



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES**

TEMA:

Análisis del uso del cine como vitrina turística en Ecuador

AUTOR:

Echáiz Del Pezo Marlon Gaspar

Componente práctico del examen complejo previo a la obtención del

grado de

INGENIERO EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES

AUDIOVISUALES

TUTORA:

Lcda. Romero Morán Diana Edith, Mtr.

Guayaquil, Ecuador

17 de septiembre del 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **Echáiz del Pezo Marlon Gaspar**, como requerimiento para la obtención del título de **Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales**.

TUTORA

f. _____

Lcda. Romero Morán Diana Edith, Mtr.

DIRECTOR DE LA CARRERA

f. _____

Lcda. García Velásquez María Emilia, Mgs.

Guayaquil, a los 17 del mes de septiembre del año 2020



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Echáiz del Pezo Marlon Gaspar**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del **componente práctico del examen complejo, Análisis del uso del cine como vitrina turística en Ecuador**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 17 del mes de septiembre del año 2020

EL AUTOR:

f. _____

Echáiz

Echáiz del Pezo Marlon Gaspar

REPORTE URKUND

Guayaquil, 08 – 09 – 2020

Lcda. María Emilia García, Mgs.
Directora de Carrera de Ingeniería en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales

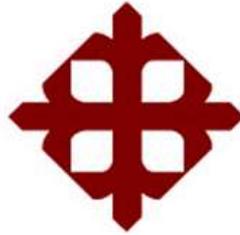
Presente

Sírvase encontrar a continuación el presente el print correspondiente al informe del software antiplagio URKUND, una vez que el mismo ha sido analizado y se ha procedido en conjunto con el estudiante: Marlon Echaiz Del Pezo a realizar la retroalimentación y correcciones respectivas de manejo de citas y referencias en el documento del Trabajo de Titulación del mencionado estudiante.



Atentamente,


Lcda. Diana Romero Morán, Mtr.
Docente Tutor



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ARTES Y HUMANIDADES
CARRERA DE INGENIERÍA EN PRODUCCIÓN Y DIRECCIÓN EN ARTES
AUDIOVISUALES**

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

DECANO O SU DELEGADO

f. _____

DIRECTOR DE CARRERA O SU DELEGADO

f. _____

COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

ÍNDICE

RESUMEN	VIII
ABSTRACT.....	IX
INTRODUCCIÓN.....	2
El Cine Ecuatoriano.....	4
El turismo y el cine.....	6
Contexto internacional.....	8
Verano no miente.....	10
Importancia de la promoción turística del país.....	12
CONCLUSIONES.....	14
BIBLIOGRAFÍA	16
ANEXOS	19
Anexo 1: Entrevista.....	19
Anexo 2: imágenes de película Verano no miente.....	25

RESUMEN

Este ensayo analiza la perspectiva del cine como vitrina turística para el país. Por lo cual, se determinaron aspectos clave sobre la incidencia que puede tener la exhibición cinematográfica del país, como recurso de promoción del turismo nacional. A partir de la revisión de casos a nivel internacional se identificaron ciertas acciones políticas que se podrían implementar a nivel nacional, con el objeto de sustentar el potencial del cine nacional como vitrina turística del país. El ensayo se basa en información obtenida de la recopilación de datos, registrada del trabajo en conjunto del Ministerio de Turismo con el Cine nacional y mediante entrevista a Ernesto Santisteban quien fue el director de la película ecuatoriana Verano no miente. Por último, se plantean ciertos aspectos que deberían considerarse a la hora de querer desarrollar en Ecuador esta manera de proyectar el cine, considerando las acciones que se han realizado en otros lugares y que han contribuido positivamente a su desarrollo.

Palabras Claves: *cine ecuatoriano, film commission, exhibición audiovisual, promoción turística*

ABSTRACT

This essay analyzes the perspective of cinema as a tourist showcase for the country. Therefore, key aspects were determined on the impact that the country's film exhibition can have, as a resource for promoting national tourism. Based on the review of cases at the international level, certain political actions that could be implemented at the national level were identified, in order to sustain the potential of the national cinema as a tourist showcase for the country. The essay is based on information obtained from data collection, recorded from the joint work of the Ministry of Tourism with the National Cinema and through an interview with Ernesto Santisteban who was the director of the Ecuadorian film *Verano no mente*. Finally, certain aspects are raised that should be considered when trying to develop this way of projecting cinema in Ecuador, considering the actions that have been carried out in other places and that have contributed positively to its development.

Keywords: *Ecuadorian cinema, film commission, audiovisual exhibition, tourist promotion*

INTRODUCCIÓN

El cine y el turismo son industrias muy importantes a nivel mundial, según Urbina (2009) son dos de las mayores industrias en cuanto a movilización de gran cantidad de personas y dinero se refiere. Pese a que se conoce lo beneficioso que puede resultar el proyectar una vitrina para el turismo, a través del cine, a nivel nacional todavía no se le está dando la importancia necesaria, para conocer más a fondo sobre lo que es el uso del cine como vitrina turística.

El cine ecuatoriano desde sus inicios en la década de 1920 ha venido en constante evolución, es por esto, que actualmente se pueden apreciar películas con un nivel bastante alto de calidad, que hasta incluso se están destacando en festivales internacionales, según Loaiza y Gil (2015) “Con la Ley de Cine, se pasó de estrenar una película ecuatoriana cada cuatro años, a un mínimo de cuatro películas nacionales anuales” (p. 62). Por otro lado, según datos del Instituto de Cine y Creación Audiovisual hacen mención de que el año anterior se estrenaron 10 películas nacionales en salas comerciales. Es por esto, que se puede decir que, el cine nacional en la actualidad se encuentra en un buen momento a lo largo de su historia.

A pesar de lo mencionado anteriormente el cine aun no se ha consolidado, debido a que son algunas las conjeturas que no permiten afianzar al cine como se quisiera en el país, ejemplo de esto según Mena (2015) comenta que: “(...) el contenido de las películas que no son comerciales sino mas bien suelen ser muy nacionalista (...) resaltando mucho la temática que generalmente el cine latinoamericano suele conservar al enfocarse en hechos históricos (...)” (p. 4). Otro motivo podría ser que aún se encuentra infravalorada por el sector público y el privado, de igual manera por la sociedad. Aunque en los últimos años se han implementado leyes que han favorecido a la industria cinematográfica, no son suficientes, ya que el sector público debería ser uno de los pilares fundamentales para la misma,

es por esto, que es importante plantear nuevas formas para conseguir el desarrollo del cine nacional, siendo una de ellas el trabajo en conjunto del sector turístico con el cinematográfico.

Ecuador al ser un país rico en biodiversidad es sin duda una gran alternativa para atraer a turistas extranjeros y de igual manera a producciones internacionales, por ende, es necesario conocer más a fondo sobre el turismo vinculado al sector cinematográfico, para de esta manera generar una vitrina turística del país a través del cine.

A raíz de lo mencionado anteriormente, resulta conveniente conocer más sobre el uso del cine como vitrina turística, todo esto con el único fin de incrementar el turismo, y del mismo modo fomentar la producción cinematográfica en el país. Vincular al turismo con el sector cinematográfico podría resultar beneficioso para ambos, así como para la economía nacional, es por esto, que se ve reflejada la importancia de realizar el tema planteado y de un modo u otro servir como guía para futuros proyectos, tanto investigativos, como cinematográficos.

El Cine Ecuatoriano

La cinematografía ecuatoriana sin duda tiene una larga trayectoria desde sus inicios en la década de 1920, cuando se estrenaba el primer largometraje argumental titulado; El Tesoro de Atahualpa, dirigido por el guayaquileño Augusto San Miguel, a partir de ahí el cine nacional no se ha detenido hasta la actualidad, generando así a lo largo de los años varios aspectos tanto positivos, como negativos.

Uno de los aspectos positivos de la cinematografía y algo que ha aportado significativamente al cine nacional es la creación del Consejo Nacional de Cinematografía (CNCine) y el Fondo de Fomento Cinematográfico (FFC) en el año 2006, lo cual se dio según el diario El Telégrafo (2016) por las exigencias de los cineastas a que el estado incentive la producción audiovisual, basándose en las cifras de taquilla de películas nacionales como La Tigra (Camilo Luzuriaga, 1990); Ratas, Ratones y Rateros (Sebastián Cordero, 1999); o Qué tan Lejos (Tania Hermida, 2006) las mismas que lograron una gran convocatoria en salas.

A partir de entonces con el fomento económico de esta entidad del gobierno, lo cual es un financiamiento que se consigue a través de fondos concursables, se puede decir que el sector cinematográfico nacional ha crecido de manera significativa, debido a que cada año se han incrementado el número de producciones cinematográficas. Conforme a lo mencionado por el diario El Universo (2016) en casi un siglo se han estrenado en los cines del país unas 75 películas ecuatorianas. Hay muchas otras que no han llegado a los cines, y se comercializan directamente en DVD o se distribuyen por internet. Así mismo, cabe destacar la participación recurrente que está teniendo el cine nacional en festivales internacionales. Según datos del Instituto Ecuatoriano de Cine y Creación Audiovisual (ICCA), en el año 2018 66 propuestas locales viajaron a Festivales de América Latina, Estados Unidos y Europa, mientras que en salas locales se estrenaron 19 filmes.

En la actualidad han existido cambios en la Ley de Fomento del Cine Nacional luego de que en diciembre de 2016 se aprobara la Ley Orgánica de Cultura, en donde se estableció que el Consejo Nacional de Cinematografía (CNCine) se debía convertir en el Instituto de Cine y Creación Audiovisual (ICCA). A pesar de estos cambios se sigue manteniendo la modalidad de fondos concursables, y es claro que representa un apoyo para el sector audiovisual y cinematográfico, sin embargo, siguen existiendo varios factores que imposibilitan la consolidación del cine nacional, Urbina (2009) comenta que:

La distribución espacial de los estudios cinematográficos alrededor del mundo viene determinada por diversos factores: lugares con tradición filmica, reducción de costos e impuestos, proximidad a escuelas de actuación, facilidad de rodajes en exteriores y otros aspectos incluso de tipo político. (p. 35)

De acuerdo a lo mencionado anteriormente por Urbina se debe mencionar que existen factores que actualmente no se están tomando en cuenta para lograr el desarrollo cinematográfico nacional, factores como; la implementación de centros de estudio, donde se puedan formar el personal necesario que implica una producción cinematográfica, aunque actualmente exista La Universidad de las Artes, con esto solo se deja en evidencia la poca importancia que se le da al Arte en el país, en este caso al Cine, debido a lo poco factible que resulta, que solo exista una institución pública con estas características a nivel nacional.

Como ya se ha mencionado son varios los factores que tienen que ver con el desarrollo de una industria cinematográfica local, los cuales pueden ser desde sociales, hasta políticos, siendo este último uno de los más importantes, debido a que si se llegara a acuerdos con el sector público en este caso el Ministerio de Turismo, no solo se estaría promoviendo el cine y el turismo, sino que también habría movimiento en la economía del destino de rodaje, debido a la alimentación, estadía, equipo humano y otros aspectos que se ameritan durante un rodaje, entonces es ahí donde también

podría intervenir el sector privado gracias a que se podría llegar a acuerdos con las diferentes producciones que se realicen, obteniendo así un mutuo beneficio.

El turismo y el cine

El turismo generado a través del cine es un tema que cada vez gana más relevancia a nivel mundial, por esto es importante conocer el impacto que tiene ante la sociedad, para así poder aprovecharlo al máximo. Al hablar de “turismo inducido a través del cine”, Evans (1997), considera que: “(...) comprende las visitas realizadas por turistas a un destino o atracción como resultado de que dicho destino apareciera en televisión, vídeo o pantalla de cine” (p. 35). Ante lo mencionado por Evans se puede ver reflejada la importancia que tiene conocer más sobre el impacto que podría tener el cine en el turismo nacional.

Por otro lado, está Pulido (2015) comento que:

Dada la transversalidad de la actividad turística, se puede decir que existen características en común entre estas industrias. El cine y el turismo son industrias de experiencias. Los turistas y el público están más experimentados e instruidos. Ellos utilizan sus momentos de ocio para realizar actividades que los lleven no sólo a desconectarse de la realidad en la cual están injertos, sino también a conocer, aprender y vivir nuevas experiencias ya sea de manera física (viajando) o mental a través de los largometrajes. Se puede afirmar que tanto el cine como el turismo, son sectores que pertenecen a una industria en común, la del ocio. (p. 10)

El cine como vitrina turística, es algo que esta presente a nivel internacional hoy en día y puede llegar a ser un importante método de promoción y creación de destinos turísticos, sin embargo, aún es infravalorado. Bauza (2014) comento que:

El turismo y el cine, han estado en contacto desde el comienzo del segundo. Al igual que la literatura, el objetivo de este siempre ha sido transportar al espectador a otros lugares o universos, ya sean reales o ficticios. Desde los hermanos Lumiere con la primera película conocida *La sortie des ouvriers des usines Lumière à Lyon Monplaisir* (Francia, 1895) hasta la actualidad con películas como la trilogía de *El hobbit* (EE.UU., 2012-14) de Peter Jackson o *Exodus: Dioses y Reyes* (EE.UU., 2014) de Ridley Scott. (p. 5).

El turismo que genera el cine es una realidad muy clara a nivel mundial. De hecho, en su revista *Pasos Campo*, Brea y González (2014) mencionan que: “la London Film Commission ha indicado que “el turismo ha aumentado en más de un 20% en el año siguiente al éxito de una película importante”.” (p. 161) Pese a lo mencionado anteriormente, a nivel nacional las colaboraciones por parte del estado (incluyendo al Ministerio del Turismo) no han tenido mayor relevancia, por lo tanto, aun no es posible determinar si el cine puede llegar a influir en el turismo nacional.

Actualmente en Ecuador existe una Comisión Fílmica la cual según el Ministerio de Turismo fue creada para convertir al país en un escenario vivo, gestionando la llegada de proyectos de producciones audiovisuales, y facilitando los trámites que se deben realizar para obtener permisos de rodaje en el país. A pesar de la buena gestión del Mintur al crear esta comisión la cual como se mencionó es de gran ayuda al momento de facilitar la logística que conlleva realizar cine, se podría decir que no es suficiente, ya que según el Ministerio de Turismo a través de la Film Commission se han realizado colaboraciones junto con la película “Verano no miente”, película ecuatoriana estrenada el 6 de abril de 2018, la película ecuatoriana “Dos papás en navidad”, el programa español “El Turista”, el programa digital estadounidense “Global Degree”, el documental ecuatoriano “From core to sun” -que muestra la hazaña del deportista ecuatoriano Millán Ludeña- y el videoclip de la banda ecuatoriana Papá Changó: “Niña” estrenado a

mediados de mayo del 2018 y entre los mas relevante el rodaje del videoclip de la canción “Si tú la ves”, del cantante urbano Nicky Jam.

Con lo mencionado anteriormente se quiere mostrar de alguna manera, que no es suficiente con el apoyo logístico brindado por la Film Commission, si no que hace falta algo mas para incentivar a la producción cinematográfica local, y por consiguiente a la internacional, debido al pobre numero de colaboraciones que ha tenido el Ministerio de Turismo a través de la Film Commission.

Contexto internacional

A nivel internacional el turismo generado a través del cine es una realidad que está presente desde hace mucho tiempo, según Grenier (como se cito en Bauza 2014) “cita la película Mutyni on the Bounty, de Frank Lloyd, rodada en Taití en 1935, como uno de los primeros films en convertir el lugar de rodaje en un destino turístico” (p. 5). Por otro lado, son varios los países que para captar rodajes a nivel internacional crearon las Film Commission, las cuales son oficinas públicas sin fines de lucro dedicadas a la promoción de los escenarios más atractivos, fomentando así el interés de las productoras para que realicen sus rodajes.

Sin duda Nueva Zelanda es uno de los principales ejemplos que demuestran lo eficaz que puede ser el cine como vitrina turística de un lugar, tal como lo menciona Lara (2013) “El Señor de los Anillos ha tenido un impacto (...), tanto en el aumento de turistas a Nueva Zelanda como en su uso como herramienta promocional que ha marcado un antes y después en la historia del turismo cinematográfico” (p. 10).

Ante lo mencionado anteriormente se debe destacar la relevancia que puede tener el cine en el turismo, según Cha (como se citó en Lara, 2013) comento que:

Las diferentes organizaciones relacionadas con el turismo han aprovechado la popularidad de las películas para promover destinos después del éxito de los filmes. Sin embargo, a partir de los esfuerzos y las innovaciones de Nueva Zelanda en este campo, las organizaciones han aumentado su agresividad y han comenzado a trabajar con las películas desde su concepción (p. 10).

En lo que respecta a un contexto más regional tenemos al país vecino Colombia en donde se han implementado una serie de artículos para incentivar a la producción cinematográfica lo cual hasta ahora les ha funcionado, según datos de la Dirección de Cinematografía el cine colombiano vive uno de sus mejores momentos. Con la primera Ley de Cine 814 de 2003, se ha logrado el aumento de producciones nacionales, entre 2001 y 2009 se estrenaron 77 películas nacionales, mientras que entre 2010 a 2018 se estrenaron 227 películas nacionales. Así mismo están atrayendo a producciones internacionales a que realicen sus rodajes en su territorio con la creación de la Ley Filmación Colombia (Ley 1556 de 2012), única en Latinoamérica y liderada conjuntamente entre los Ministerios de Cultura e Industria, Comercio y Turismo, han convertido al país en el escenario ideal para el rodaje de grandes producciones cinematográficas, según datos de la Dirección Cinematográfica.

Por otro lado, tenemos el trabajo de grado realizado en Argentina por Pulido (2015) comenta que:

El turismo fílmico se basa en relacionar al producto cinematográfico terminado, con el lugar sede de rodaje con fines turístico. Está orientado a satisfacer las necesidades de un nicho de mercado que relaciona sus intereses de ocio con viajes y cine; Esto implica no sólo la creación de las condiciones para el rodaje (negociaciones, facilitaciones de recursos, de espacios, permisos, etc.) para la empresa productora, sino también beneficios para la creación de imágenes de destino para los lugares de rodaje. A este “beneficio

mutuo de las partes” se lo denomina City Placement, y puede ser influenciada por las Films Commissions. (p. 58)

A pesar de que actualmente en Ecuador existe una Film Commission, esta no ha tenido mayor relevancia desde su creación, es por esto, que cabe destacar lo mencionado anteriormente en el caso de Colombia, en donde ellos tienen otros incentivos tales como la devolución del 40% en gastos cinematográficos y el 20% en gastos logísticos a las producciones que se realicen en su territorio, lo cual les ha ayudado a nivel local y atraer producción extranjera saliendo beneficiado tanto el sector turístico, como el cinematográfico, así como también mejorando su flujo económico.

Verano no miente

A nivel nacional como ya se ha mencionado anteriormente existe un gran número de películas realizadas con el pasar de los años, no obstante, la cantidad de producciones realizadas junto al Ministerio de Turismo son escasas. Verano no miente del director Ernesto Santisteban es una de las pocas producciones nacionales que ha tenido de alguna manera relación con el Ministerio de Turismo.

Verano no miente trata acerca de Christine (Pilar Tordera de España), una anciana lisiada en silla de ruedas que conoce a Angie (Pamela Sánchez de Ecuador) y a Santiago (Juan Carlos Rey De Castro de Perú) a quienes ella contrata supuestamente para que trabajen en su hacienda como cuidadora y restaurador de arte, teniendo en realidad como propósito sentir a través de ellos los recuerdos de su primer amor en los años 50's.

Los escenarios escogidos para la realización de esta película fueron en su mayoría en la ciudad de Cuenca y unas pocas escenas en Santa Elena, entre las ubicaciones mostradas de Cuenca están El Puente Roto, Mirador de Turi, haciendas de Tarqui, el Centro Histórico y otros espacios emblemáticos de la ciudad, según Santisteban quien también formó parte de

la Producción Ejecutiva de la película, menciona que al querer grabar en estos lugares, los cuales están denominados como turísticos despertaron el interés del Ministerio de Turismo quienes los buscaron para ver de qué manera podrían ayudar, ya que se encontraban en la búsqueda de medios para exponer los atractivos de la ciudad de Cuenca, entonces fue ahí cuando el Ministerio de Turismo entró a formar parte de Verano no Miente a través de la Film Commission.

Santisteban considera que, si tuviese que darle un valor porcentual financiero al aporte del Mintur dentro de su rubro de marcas sería del 0,5%, no obstante, considera también que el aporte del Mintur fue más significativo en la parte logística, debido a que se encargaron en su mayoría de los trámites necesarios a la hora de grabar en las diferentes locaciones, así mismo cree que fueron un pilar importante en cuanto a publicidad y a la imagen corporativa que querían mostrar.

Al observar dicha película en el contexto turístico se puede ver que existen escenas en donde se muestra a la ciudad de Cuenca junto con algunos de sus atractivos, sin embargo no es suficiente con que estos atractivos estén presentes, mas bien si la intención es usar como vitrina turística al cine, los sitios mostrados deberían tener una relevancia mucho mayor, o hacer uso de algún medio, como el título de la película, mostrar aspectos culturales, o el uso de la bandera, tal como se lo hace en Estados Unidos, lo cual ayuda al espectador a ubicarse geográficamente y si se da el caso a querer visitar el mismo.

Cabe destacar que para conseguir el apoyo de parte del estado, en este caso el Ministerio de Turismo no siempre va a depender de ellos, sino que también debe existir la búsqueda de parte de la producción y demostrar que puede existir un beneficio mutuo al trabajar en conjunto, tal como lo menciona Ernesto Santisteban quien opina que para conseguir un aporte mayor del Mintur esto podría depender también de la creatividad del productor ejecutivo, del equipo de producción porque si uno sabe que ellos pudieran quizás conectarte con otras instituciones de alguna manera, sobre

todo asociados al turismo pues uno como productor tiene que ir en la búsqueda de ese aporte y mas que nada menciona que tener al Ministerio de Turismo como parte de un proyecto refleja confianza hacia las otras marcas, que se quieran sumar a la producción.

Por otro lado, otra de las recientes producciones cinematográficas nacionales en donde se puede ver reflejado el potencial que tiene Ecuador al ser proyectado en la pantalla grande es la película *From core to sun* del director Oliver Lee Garland, y producida por Levector Films, en donde se realizaron varias tomas que destacan algunos de los paisajes que ofrece el país, sin embargo fue una producción realizada casi en su totalidad por el sector privado, teniendo únicamente a la Film Commission colaborando en ciertos aspectos logísticos, a pesar de que dicho film apuntaba a proyectarse internacionalmente.

Importancia de la promoción turística del país

El protagonismo que se le da a los paisajes, cultura, sitios turísticos o emblemáticos, de algunas producciones de la pantalla grande son tan impactantes, que impulsan a las personas a viajar. Según un estudio presentado en abril de 2018 por TCI Research, 80 millones de viajeros eligen su destino basándose en películas y series de televisión. Este estudio también muestra que el número de viajeros que decide visitar un destino tras verlo en una película o serie se ha multiplicado por dos en los últimos 5 años.

Es así como Pulido (2015) menciona que:

Independientemente de la metodología que se aplique para la promoción de un destino geográfico, hay que considerar que son estrategias que permiten la diferenciación de los competidores, y a su vez el posicionamiento del mismo en la mente de los potenciales turistas, por lo que no se debe descartar a los diferentes productos de

la industria cinematográfica como medio para alcanzar esos objetivos.
(p. 6)

El turismo es uno de los sectores económicos más importantes del mundo y Ecuador sin duda se destaca mucho por su atractivo turístico y biodiversidad, sin embargo no es suficiente con poseer sus innumerables atractivos, debido a que hace falta que sean promocionados y esto se puede ver claramente reflejado en las estadísticas presentadas por parte del World Economic Forum en donde el país cayó en el puesto 70 en el ranking de la última edición del informe, en la anterior edición del año 2017 el país se encontraba en la posición número 57.

La última campaña promocional importante que realizó el país fue “All You Need is Ecuador”, la misma que ejecutó su última fase entre el año 2015 y 2017. Esto claramente deja en evidencia lo necesario que es invertir en promoción y que en caso de no hacerlo tiene consecuencias (Alvaracín, 2019). Y es así como el Ministerio de Turismo debería plantearse la idea de trabajar en conjunto con el cine, debido a que podría destinar parte de su presupuesto promocional al cine, logrando así mostrar al país a través de la pantalla grande, tanto a nivel nacional, como internacional, ya que actualmente el cine ecuatoriano está incrementando su presencia en festivales cinematográficos internacionales.

Uno de los factores para conseguir resultados positivos podría ser que tanto el sector público como el privado se encuentren informados acerca de los beneficios que comprenden la realización de una película, los mismos que podrían ser: Obtener un mayor flujo económico en el sector de rodaje, tal como se está dando en Colombia, posicionamiento del lugar en la mente de las personas, creación de nuevos destinos turísticos y por ende mayor actividad turística, estos podrían ser algunos de los beneficios obtenidos luego de que exista un trabajo en conjunto del sector turístico y el cinematográfico.

CONCLUSIONES

Por medio de la pantalla se pueden mostrar aspectos culturales, localidades y más, los mismos que atraen a los receptores de las películas, quienes al viajar interactúan y aprenden más de ellos. Sin embargo, es necesario tener en cuenta el rol que se le da a ciertos elementos como, por ejemplo, en este caso las locaciones mostradas en la película Verano no miente, las cuales según lo observado pudieron tener un mayor protagonismo, para así generar un impacto turístico mayor del lugar mostrado.

Así mismo para que los resultados se potencien debería existir un mayor interés por parte de las entidades públicas o privadas, para que se mantengan al tanto de como el cine puede servir de vitrina turística nacional, lo cual puede ser un método efectivo de promoción turística y una oportunidad importante para promover el turismo y fortalecer nuestra imagen internacional.

El cine, así como el turismo nos permiten exponer nuestra cultura, paisajes, gastronomía, y otros aspectos, además el cine contribuye a la creación de nuevos atractivos turísticos, es por esto, que resulta difícil comprender ¿Por qué? Aún no existe un trabajo en conjunto relevante del sector turístico, con el cinematográfico en nuestro país. A pesar de la creación de la Film Commission, hasta la actualidad no ha resultado ningún trabajo que destaque de esto, además se debe considerar que su implementación va más ligada a la parte logística, que requiere una producción audiovisual con el único interés de mostrar los atractivos del país, sin embargo, después de conocer algunos de los beneficios que ofrece el cine como vitrina turística, se puede decir que el Ministerio de Turismo debería considerar el incremento de un aporte más significativo al cine nacional, para de esta manera complementar el objetivo de la Film Commission.

En fin, considerando varios de los puntos tratados anteriormente se puede decir que, el estado a pesar de no estar aprovechando al máximo la vitrina turística que ofrece el cine, ya existe un punto a favor con la creación de la

Film Commission, gracias a que de esta manera se ve reflejada la intención de potenciar la actividad turística haciendo uso de la producción Audiovisual y así mismo atrayendo a la producción extranjera, no obstante se debe considerar la implementación de otros incentivos como en Colombia y su ley 1556, ya que incrementando la producción cinematográfica nacional también se incrementa de manera directa e indirecta la economía en el país.

BIBLIOGRAFÍA

- Grenier, A. (2011). *Ciné-tourisme. Du concept au fan, au coeur de l'expérience* (Vol. 30).
- Cha, F. (2013). *Hollywood, el mejor 'agente de viajes' para promocionar un destino*. Obtenido de CNN México: <http://mexico.cnn.com/salud/2013/03/03/hollywood-el-mejoragente-de-viajes-para-promocionar-un-destino>
- Urbina, J. R. (2009). *La proyección turística de la industria cinematográfica: Estudios de cine ciudad de la luz Alicante (Tesis de grado)*. UNIVERSIDAD ALICANTE. Obtenido de https://www.academia.edu/7744709/Tesis_Turismo_y_Cine
- Loaiza, G. (2015). *Tras los pasos del Cine en Ecuador: la producción nacional y políticas de apoyo. (Revista ComHumanitas)*. Universidad de los Hemisferios (Quito-Ecuador). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5896210>
- MINTUR. (2017). *Comunicado: Ministerio de Turismo explica estrategia de Comisión Fílmica (Ministerio de Turismo)*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/comunicado-ministerio-de-turismo-explica-estrategia-de-comision-filmica-e-invita-a-todos-a-formar-parte-de-la-seleccion-ecuatoriana-de-turismo/>
- Lara, R. M. (2013). *EL FENÓMENO DEL TURISMO CINEMATOGRAFICO (Trabajo de fin de grado)*. Obtenido de Universidad de Malaga: <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/5871/Raquel%20M%20art%20c3%20Lara%20-%20TFG.pdf>
- Campo, B. G. (2014). *El turismo cinematográfico como tipología emergente del turismo cultural. (Universidad de Vigo)*. Obtenido de PASOS revista de Turismo y Patrimonio Cultural: http://www.pasosonline.org/Publicados/12114/PS0114_12.pdf

- Telégrafo. (2016). *La Ley de Cine nació gracias a la autogestión*. Obtenido de [eltelegrafo.com.ec](http://www.eltelegrafo.com.ec):
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cultura/1/la-ley-de-cine-nacio-gracias-a-la-autogestion>
- Mincultura. (2018). *Dirección de Cinematografía de Colombia (Informe)*. Obtenido de <https://www.mincultura.gov.co/prensa/noticias/Paginas/El-cine-colombiano-se-abre-espacio-en-la-industria-cinematogr%C3%A1fica-del-mundo.aspx>
- Congreso, d. C. (2012). *LEY NO. 1556 (Colombia)*. Obtenido de Cancillería Colombiana:
https://www.cancilleria.gov.co/sites/default/files/Fotos2017/ley_1556_d_e_2012.pdf
- ICCA. (2019). *Boletín estadístico trimestral de la cinematografía en Ecuador (Perspectiva Audiovisual)*. Obtenido de Instituto de Cine y Creación Audiovisual : <http://www.creatividad.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2020/02/Perspectiva-Audiovisual-No2-1.pdf>
- Telégrafo, E. (s.f.). *El cine Ecuatoriano diversifica su mercado*. Obtenido de [eltelegrafo.com.ec](http://www.eltelegrafo.com.ec):
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/cultura/10/cineecuatoriano-aqujeronegro-filme>
- Research, T. (2018). *Travel competitive intelligence*. Obtenido de TCI Research: <https://tci-research.com/>
- Alvaracín, M. (2019). *La competitividad turística de Ecuador va en caída libre*. Obtenido de Revista Gestión : <https://revistagestion.ec/economia-y-finanzas-analisis/la-competitividad-turistica-de-ecuador-va-en-caida-libre>
- Bauzá, R. A. (s.f.). *Turismo cinematográfico: Evolución y presencia en España (Trabajo de fin de grado)*. Obtenido de Universitat de les Illes

Balears:

https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/3113/Bauza_Illan_Raul_Alberto.pdf?sequence=1

Pulido, C. O. (2015). *La imagen percibida por los extranjeros de elementos argentinos proyectados en films. (Tesis de grado)*. Obtenido de Universidad Nacional de La Plata: <http://catalogo.econo.unlp.edu.ar/meran/getDocument.pl?id=733>

Universo, E. (2016). *Día del Cine Ecuatoriano: Las 10 películas más taquilleras*. Obtenido de eluniverso.com: <https://www.eluniverso.com/vida-estilo/2016/08/06/nota/5728305/dia-cine-ecuatoriano-10-peliculas-mas-taquilleras>

Mena, A. A. (2018). *Análisis de las estrategias publicitarias previo al lanzamiento de una película ecuatoriana en el periodo 2017 y 2018 (Tesis de grado)*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Repositorio digital UCSG. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/11896/1/T-UCSG-PRE-ART-IPDA-90.pdf>

Evans, M. (1997). *Plugging into TV tourism, Insights, March, pp.35 -38*.

ANEXOS

Anexo 1: Entrevista

Entrevista realizada a Ernesto Santisteban director de la película Verano no miente.

¿Cómo consiguieron que el Ministerio de Turismo forme parte de tu película Verano no miente, cómo se llegó a eso?

Bueno nosotros con el Ministerio turismo tuvimos una relación en cuanto a la preocupación que ellos tenían para poder potenciar la exhibición de la ciudad, por medio de la industria fílmica, o sea ellos tienen una comisión que como seguramente ya sabes se llama la film comission y a través de esta comisión nosotros empezamos a despertar el interés de ellos, primero por la película, al saber que íbamos a usar escenarios del atractivo turístico de la ciudad de Cuenca como el puente roto, algunas escenas un pequeño resumen de escenas casi en el desenlace de la película se veía el río, algunas partes simbólicas de la ciudad. entonces por ese lado ellos se sumaron a las marcas que nos estaban ayudando, no financieramente, pero sí lo hicieron con la logística necesaria, por ejemplo un día en la noche ellos tuvieron la gentileza de coordinar con la policía de tránsito, pusieron efectivos también para cuidarnos igual en coordinación con la costa cuando grabamos por salinas, también nos ayudaron ofreciendo apoyo con el tema de la Policía Nacional y entonces en ese sentido fue la relación que tuvimos, también estuvieron presentes en el Avant Premier de la película, hicieron un poco cobertura con fotografías tanto el Ministerio como la Film comission también hicieron detrás de cámaras, entonces eso quieras o no daba un respaldo a la parte corporativa que queríamos proyectar también de marcas que nos estaban apoyando, por ejemplo también hubo una iniciativa de reconocer a los actores y en este caso a mi persona como embajadores de la ciudad de Cuenca, entonces se hizo una activación en la cual ellos nos entregaron un reconocimiento unos diplomas como embajadores de la ciudad de Cuenca, también al actor protagónico Juan Carlos rey de Castro que vino de Perú, Pilar Tordera, en mi caso yo soy peruano pero vivo acá

pero fue tanto actores extranjeros como técnicos extranjeros, como también actores locales, entonces esta activación también fue bueno quieras o no para poder tener un respaldo y que despierte el interés del público el film.

¿Entonces sí consideras que te resulto beneficioso el aporte del Mintur?

Si desde el punto de vista logístico porque realmente a veces se nos presentan algunas circunstancias donde por ejemplo necesitábamos un hospedaje por ejemplo o un lugar donde grabar y de alguna manera no hacer las tramitaciones respectivas para grabar en ese lugar, entonces ellos se encargan de toda esa parte, era un ahorro en producción quieras o no y por otro lado también como te dije despertaba también el motivo de prensa, motivo de que hablar de la película ellos tienen también su departamento de prensa y pues prácticamente unimos dos departamentos de prensa y fortalecimos lo que fue la imagen del film, antes de la premier meses antes ya había expectativa.

¿En resumen cuales fueron los parámetros que les pidió el Ministerio de Turismo?

En primer lugar nos sentamos a dialogar con ellos hubo la iniciativa de ambas partes, ellos nos buscaron aquí en la zonal de Cuenca del Ministerio de Turismo y nos sentamos con la directora en aquel entonces Coquí León quien tuvo la gentileza siempre de respetar mucho nuestro trabajo y con su equipo de trabajo nos sentamos para poder ver cómo ellos podrían apoyarnos de las maneras que podían, porque obviamente no era un financiamiento entonces por ejemplo nosotros teníamos que grabar de noche en la carretera, entonces necesitábamos que haya control policial en varios lugares, ellos querían reconocernos, entonces decidimos aceptar ese reconocimiento de una manera pública bien organizados, fue en temas logísticos básicamente es lo que me acuerdo que fue como la agenda de apoyo que nos iban a brindar, de hecho íbamos a grabar también en el cajás, o sea en un momento habíamos pensado hacerlo pero se complicó un poquito hacerlo, creo por el clima o por tema de tiempo razón sobre, de hecho también nos apoyaron con hospedaje en el caso de actores

internacionales o sea hubo un beneficio ahí también que nosotros consideramos como parte de este equipo de marcas que nos apoyaron.

¿Entonces me dices que el del total de su presupuesto el Ministerio entonces no tuvo que ver algo ahí?

Con canje de alguna manera por ejemplo nosotros para hacer tramitaciones en general de producciones acá si hay como un rubro de presupuesto o sea sí demanda ciertos gastos y todo o sea dedicarte a eso, inclusive cancelar algunas tramitaciones, en el caso de ellos no fue así obviamente nos aliviaron desde el punto de vista de recursos humanos, nosotros obviamente si teníamos tramitadores, pero ya era como un peso menos, entonces si quieres valorarlo de ese modo entonces obviamente sí, se podría decir que fue un apoyo que en la práctica se podría decir que fue canje como una coproducción con ellos, en esa área de permisos de tramitaciones de seguridad.

¿Cuál sería el porcentaje Financiero otorgado por el Ministerio?

De participación dentro del rubro de marcas yo diría... es que hay dos cosas ahí el valor que en la práctica es y el valor que tú le vas a dar al momento que tienes tu estrategia también de publicidad, entonces quizás desde el porcentaje digamos de inversión podría ser como él 0,5% no más, es poco por ese lado, sin embargo, desde el punto de vista mediático y de apoyo en todo ello para nosotros fue uno de los pilares de publicidad muy importante.

¿Entonces tú consideras que tu película resultó beneficiosa en el turismo en este caso de Cuenca?

En cuenca nosotros tuvimos de 4 a 5 semanas en cartelera a sala llena y nos tuvieron que sacar porque venían otras películas, había mucho interés regional de que acá pues uno pueda ver lo que diariamente aprecia, pero un film que pues ya queda como un patrimonio fílmico entonces creería que el Ministerio se encargó de institucionalizar esa parte de darle esa categoría es como si tú me dijeras y voy quizás al plantear un ejemplo no aplicable pero se me ocurre que tu tengas tu película y estas que se yo en una escena involucrando un producto x Dunkin donuts por ponerte un ejemplo

obviamente estoy hablando ahorita de product placement, entonces dunkin donuts te dice mira usa la marca y te doy donas y quizás una panadería tal te quiere dar dinero a cambio de que saques su marca y estratégicamente te conviene una transnacional obviamente te conviene así no te de dinero y te de donas o no te de inclusive nada, te conviene estratégicamente que tu producto tenga marcas consolidadas, ahora obviamente estoy hablando con un razonamiento de hace 3 años, en la actualidad realmente todo suma porque estamos con un tema de pandemia de covid o sea es otra visión muy diferente pero estoy hablando, entonces para nosotros tener la participación de la film comission del Ministerio, favorecía desde el punto de vista de la seriedad que estás dando a tu película, la categoría que le estas dando y la confianza que le estas dando al público de quizás ir con su entrada y ver la película como tal, sí ya hay también un respaldo del Estado quieras o no.

¿Entonces sí consideras que el aval del Ministerio te otorgo también un público?

Sí, claro totalmente correcto, un publico y un proceso serio ante la prensa y el público en general.

¿Existe algo que te haya otorgado el Ministerio, digamos a nivel internacional aseguró algún público esto?

Sí claro, por otro lado tenías lo que hasta hace poco era el Icca otra institución con la cual también Nosotros tuvimos el registro como película nacional y ellos sí hacen concursos fondos o sea ellos si otorgan dinero a través de sus convocatorias, pero nosotros no aplicamos al Icca, sin embargo si nos ayudaron para poder hacer el registro como película nacional para la exoneración de impuestos en parte de todas las salas de cine que ahora bueno está en una crisis tremenda pero en esa época o sea ellos son parte del Estado claro ahora están con otro nombre pero a lo que voy es que en el caso del Ministerio por ejemplo a nosotros nos invitaron de Estados Unidos a través del consulado para la exhibición de la película entonces eso fue gracias también a visibilizar dentro de nuestros auspicios de alguna manera le generó confianza también ver el Ministerio de turismo ahí porque ellos lo que querían también era que conozcan el Ecuador

entonces nosotros viajamos a Atlanta en la Universidad de Kennesaw en el festival de cine latino ahí exhibimos el film y delante de todos los alumnos con traductor y compartimos lo que fue nuestra experiencia filmica en Ecuador con gente que está relacionada al cine, entonces desde ese punto de vista si yo veo la trascendencia de haber invitado en este caso al Ministerio de Turismo para poder ser parte y además no solamente eso otra cosa que es muy aparte del film ya nosotros como productora siempre hemos tenido el apoyo de la film comission o sea nos han apoyado ya sea para alguna producción donde se tiene que generar digamos una locación y con las medidas de cerrar las calles algo que también nos tocó en una producción que no tenía nada que ver con películas, pero donde se estaba exhibiendo de alguna manera la ciudad, entonces a ellos les interesa eso y nosotros también nos interesa trabajar con personas que estén ahí atentas a saber que necesitas para nosotros llamar y saber que tenemos amigos que nos van a apoyar en ese sentido y también estar un poco al tanto de que pueden ofrecer y que no pueden ofrecer, a veces yo necesitaba locaciones, necesitaba paisajes y había la disponibilidad siempre de ellos de decir mira nosotros tenemos esto, entonces tú ya sabías que quizás alguna montaña preciosa de tal lugar a través de ellos podías llegar a grabar ahí y posiblemente pues bueno no posiblemente ellos me lo decían abiertamente apoyamos con todo el tema logístico de hotel, de las facilidades para tener esa locación para grabar entonces si bien el punto de partida fue con la película el beneficio mutuo vino después también en adelante.

¿Entonces no tuvieron apoyo de otra institución del estado?

No, solamente del Ministerio de turismo y la film comission

¿El presupuesto fue más de la empresa privada?

Si nosotros apostamos desde un inicio por un plan de rodaje que no dependa del Estado no porque no sea de ayuda de hecho es muy importante el apoyo del Estado hoy por hoy están haciendo una gran gestión a nivel de concursos que claro cada uno tendrá una experiencia diferente a la hora de postular, pero a lo que voy es que nosotros quisimos ir por una manera un poco más autónoma o privada del lado de la empresa privada y

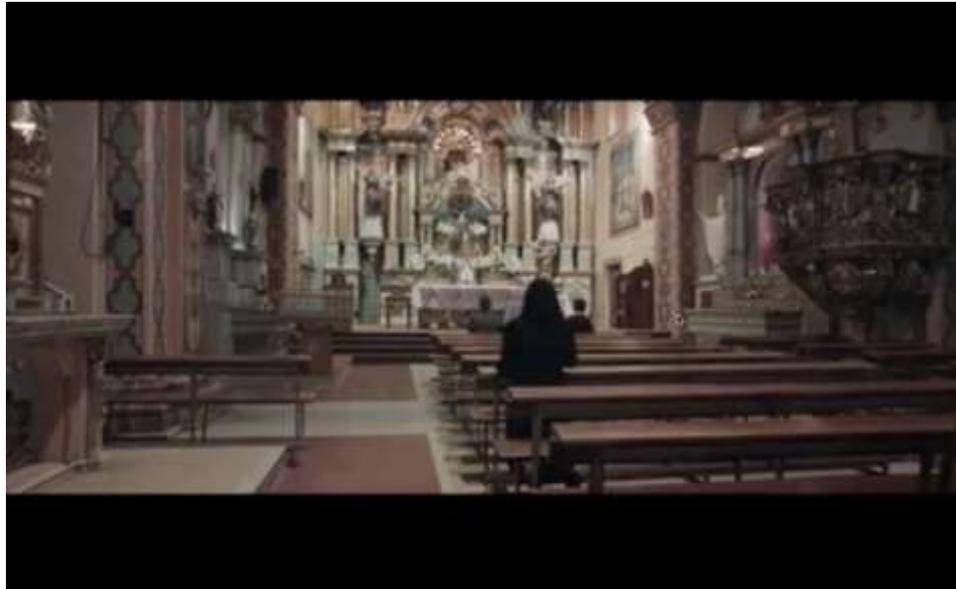
experimentar lo que es el product placement que es algo que se viene usando pues hace años en Todo el mundo o sea la casa de papel tú ves la presencia de una sola marca en las primeras temporadas de una bebida entonces y cómo te dije no es cualquier bebida o sea es como la tendencia era como lo que he visto de películas en Sudamérica para hablar la experiencia de manera regional son estos productores que le apuestan a marcas como muy selectas donde de alguna manera también estás dándole más poder a tu producción entonces una vez que la marca siente que funcionó tu película quieren entrar a la siguiente película que se yo y hay producciones también donde mira marcas nuevas es quizás el hospedaje que te ayudo a darte una cama igual va ahí y tiene presencia ya depende de cómo el productor quiere darle esa exposición. nosotros apostamos por la empresa privada con un gran porcentaje de marcas, que bueno fueron fundamentales como Hyundai, Colineal, Señal x por ejemplo con todo lo que son vallas publicitarias también fue un canje. tratamos de reunir todas esas marcas y tener esta primera experiencia que posiblemente sea la única porque ahorita te digo con el tema de la pandemia difícilmente va a funcionar un product placement aquí al menos en Ecuador no, va a ser muy complicado.

¿Consideras que el Ministerio de turismo debería dar un aporte mayor?

La ayuda de ellos si tú me preguntas si considero de que podrían dar más yo pienso que eso depende mucho también de la creatividad del productor Ejecutivo, del equipo de producción porque si tú sabes que ellos pudieran quizás conectarte con otras instituciones de alguna manera o sea sobre todo asociados al turismo que ellos que digan mira intenta hablar quizás con el Hilton, entonces pues tú vas con tu proyecto y dices mira este es mi proyecto tenemos el apoyo de la film comisión del Ministerio de Turismo y queremos participar acá. De hecho, nosotros cuando viajamos al Festival de Cine de Guayaquil nos apoyaron también con hospedaje la film comisión entonces es un tema que es cuestión de cómo planteas las cosas tu también. puede que tú vayas a grabar por la ruta del Sol, tú estudias sabes que necesitas hospedaje en algunos hoteles quizás la film comisión lo solucione directamente, quizás te dicen no pero podríamos acercarte quizás a ellos

para que tú puedas tener una conversación a ver si les conviene ayudarte por ese lado creo yo creo que más es el tema de generar confianza no de que ya es una producción que está respaldada y eso es importante es como en el estado de Georgia en Estados Unidos Georgia film aparecen en todas las producciones grandes que puedes ver en Netflix y ellos hacen otro tipo de apoyo ellos ayudan con el 30% de lo que sería el interés de los tax o sea obviamente una ayuda con esa parte, acá también se están bueno ya sabes que están tratando de sacar leyes importantes una de ellas es con la inversión extranjera, que estaría liberada de impuestos me parece que es un buen inicio habrán cosas que mejoraran.

Anexo 2: imágenes de película Verano no miente









DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **Echáiz del Pezo Marlon Gaspar**, con C.C: # **0928562297** autor del **componente práctico del examen complejo: Análisis del uso del cine como vitrina turística en Ecuador**, previo a la obtención del título de **Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **17 de septiembre** de **2020**

f. Echáiz

Nombre: **Echáiz del Pezo Marlon Gaspar**

C.C: **0928562297**



REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGIA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TEMA Y SUBTEMA:	Análisis del uso del cine como vitrina turística en Ecuador		
AUTOR(ES)	Marlon Gaspar Echáiz del Pezo		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Lcda. Diana Edith Romero Morán, Mtr.		
INSTITUCION:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Artes y Humanidades		
CARRERA:	Ingeniería en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	DE 17 de septiembre de 2020	No. DE PÁGINAS:	DE 37
ÁREAS TEMÁTICAS:	Investigación, cine nacional, turismo, audiovisual		
PALABRAS CLAVES/KEYWORDS:	Cine ecuatoriano, cine, turismo, turismo cinematográfico, film commission, rutas cinematográficas, promoción turística		
RESUMEN/ABSTRACT			
<p>Este ensayo analiza la perspectiva del cine como vitrina turística para el país. Por lo cual, se determinaron aspectos clave sobre la incidencia que puede tener la exhibición cinematográfica del país, como recurso de promoción del turismo nacional. A partir de la revisión de casos a nivel internacional se identificaron ciertas acciones políticas que se podrían implementar a nivel nacional, con el objeto de sustentar el potencial del cine nacional como vitrina turística del país. El ensayo se basa en información obtenida de la recopilación de datos, registrada del trabajo en conjunto del Ministerio de Turismo con el Cine nacional y mediante entrevista a Ernesto Santisteban quien fue el director de la película ecuatoriana Verano no miente. Por último, se plantean ciertos aspectos que deberían considerarse a la hora de querer desarrollar en Ecuador esta manera de proyectar el cine, considerando las acciones que se han realizado en otros lugares y que han contribuido positivamente a su desarrollo.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-0997865702	E-mail: m4rlonechaiz@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Mgs. Dumani Rodríguez Alex Salomón		
	Teléfono: +593-0994056820		
	E-mail: alex.dumani@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			