con ello podemos establecer que la muestra de referencia de este estudio se compone de personas adultas jóvenes, con capacidad de decisión individual, en buena medida con trayectoria laboral, y con acceso regular a internet y plataformas digitales de visionado de producción audiovisual. Es importante en esta caracterización destacar que los encuestados, al ser en su mayoría de la provincia de Pichincha, emiten sus criterios desde la zona andina de Ecuador, principalmente citadina, con todo lo que ello implica en cuestión de matrices culturales.

El 75 % de los encuestados son hombres, mientras que el 25 % corresponde a mujeres, factor importante a tomar en cuenta luego para el grupo focal, en el que se procuró encontrar un balance entre esas miradas. Al aplicarse un instrumento digital, no se podía equiparar la relación entre hombres y mujeres, como sucede en las encuestas realizadas en persona, pero ello no invalida la riqueza de las respuestas, ya que en el estudio de recepción se valora el criterio personal de los sujetos indagados.

Se consultó a los encuestados sobre su conocimiento y acceso a plataformas virtuales de visionado de producción audiovisual, con la posibilidad de marcar más de una a la que estuvieran registrados o que consumieran. Dentro del listado se incluyeron plataformas globales de gran impacto, con oferta de contenidos variados y modelos internacionales de negocio, así como otras que ofertan cine ecuatoriano y latinoamericano. Además, se dejó la posibilidad de que los sujetos añadieran plataformas que no hubieran sido consideradas en el menú de opciones.

De los 85 encuestados, el 87 % están suscritos a Netflix, lo cual confirma la presencia de esta pantalla global, que, a julio de 2021, tiene 5,2 millones de suscriptores, usuarios e interesados en Ecuador, con un crecimiento del 10,63 % desde enero de 2021 ([Del Alcázar 2021](#)). Por lo tanto, no es de extrañar que sea una de las preferidas.

Aunque se trata de una plataforma abierta, con un modelo de negocio según el cual se paga por contenidos exclusivos y sin publicidad, era oportuno conocer el consumo de cine a través de YouTube: el 58,8 % de los encuestados utiliza esta red para búsqueda y consumo de películas o series. La tercera red relevante en número de consumidores es Disney+, a la cual está suscrito el 38,8% de los encuestados.

El conocimiento y uso de las plataformas de cine ecuatoriano y latinoamericano resultaron muy bajos entre los encuestados: apenas 16 de ellos se refirieron a Choloflix; 7, a Zine.ec; y 11, a Retina Latina. Se puede visualizar de este modo el limitado alcance de estas plataformas sobre las posibles audiencias, lo cual no permite potenciar el acceso al cine local. Hay que destacar en este punto que alrededor de 25 de los encuestados provenían de un grupo de seguidores de la página de Facebook de Choloflix, pero pese a ello no están suscritos a la plataforma.

¿En cuál o cuáles de las siguientes plataformas virtuales de cine está registrado o registrada?

85 respuestas

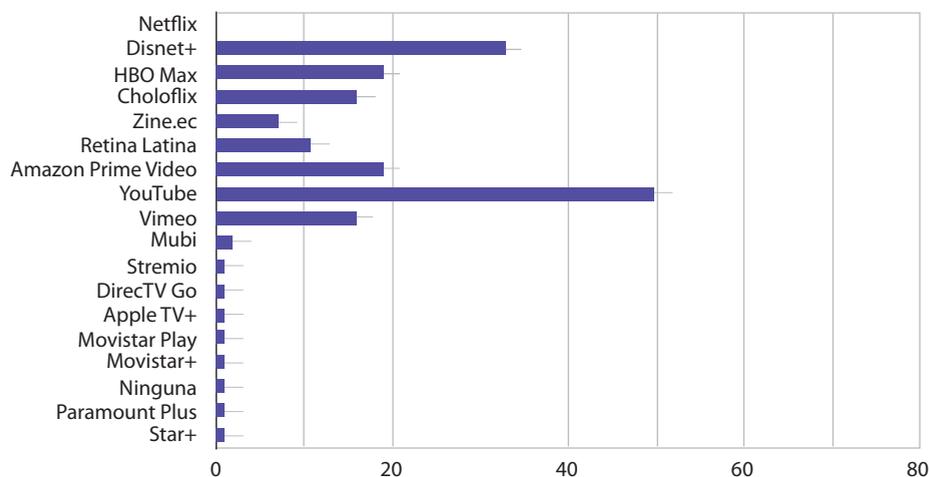


Figura 1. Suscripción a plataformas de *streaming*. Elaboración propia a partir de la encuesta elaborada.

También se pidió a los participantes que mencionaran la última película ecuatoriana que habían visto, tanto en plataformas virtuales como en salas de cine:<sup>1</sup> 28 encuestados indicaron que no vieron ninguna cinta local de manera virtual, lo cual corrobora el bajísimo acceso a las plataformas de cine ecuatoriano. Si a ello se le suman las 13 respuestas que mencionaron la película *Dedicada a mi ex* (Touché Films), el primer filme nacional en entrar al catálogo de Netflix, se confirma que las plataformas de cine local no son parte del consumo regular de los encuestados.

Al revisar las respuestas sobre la última película ecuatoriana que vieron en salas, llaman la atención varias referencias a producciones cuyo estreno ocurrió hace ya varios años: *Ratas, ratones y rateros* (1999), de Sebastián Cordero; *Qué tan lejos* (2006), de Tania Hermida; *Con mi corazón en Yambo* (2011), de María Fernanda Restrepo; y *A tus espaldas* (2011), de Tito Jara. Vuelve a aparecer *Dedicada a mi ex* y luego hay unas pocas menciones individuales para *Cuando me toque a mí* (2006), *En el nombre de la hija* (2011), *Sin otoño, sin primavera* (2012), *Mejor no hablar de ciertas cosas* (2012), *Mono con gallinas* (2013), *La revolución de Alfaro* (2014), *Alba* (2016), *Mi tía Toty* (2016), *Cuando ellos se fueron* (2019), *La mala noche* (2019), *A son of man* (2019) y *Azules turquesas* (2019), así como unos cuantos que manifiestan no haber visto ninguna cinta local en salas de cine. De los estrenos recientes hay unas pocas menciones para el documental de Galo Semblantes *La leyenda de*

<sup>1</sup> Vale aclarar que el acceso a salas comerciales se suspendió durante la pandemia por COVID-19. La reapertura de estos espacios era reciente al momento de realizar la encuesta.

*Tayos* (2021), el también documental *Brutal como el rasgar de un fósforo* (2021) y apenas dos referencias a *Sansón* (2021), de Pável Quevedo Ullauri. Hay que destacar que nadie mencionó haber visto en el cine los últimos estrenos —*Sumergible*, de Alfredo León, y la reciente *Gafas amarillas*, de Iván Mora Manzano—, y apenas dos señalaron haber visto *Sumergible* en alguna plataforma.

Estos datos permiten configurar el perfil de los encuestados en cuanto al consumo de cine ecuatoriano: se encuentra que hay poco conocimiento de la oferta cinematográfica local, y por lo tanto un bajo consumo de las películas que se han estrenado en los últimos años. Además, la referencia a un puñado de cintas recurrentes lleva a pensar que se han logrado posicionar en el ojo y la mente de la audiencia estudiada, lo cual las configura como referentes del cine ecuatoriano, en el ámbito de este estudio.

Una pregunta clave para identificar la percepción del cine ecuatoriano invitaba a los encuestados a encuadrar en un género cinematográfico a la oferta local. Casi la mitad, el 47,6 %, asoció al cine nacional con el drama, con las situaciones sociales que reflejan la realidad local. Este imaginario refleja la percepción que se ha generado en los consumidores y puede aportar para explicar lo que en el grupo focal se mencionó como una suerte de prejuicio sobre el cine ecuatoriano, catalogado de “triste”, “pobre” y “lento”. Si se suma a ello que el 13,1 % lo relaciona con el género del melodrama, tenemos prácticamente un 60 % que toma al dramatismo como sinónimo del cine local. Si bien un 17,9 % lo asocia a la comedia, se puede enlazar esa respuesta principalmente con las múltiples menciones a la película *Dedicada a mi ex*, que se alinea con este género. Las demás respuestas son marginales, por lo que se puede sintetizar que en la mente de los consumidores el género por excelencia del cine ecuatoriano es el drama, con un pequeño espacio para la comedia.

A continuación, se propuso a los encuestados identificar a uno o más de una lista de directores y directoras locales, con la opción adicional de incluir los nombres de aquellos que consideraran oportuno. El fin era establecer el grado de conocimiento y percepción sobre los realizadores, lo cual puede aportar para analizar la relación de las audiencias con los creadores de cine ecuatoriano. Sebastián Cordero es el director más identificado: el 78,8 % de las respuestas lo menciona, lo cual ratifica que sus películas, sobre todo *Ratas, ratones y rateros*, está en la retina de los encuestados. Luego, realizadores como Camilo Luzuriaga, María Fernanda Restrepo, Tania Hermida, Jorge Ulloa y Viviana Cordero son los que mayor recordación generan. De la lista, tanto Sebastián como su hermana Viviana y Camilo Luzuriaga son los directores con más producciones. En cambio, Restrepo se consolidó en el recuerdo de los espectadores con su único documental estrenado en salas, *Con mi corazón en Yambo*. Hermida también tiene un puntal con el filme *Qué tan lejos*, que tuvo buenos niveles de audiencia en salas cuando se estrenó.

¿Cuál de los siguientes géneros considera que define mejor al cine ecuatoriano?

84 respuestas

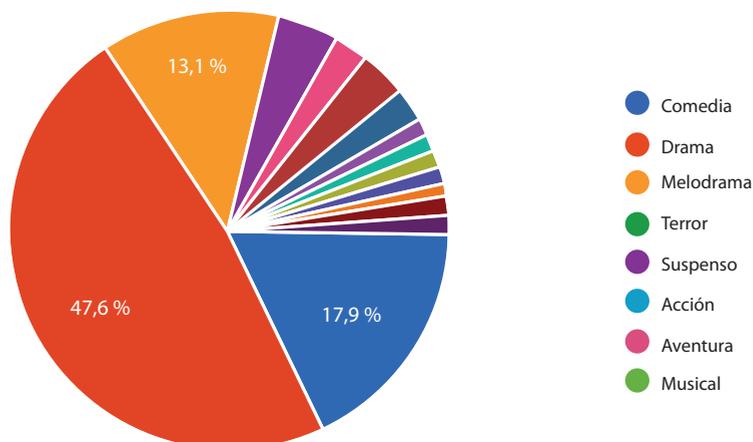


Figura 2. Géneros predominantes en el cine ecuatoriano. Elaboración propia a partir de la encuesta elaborada.

Luego hay un segundo bloque de realizadores que, si bien no son tan reconocidos como los primeros, tiene cifras de menciones entre el 20 % y el 30 %. Dentro de este listado aparecen Gabriela Calvache, Víctor Arregui y Javier Andrade. Con cifras entre el 5 % y el 19 % hay menciones para Mónica Mancero, Iván Mora Manzano, Alberto Muenala, Fernando Cedeño, Patricia Yallico y Pável Quevedo Ullauri. En la opción de adicionar nombres aparecen realizadores como Diego Araujo, Alfredo León, Ana Cristina Barragán, Tito Jara y Daniel Yépez.

Se planteó un ejercicio similar a los 85 encuestados, pero referente a nombres de actores y actrices. En este caso no se ofreció un listado, sino que se dejó espacio para que propusieran a los artistas que recordaban. Se registraron 19 respuestas en que no se menciona ningún nombre. El actor más mencionado es Andrés Crespo (27 menciones). Crespo ha participado en varios roles protagónicos, como el caso de la cinta *Pescador*, de Sebastián Cordero. Tener participaciones recurrentes puede explicar esta presencia en la mente de los encuestados. Luego, podría agruparse a artistas como Nataly Valencia, Jorge Ulloa y Raúl Santana, quienes tienen individualmente entre 5 y 11 menciones, pero también los mencionan como “los de Enchufe TV”, plataforma de contenido que se distribuye digitalmente. Carlos Valencia tiene buen registro, con 13 menciones, al igual que Víctor Arauz. Después hay múltiples nombres con pocas menciones, entre los cuales se puede destacar a Alfredo Espinosa, Christoph Baumann, Eduardo Mosquera y Anahí Hoeneisen. Estos datos reflejan la limitada identificación que las audiencias tienen con los artistas

de las pantallas cinematográficas. Estamos lejos de hablar de un sistema de estrellas que puedan convocar a los públicos con su sola presencia en una cartelera.

La última pregunta de la encuesta nos acerca a la discusión sobre la idea del cine ecuatoriano. Se pidió a los encuestados remitir abiertamente qué les venía a la mente cuando se les mencionaba el término *cine ecuatoriano*. Las respuestas mayoritariamente nos remiten a ideas negativas: tristeza, tragedia, drama, aburrido, falta de apoyo, pequeño, pocas producciones, no comercial, malo, pobre, poco conocido, incertidumbre, para un grupo selecto, realismo social, cine sucio, decadencia. Estas expresiones nos confirmaron que las audiencias identifican al cine ecuatoriano con una cinematografía limitada, con pocas motivaciones para conectar y destacar. La percepción y el imaginario de un cine que no convoca a las audiencias, que no engancha y que, además, no se conoce, confirman esa suerte de prejuicio sobre este arte local. No obstante, también hay menciones positivas, muchas menos, pero reconocen de que se trata de un cine en crecimiento, independiente, emergente y con talento, que ha mejorado técnicamente.

La herramienta del grupo focal permite adentrarse, desde una secuencia de preguntas prediseñadas, en las subjetividades, los criterios y los comentarios de los participantes, que, puestos en discusión, se enriquecen desde las diversas miradas. En ese sentido, la conversación de una hora de duración, con seis personas invitadas y seleccionadas aleatoriamente entre las que respondieron la encuesta, significó una variedad de insumos que procedemos a exponer y analizar. La estructura del grupo focal se delineó en tres ejes: la idea del cine ecuatoriano, con los imaginarios y las percepciones generales sobre él; el consumo de cine y audiovisual, sobre todo el que se realiza en plataformas, y dentro de ello el consumo de películas nacionales; y la recepción del cine ecuatoriano en estas plataformas, qué valoración se le otorga, qué virtudes tiene y qué aspectos se deben mejorar.

Como se mencionó previamente, participaron tres hombres y tres mujeres, entre los 36 y los 45 años de edad. Sobre el primer eje, en el imaginario expresado por los participantes sobre la idea de cine ecuatoriano aparecen categorías como independiente, cine joven, drama, falta de apoyo y de recursos, salas vacías, producciones sin fuerza, reflejo de la realidad que vivimos y talento nacional. Se manifiestan, así, ideas de un cine que todavía no explota, que tiene talento y calidad en la parte actoral pero sobre todo en la parte técnica, aunque con historias que aún no logran superar los linderos de lo local. No se visualiza al cine realizado en Ecuador como algo cercano a la industria. De hecho, al compararlo con las producciones de Hollywood —referente mundial de la cinematografía—, las diferencias se anclan fundamentalmente en lo presupuestario. Y las miradas críticas no apuntan solo al Estado, en todos sus niveles, como incapaz de apuntalar y sostener procesos productivos audiovisuales de largo aliento, con apoyos y recursos decididos, sino también a la colectividad, a la ciudadanía, caracterizándola como alejada de sus propias producciones, desinteresadas de lo que se produce filmicamente.

Este imaginario de un cine pequeño, en crecimiento, también se relaciona con la narración de distintas historias, muchas de ellas locales, como reflejo de la diversidad de

Ecuador, sea por regiones o por caracterizaciones. Por ello, les resultó difícil a los participantes llegar a una sola definición del cine ecuatoriano, o identificar con una sola película a la cinematografía del país. También se puso de manifiesto un reconocimiento al talento y al crecimiento en calidad técnica. Así lo expresa Jorge en una de sus intervenciones: “Si uno antes tenía miedo de las producciones [ecuatorianas], porque yo me sentaba y decía: ‘Ojalá no haya fallas, ojalá actúen bien’, ahora ya no, ahora se ve talento. Tal vez no son producciones tan fuertes, pero están bien”. Y aunque se aprecia ese crecimiento —que incluso se ata a que los realizadores, al menos varios de ellos, ya tienen dos, tres o más películas, lo cual rebasa el momento de las óperas primas de una generación de directores y directoras—, se ubica a las producciones en las categorías de cine pequeño, sin apoyo y con poco seguimiento desde la ciudadanía.

En un segundo eje se conversó sobre el consumo de cine en plataformas digitales, poniendo el énfasis en las producciones locales. Si bien se reconoce que la temporada pandémica significó un impulso para el consumo de plataformas, solo dos de los participantes conocían las que difunden cine ecuatoriano (Choloflix y Zine.ec), pero no habían visto muchas películas en ellas. Los recursos económicos limitados, que no permiten una mayor difusión de las producciones, son determinantes para el estado de las cosas. Así lo manifiesta Renato:

No sabía de la existencia de estas plataformas del cine ecuatoriano. A mí me gusta mucho el cine, desde adolescente, pero sí es triste que desde las autoridades gubernamentales no se promuevan y socialicen estas plataformas. Tal vez están funcionando para segmentos muy puntuales, para esos segmentos puede ser interesante, pero hay otros segmentos de la ciudadanía que no somos especializados en el cine, pero que nos gusta ver cine y me interesa, ahora que las conozco, explorarlas para ver y volver a ver cine ecuatoriano, porque lo que nos venden en redes son las grandes plataformas como Netflix y otras similares.

— 107 —

Otra de las participantes, Mary, también reconoce: “La verdad, no sabía de estas plataformas. En pandemia tuve todas las plataformas internacionales, pero no sabía de estas plataformas ecuatorianas, aunque me gusta mucho [el cine local]. Es impresionante cómo no conocemos nada de lo que se está haciendo en nuestro país. Esto se debe a la falta de apoyo, falta mostrar lo bueno y de calidad que podemos hacer”.

Tanto quienes tenían conocimiento de las plataformas locales como quienes no tenían ninguna referencia coincidieron en que sin comunicación y publicidad resulta difícil que aumente el reconocimiento y el consumo de producciones ecuatorianas. No saber que existen esas ventanas digitales equivale a que no existan, pero esa difusión significa recursos, por un lado, y también un compromiso por parte de la ciudadanía. También se mencionó al factor educativo, a partir de la idea de promover en escuelas y colegios el visionado de cine local, para generar públicos y audiencias que desde esas edades ya tengan un conocimiento y un ojo habituado a los actores y actrices, a las locaciones, directores, directoras y demás elementos; es decir, a esa misma variedad que se menciona dentro del cine ecuatoriano.

En el tercer eje —destinado a la percepción y los imaginarios que los participantes tienen desde la recepción de las películas, desde lo que identifican, leen e interpretan en los filmes— se apunta, dentro de las falencias del cine local, a los ámbitos relacionados con la actuación; incluso se señala que faltan escuelas de formación para preparar intérpretes. Este aspecto es el más mencionado como falencia, y además se lo relaciona a la producción televisiva, donde la calidad de actuación se identifica como muy deficiente. También se señala como factor importante a mejorar al rubro de los guiones: se mencionó que hay poca innovación en las historias que se cuentan, lo que remitiría a narrativas repetitivas. En su participación, Jorge lo sintetiza de la siguiente manera:

No espero cosas muy buenas, no porque no haya iniciativa ni creatividad, sino porque no hay apoyo ni recursos para la cultura y especialmente para el cine. A duras penas el sector público lo ve, el sector privado no lo ve totalmente, entonces yo lo veo todavía huérfano. Ahí viene el problema: con esa situación, ¿quién va a seguir actuación, quién va a ser un actor, si sabemos que no se puede vivir de eso?

En cuanto a las virtudes del cine ecuatoriano se señala la parte técnica, principalmente la fotografía y la representación de paisajes naturales y citadinos, lo que además se identifica como un motor que puede promover el turismo. También se valoran la creatividad y calidad de los directores y directoras nacionales, la unidad del sector audiovisual y la representación y el reflejo de la sociedad que somos y tenemos.

Finalmente, se señala y reconoce que hay un prejuicio instalado sobre el cine y el audiovisual ecuatoriano, vinculado principalmente a la actuación. Cristina lo manifiesta así:

Lo que me doy cuenta es que hay un prejuicio sobre el cine ecuatoriano, ya que, al prender la televisión, ver un canal nacional y ver que las actuaciones son pésimas, con comedias burdas, la gente piensa: “Si esto hay en la televisión, ¿para qué voy a ir al cine, encima pagando?”. La gente dice entonces: “¿Para qué voy a gastar plata en una película así, si puedo tener *Avengers*, donde hay unos papacitos, con un guion replanificado?”. Entonces, lo que se necesita es darle a conocer a la gente que hay más que poca ropa haciendo la comedia vulgar, hay mucho más que eso, pero los espacios no se dan.

Y en el mismo campo de los prejuicios se señala que está instalada la idea de que las historias de personajes autóctonos no son atractivas para las audiencias, que prefieren ver la vida de artistas populares.

La tercera herramienta utilizada fue una entrevista a fondo con Jota Salazar, cofundador —junto con Nerea Núñez— de Choloflix, plataforma digital de video bajo demanda creada en marzo de 2020, a pocos días de iniciado el confinamiento por la pandemia del COVID-19. Precisamente el confinamiento impulsó la activación de una idea que ya gestaba previamente, en respuesta a una pregunta recurrente: ¿dónde se puede ver el cine ecuatoriano? En las primeras semanas del encierro casi total, varios cineastas y productoras liberaron sus películas en algunas plataformas abiertas, para aportar al esparcimiento de las personas

dentro de los hogares. Ahí nació Choloflix, para aglutinar —primero en un blog y luego en una plataforma— esos enlaces y esas películas con un formato y un modelo de negocio.

En la primera versión de la plataforma no se diseñó un registro, por lo que no existen datos cuantitativos de las primeras semanas, pero desde junio de 2020 hay un sistema que permite contabilizar alrededor de 40 000 usuarios registrados, de los cuales más del 90 % están ubicados en Ecuador. Salazar menciona que “la idea es poder llegar con cine a todos los rincones donde no hay salas. La pandemia ayudó a que muchas personas mejoraran su calidad de internet y eso permitió que puedan ver las películas. Quito, Guayaquil y Cuenca se llevan la mayoría de los usuarios, pero tenemos usuarios en todo el país”. Si bien en la entrevista se reconoce que el crecimiento de usuarios registrados aumenta constantemente, no es exponencial.

Por la política de respeto y privacidad de los usuarios registrados, no tienen mayores datos que ayuden a caracterizar plenamente al usuario de Choloflix. Sin embargo, Salazar señala que “las horas en que la gente ve es muy variada, todo el día y toda la noche hay reproducciones. Hay tráfico todo el tiempo”.

Tanto en la encuesta como en el grupo focal se señalaba el desconocimiento de estas plataformas de visionado de cine ecuatoriano, por lo que se indagó a Salazar sobre las estrategias que utilizar para comunicar y relacionarse con sus audiencias. En ello no hay mucho para destacar más allá de las redes digitales habituales, como Facebook, Twitter, Instagram, YouTube y, además, un *mailing* mensual. Al no contar con presupuesto, pauta para redes ni personal de planta que gestione su comunicación, coexisten con lo que los usuarios comparten y lo que cada película y productor promocionen. “Productor que más se mueve más se ve”, dice Salazar. Señala, adicionalmente, que apuestan a lo que difundan canales digitales e *influencers* como Claqueta Play para cautivar a más audiencias. Hubo intentos por comunicar más y mejor, como el canal digital *Tres razones para ver*: fue un experimento interesante, pero resultaba caro y les restaba mucho tiempo, por lo que implicaba producir cada uno de los programas o contenidos.

Con respecto al comportamiento de sus usuarios en redes digitales, Salazar señala que la gran mayoría tiene expresiones positivas y de agradecimiento por poder contar con un espacio dedicado al cine ecuatoriano. Efectivamente, al observar las redes sociales se puede evidenciar el reconocimiento al trabajo que realizan. Salazar apunta:

Yo creo que la gente que nos agradece, que son bastantes, son deseosos de ver cine local. Ese interés, además, es guardado de años, por películas que hoy se pueden ver, como las de Sebastián Cordero o *Con mi corazón en Yambo*. Lo que más se ve son documentales, lo cual lleva a pensar en la gente y su necesidad de reconocerse y analizarse. Creo que es una necesidad de verse a sí mismo en la pantalla. Hay también gente que son fans de películas antiguas como *Ratas*, *ratones* y *rateros*, que la siguen con mucho interés.

Salazar destaca la acogida que tienen los documentales —representada en el permanente alquiler de cintas como la referida de María Fernanda Restrepo, o *La muerte de*

*Jaime Roldós* (2013), de Manolo Sarmiento y Lisandra Rivera—, pero también marca que los intereses se mueven por épocas. Recuerda que en las pasadas elecciones presidenciales, CholoFlix tenía tres películas documentales de corte político, cada una curiosamente identificada con uno de los tres candidatos que lideraron las preferencias, lo que hizo que se consumieran mucho en esas semanas. Esto nos marca también cómo los procesos sociales pueden encaminar el consumo de películas locales.

El crecimiento de la plataforma, en cuanto a usuarios, se ubica en un 10 % de incremento permanente; Salazar manifiesta que la referencia de un usuario a otro es lo que mejor funciona para mantener esa cifra. Señala que, en su momento, los medios de comunicación sacaron notas sobre CholoFlix, o hubo posteos en redes que ganaron relevancia; eso provoca tráfico hacia la plataforma, pero no necesariamente se traduce en un aumento de ventas. Por ello, y pensando en las audiencias que no pueden pagar por ver una película, tienen una sección de filmes abiertos al público, para intentar nivelar al menos un poco el desbalance con la promoción y el conocimiento que tienen el cine internacional, sobre todo el vinculado a Hollywood.

Finalmente, como un actor importante dentro de este estudio, se requirió la percepción de Salazar sobre la idea del cine ecuatoriano. Al respecto, señaló que ha mejorado significativamente en calidad, comparado con lo que se producía hace unos veinte o treinta años.

Ya hay más voces, ya hay directores con trayectoria y ya no estamos solo en óperas primas. Esto va generando fans, lo cual hace más fácil la promoción. Lo que todavía no hay es un *star system*. Enchufe está haciendo un poco eso, pero como Touché juega en otras ligas, es imposible tener sus pelis en nuestras plataformas. Lo rico es que también no todo se ha ido a cine comercial, como lo que hace Touché, sino que también hay cine de autor que sigue estando ahí, con su público. El abanico es grande, es diverso y es saludable.

## Discusión y conclusiones

Con los datos recopilados mediante los tres instrumentos utilizados, se puede concluir que, para los sujetos investigados, desde la perspectiva de la recepción, caracterizar al cine ecuatoriano desde una definición única resulta imposible, más aún porque se lo identifica desde la idea de diversidad. A partir de ello, y atado a lo que mencionan otros autores, queda asentado que no es pertinente hablar del cine ecuatoriano como una marca o sello establecido, como una identidad consolidada, ni tampoco como una industria. Más apropiado sería hablar de un sector en crecimiento.

Bajo esta premisa general, hay que destacar algunos de los imaginarios referidos que llaman la atención como resultado de este estudio.

Por un lado, si bien se reconoce la diversidad de voces, de historias, de directores y directoras, una idea común sobre el cine local es que es un cine pequeño, no solo ante la

gigante industria hollywoodense, sino frente a vecinos como Colombia. Amparado en ese imaginario, se identifica que la producción ecuatoriana tiene falencias relacionadas con esa condición de cine en crecimiento: falta de apoyo y de recursos, y también la ausencia de políticas para la formación de públicos, la difusión de las películas y el reconocimiento de las producciones y de las plataformas que las ponen al alcance de las audiencias. Todo ello vuelve al crecimiento muy lento y poco sostenido.

El usuario ecuatoriano sigue sin conocer su cine. Pese a que desde hace poco más de un año existen dos plataformas dedicadas casi exclusivamente a ofertar la cinematografía local, la gran mayoría de las personas investigadas no saben de su existencia. Las grandes plataformas globales se llevan todo el consumo, están arrasando con la formación de espectadores del presente y del futuro. Como pasó antes en la omnipresencia de las multisalas, el cine ecuatoriano está en el margen, en el borde permanente, al punto de no existir en el imaginario general. Disputar audiencias en esas condiciones resulta altamente desigual, por lo que es imperante que actores públicos y privados intervengan con apoyos decididos y definidos. Antes del apareamiento de las plataformas CholoFlix y Zine.ec, el cine local era de muy difícil acceso; los DVD eran una opción no muy popular. No obstante, los datos obtenidos en esta investigación demuestran que no es suficiente con tener las plataformas; el ejercicio de formación de públicos, desde la educación y la difusión, es una tarea pendiente.

Los imaginarios de las audiencias consultadas resaltan asimismo la permanencia de prejuicios sobre el cine ecuatoriano, sobre todo vinculados a actuaciones y guiones. Si bien al inicio de este apartado se reconocía la diversidad de propuestas, la identificación del cine ecuatoriano dentro del género del drama, con actuaciones deficientes y con historias repetitivas —que reflejan tristeza, suciedad y pesimismo—, es una interpretación que funciona como un ancla complicada para generar apego por parte de las audiencias. Estas interpretaciones pueden tener origen en una mirada formada —*deformada* quizá sea el término más adecuado— por el consumo de un solo tipo de cine y audiovisual, dominado por las plataformas digitales actuales y por la maquinaria de Hollywood, donde con importantes presupuestos se presentan megaproducciones estelares, con fórmulas que privilegian la presentación constante de estímulos visuales y sonoros, en detrimento de otras formas de hacer cine, en las que la pausa y la contemplación tienen un espacio para el tratamiento narrativo. No obstante, y como el interés de la investigación es conocer la recepción de las audiencias, es necesario problematizar las propuestas de los realizadores locales. El público construye y adquiere esos prejuicios de un cine lento, aburrido, repetitivo, dramático, de autor, como la fórmula predominante del cine ecuatoriano, y ese es un factor que no se puede dejar de lado para los nuevos proyectos filmicos, tanto en la parte artístico-narrativa como en las estrategias de difusión y comunicación.

Finalmente, hay que destacar que el estudio permite visualizar que sí existen imaginarios con respecto a la idea de cine ecuatoriano, no desde lo formal o pensando como un género, sino desde la identificación e interpretación de las audiencias. La recepción acerca

esa mirada del público y permite entablar un diálogo a partir del cual las producciones pueden retroalimentar sus ofertas más allá del círculo de personas cercanas a lo audiovisual. La percepción de las audiencias mayoritarias es que el cine es en general entretenimiento, y el cine ecuatoriano apenas si se conoce.

## Referencias

- Del Alcázar, Juan Pablo. 2021. “Estado digital Ecuador: Julio 2021”. *Mentimno*. 7 de julio.
- Estrella, Santiago. 2017. *Miradas a la identidad nacional en el filme “Qué tan lejos”*. Quito: UASB-E / Corporación Editora Nacional.
- Hamui, Alicia, y Margarita Varela. 2013. “La técnica de grupos focales”. *Investigación en Educación Médica* 2 (5): 55-60.
- López, Pedro, y Sandra Fachelli. 2015. *Metodología de la investigación social cuantitativa*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Marín, Martha, Gonzalo Rivera, y Germán Muñoz. 1994. “Análisis de recepción de cine en Bogotá: Identidades culturales e imaginarios colectivos”. *Nómadas* 1.
- Mayora Ronsini, Veneza, Denise Cogo, y Jerónimo Repoll. 2014. “Presentación”. En *Estudos de recepção latino-americanos: Métodos e práticas*, coordinado por Veneza Mayora Ronsini, Denise Cogo y Jerónimo Repoll, 5-10. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Robles, Bernardo. 2011. “La entrevista en profundidad: Una técnica útil dentro del campo antropológico”. *Cuicuilco* 18 (52): 39-49.
- Solano, César Augusto. 2016. “La presencia de Narciso en el cine ecuatoriano reciente”. En *Desafíos del pensamiento crítico: Memorias del Décimo Congreso Ecuatoriano de Sociología y Política. Tomo II*, editado por Adrián López, Darío Terán y Francisco Hidalgo, 25-48. Quito: CLACSO.
- Tornero, Angélica. 2010. “Enfoques de la recepción en estudios de cine y literatura”. *Inventio* 6 (12): 78-85.
- . 2011. “Negaciones y negatividad en la estética de la recepción”. *Inventio* 7 (14): 38-46.