

SERIE 
Magíster
VOLUMEN 215

*Miradas
a la identidad
nacional
en el filme
Qué tan lejos*

*Santiago Estrella
Silva*



UNIVERSIDAD ANDINA
SIMÓN BOLÍVAR

Ecuador *25 años*



CORPORACIÓN
EDITORIA NACIONAL

Miradas a la identidad nacional
en el filme *Qué tan lejos*

SERIE 
Magíster
VOLUMEN 215

UNIVERSIDAD ANDINA SIMÓN BOLÍVAR, SEDE ECUADOR
Toledo N22-80 • Apartado postal: 17-12-569 • Quito, Ecuador
Teléfonos: (593 2) 322 8085, 299 3600 • Fax: (593 2) 322 8426
www.uasb.edu.ec • uasb@uasb.edu.ec

CORPORACIÓN EDITORA NACIONAL
Roca E9-59 y Tamayo • Apartado postal: 17-12-886 • Quito, Ecuador
Teléfonos: (593 2) 255 4358, 255 4558 • Fax: ext. 12
www.cenlibrosecuador.org • cen@cenlibrosecuador.org

Santiago Estrella Silva

**Miradas a la identidad nacional
en el filme *Qué tan lejos***



**UNIVERSIDAD ANDINA
SIMÓN BOLÍVAR**
Ecuador



**CORPORACIÓN
EDITORIA NACIONAL**

Quito, 2017

Miradas a la identidad nacional en el filme *Qué tan lejos*

Santiago Estrella Silva

SERIE 
Magíster
VOLUMEN 215

Primera edición:

Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador
Corporación Editora Nacional
Quito, 29 de septiembre de 2017

Coordinación editorial:

Quinche Ortiz Crespo

Armado:

Juan A. Manangón

Impresión:

*Ediciones Fausto Reinoso, Av. Rumipamba E1-35
y 10 de Agosto, ofic. 103, Quito.*

ISBN Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador:

978-9978-19-812-4

ISBN Corporación Editora Nacional:

978-9978-84-975-0

Derechos de autor:

Inscripción: 051976

Depósito legal: 005958

Título original: *Estudio de recepción sobre la identidad nacional
en el cine ecuatoriano en dos barrios de Quito*

Tesis para la obtención del título de Magíster en Comunicación
Programa de Maestría en Comunicación, 2014

Autor: *Santiago Estrella Silva* (correo e.: *sanestrella@gmail.com*)

Tutor: *Christian León*

Código bibliográfico del Centro de Información: *T-1502*

La versión original del texto que aparece en este libro fue sometida a un proceso de revisión de pares ciegos, conforme a las normas de publicación de la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, y de esta editorial.

Índice

Capítulo I

Recepción cinematográfica y públicos heterogéneos / 11

La recepción en tiempos de quiebre. Construcción de significados, matrices culturales y públicos heterogéneos / 11

Las mediaciones en el proceso de recepción / 24

La recepción de la obra cinematográfica / 27

Matrices socioculturales y mediaciones en la recepción cinematográfica / 29

Capítulo II

Recepción de la identidad nacional en el cine ecuatoriano / 33

Cine ecuatoriano, sus búsquedas y desarrollos / 35

La identidad nacional y la noción de ecuatorianidad / 43

La identidad nacional desde los estudios de recepción / 50

Recepción cinematográfica de la identidad nacional / 54

Capítulo III

Análisis de recepción cinematográfica en dos sectores de Quito / 59

Descripciones sociodemográficas de los públicos estudiados / 60

Recepción de la película en el Sector 1: Loma Grande / 61

Recepción de la película en el sector 2: Jardines de Carcelén / 74

Análisis comparativo / 82

Conclusiones / 91

Bibliografía / 95

Anexos / 99

*A mis hijos, Emiliano y Nicolás.
A mi compañera de camino, Lula.
A mis padres, siempre presentes, siempre.*

En este proceso de investigación se involucraron varias personas a quienes expreso mi total y profundo agradecimiento. Su colaboración, guía e impulso permitieron entregar este trabajo que plasma parte de mis intereses intelectuales y personales.

Gracias a todos los residentes de la Loma Grande y Jardines de Carcelén que ayudaron con sus ideas, opiniones y lecturas sobre los temas que se abordaron en los procesos de encuestas, entrevistas y en los *focus group*. Mención especial para Abel Gallegos y Jorge Quilca, quienes facilitaron de gran manera la realización de esta investigación.

Un gracias infinito a Christian León, quien rebasó mis expectativas como tutor del presente trabajo, guiándome y aconsejándome para lograr un producto que en lo académico y lo personal me deja plenamente satisfecho. Sus visiones y perspectivas fueron fuentes de confianza para alcanzar el objetivo y hacerlo bien.

Gracias también a mi familia: a mi esposa Lula y a mis hijos Emiliano y Nicolás, su empuje y compañía son lo mejor de la vida, el motor para seguir creyendo que cosas mejores se pueden hacer. A mis hermanos, siempre pendientes y solidarios con este proyecto. A mis tíos, los que están y los que se fueron, siempre presentes para respaldarme. A toda la familia política, en especial a doña Nelly y su insistente presión. Y, por supuesto, a mis sobrinos.

Un gracias muy especial a mis padres, Luis y Carmen. Desde todas las perspectivas los artífices de que esto sea posible. Siempre apuntando por el crecimiento personal y profesional de sus hijos y nietos, han dejado una huella imborrable. Gracias siempre.

CAPÍTULO I

Recepción cinematográfica y públicos heterogéneos

Instaurada como la fecha inaugural del cine, el 28 de diciembre de 1895, los hermanos Louis y Auguste Lumière realizaron las primeras proyecciones públicas en pantalla en el Grand Café de París.¹ Previo a ello, muchos inventos y desarrollos tecnológicos tuvieron que realizarse para lograr la ilusión del movimiento en la retina de los espectadores. A partir de allí nacería una relación entre el cine y sus públicos con mucho material, información y lógicas que principalmente se han estudiado desde la perspectiva de los textos cinematográficos, con análisis y reflexiones sobre contenidos, tendencias y propuestas.

Los públicos, sus miradas y sus lecturas, han sido menos tomados en cuenta en la producción de conocimiento, pero es a partir de los estudios de consumo y recepción, como corriente de investigación, que se convierte en una línea de interés y desarrollo científico. Establecer las bases teóricas que relacionen a la recepción cinematográfica con la heterogeneidad de los públicos es el primer anclaje que se establece en este capítulo. Comprender que esas miradas parten desde un punto y en un momento definidos por un pasado, por una historia de matrices y mediaciones, permitirá ampliar el mapa conceptual que cobija esta investigación.

LA RECEPCIÓN EN TIEMPOS DE QUIEBRE. CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICADOS, MATRICES CULTURALES Y PÚBLICOS HETEROGÉNEOS

La reivindicación del papel del receptor como individuo activo es una de las principales dimensiones desde las que se aborda al cine en la presente investigación. «La percepción, en todas las fases de la vida, es una actividad.

1. David Bordwell y Kristin Thompson, *El arte cinematográfico: Una introducción* (Barcelona: Paidós, 1995), 453.

[...] La mente no descansa nunca, está buscando permanentemente el orden y la significación».²

En la relación de los públicos con el cine hay una permanente actividad, una búsqueda continua por los significados. «Como observador activo, el espectador está examinando constantemente la obra en busca de una significación mayor, en busca de lo que dice o sugiere».³ Esos significados se estructuran no solo en el enlace que se da en el momento de la proyección, sino que en aquel se construyen desde las matrices culturales de cada individuo. En el libro *El arte cinematográfico* se ejemplifican estas diversas interpretaciones con cuatro afirmaciones sobre el significado de la película *El Mago de Oz*:

1. Durante la Depresión, un ciclón se lleva a una muchacha desde la granja de su familia en Kansas hasta la mítica tierra de Oz. Tras una serie de aventuras, regresa a casa.

2. Una muchacha sueña que abandona su casa para escapar de sus problemas. Solo después de haberse marchado se da cuenta de cuánto significa para ella su hogar.

3. Una adolescente pronta a enfrentarse al mundo de los adultos anhela el regreso al sencillo mundo de su infancia, pero finalmente acepta las exigencias de la edad adulta.

4. En una sociedad donde la valía humana se mide por el dinero, el hogar y la familia parecen ser el último refugio para los valores humanos. Esta creencia es especialmente válida en tiempos de crisis económica, como la de los Estados Unidos en los años treinta.⁴

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. El espectador y su contexto, menciona Víctor Hernández-Santaolalla, quien recoge las críticas de varios autores que cuestionan que un texto tenga un significado único e independiente: «Son las condiciones históricas, sociales y culturales, añadidas a las cognitivas y emocionales, las que indican cómo un espectador se enfrenta al filme y los interpreta; rechazando ya totalmente la idea de que un texto posea un significado inmanente».⁵

2. *Ibíd.*, 41.

3. *Ibíd.*, 49.

4. *Ibíd.*, 49-51.

5. Víctor Hernández-Santaolalla, «De la Escuela de Constanza a la teoría de la recepción cinematográfica: Un viaje de ida y vuelta», *Frame: Revista de cine de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación*, No. 6 (febrero de 2010), 212. Edición electrónica.

Frente a un mismo filme, como en este caso, *El Mago de Oz*, las significaciones que se expresan se disparan por lados distintos. Justamente, en ese punto, la recepción difiere ampliamente de los estudios de cine que se centran en el texto y su interpretación mediante perspectivas de análisis de contenidos o semióticos. En ellos las perspectivas de los autores y del propio producto son los objetivos primordiales de estudio, dejando de lado la mirada de los espectadores. Buena parte de las indagaciones de índole teórico y académico en Latinoamérica corresponden a la producción, a los contenidos y a las intenciones de los directores. En el estudio coordinado por Nilda Jacks sobre la recepción en el subcontinente se enfatiza en la poca acogida y trayectoria que tienen este tipo de producciones académicas.⁶

Desde el modelo funcionalista de la comunicación, los estudios han enfocado sus luces en el emisor y el mensaje para dilucidar los impactos en los receptores. Intentar descifrar lo que directores y productores trataron de plasmar, lo que una época o estilo quieren transmitir, zambullirse por las franjas de la interpretación crítica, ha sido el principal objeto de múltiples investigaciones. Sin embargo, el público, o los públicos cinematográficos, como categoría de estudio, tienen un menor espacio de reflexión académica. Las miradas, los contextos históricos y culturales, las formas y maneras de relacionarse del público con el cine tienen un espacio muy reducido en los estudios del ramo.

En el caso brasileño, Fernando Mascarello habla de la marginalización del interés por las audiencias cinematográficas en los estudios brasileños de cine, señalando como uno de los posibles factores a la hipertrofia del área analítica textual que impide la mirada hacia el espectador concreto.⁷ Desde la comunicación los estudios de recepción tiene ya un mayor recorrido; por ejemplo, la televisión cuenta con un camino ampliamente recorrido sobre sus audiencias. Sin embargo, el espectador de cine sigue marginado, según Mascarello. Esa precariedad en cuanto a estudios de recepción cinematográfica se replica, y con mayor acento, en Ecuador.

En un estudio reciente motivado por el CIESPAL, se da cuenta del estado de la situación de los estudios de recepción emprendidos en el Ecuador.⁸ Las investigadoras revisaron los trabajos de tesis de grado y posgrado de las

6. Nilda Jacks, coord., *Análisis de recepción en América Latina: Un recuerdo histórico con perspectivas al futuro* (Quito: CIESPAL, 2011), 11.

7. Fernando Mascarello, «Desesperadamente buscando a la audiencia cinematográfica brasileña, o cómo y por qué los estudios brasileños de cine siguen siendo textualistas», *Global Media Journal* 3, No. 5 (2006), <<http://gmje.mty.itesm.mx/mascarello.htm>>, consulta: 20 de junio de 2013.

8. Betty Basantes, Ruth Herrera Talbot y Pamela J. Cruz, «Ecuador: Un análisis de los estudios de recepción a inicios del siglo XXI», en Jacks, coord., *Análisis de recepción*, 167.

universidades del país y encontraron que la recepción ocupa un espacio marginal dentro de la investigación de la comunicación. Se puede visualizar casos como los de la Universidad Central del Ecuador, donde de 1.140 tesis evaluadas hasta 2009, apenas 16 corresponden al enfoque de recepción; en la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, solo una tesis de grado corresponde al área de estudio que nos compromete; en la U. Politécnica Salesiana se registran 11, mientras que en la FLACSO-Ecuador, de las 568 tesis solo cinco son sobre recepción. Este estudio de Betty Basantes, Ruth Herrera y Pamela Cruz considera también a la Universidad Andina, en la cual, en el período 2000-2009, registran 12 estudios de recepción. Estos datos dan cuenta limitado abordaje que se da a los estudios de recepción en el campo teórico de la comunicación, lo que a su vez deja abiertas muchas posibilidades de exploración para esta y futuras investigaciones.

En el informe antes mencionado se concluye que las y los autores se inclinan en su mayoría por técnicas cualitativas de investigación, mediante la incursión etnográfica y microsociológica en las audiencias. Entre las técnicas más utilizadas están las entrevistas a profundidad, grupos focales, testimonios, observación participante, historias de vida y bitácoras de campo. Ese panorama indica que la intención de comprender a los públicos, de entender el sentido o proyección que el sujeto hace ante los textos mediáticos, es una constante en este marginal campo de estudio de la comunicación. Cabe mencionar que de la revisión de estudios de recepción que se han realizado en el Ecuador, solo uno corresponde al ámbito del cine, una tesis que indaga el consumo massmediático de la fealdad del dibujo animado Shrek, que data de 2006.⁹ La gran mayoría se enfocan en la televisión o los periódicos como productos ante los que los públicos posan sus miradas.

En el ámbito latinoamericano el panorama es similar: son pocos los estudios de recepción cinematográfica, aunque cada vez son más los interesados en esta línea. En México los análisis se amplían y trabajos como los de Patricia Torres San Martín sobre «La recepción del cine mexicano y las construcciones de género»,¹⁰ marcan una pauta para moverse en este novedoso terreno académico, con la guía primordial de Néstor García Canclini.

En ese contexto, el criterio del mexicano Guillermo Orozco nos ayuda a enfocar la presente investigación, pues considera que los estudios de recepción

9. Alexandra Almeida, «Consumo massmediático de la fealdad del dibujo animado cinematográfico Shrek» (tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, 2006).
10. Patricia Torres San Martín, «La recepción del cine mexicano y las construcciones de género: ¿Formación de una audiencia nacional?», *La Ventana: Revista de estudios de género III*, No. 27 (2008): 60. <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362008000100004>.

tienen un potencial importante para el entendimiento de los procesos de comunicación contemporáneos.¹¹ El interés particular de este estudio es relacionar al cine ecuatoriano con los estudios de recepción para investigar sobre la producción de significados acerca de ese complejo concepto e imaginario que constituye la identidad nacional. Los terrenos de la percepción, apropiación, negociación y reproducción de las significaciones que los públicos se plantean en relación a lo que denominamos cine ecuatoriano, son la base de este trabajo. Para llevar adelante la investigación se analizó dos películas que, consideradas desde su construcción, plantean elementos concretos de identidad nacional; *Qué tan lejos* (2006), de la cineasta cuencana Tania Hermida; y *Prometeo deportado* (2010), del guayaquileño Fernando Mieles.

La selección de estas producciones, entre el listado de películas ecuatorianas, corresponde a una decisión de investigación que privilegia una línea temática que está presente en las dos películas. Se trata de la intencionalidad de los guionistas-directores por proponer una mirada directa de la identidad nacional y su visión irónica y crítica de esos rasgos identitarios. No son las únicas películas nacionales que lo plantean, pero son las dos que más claramente proponen en sus narrativas, diálogos y personajes esta temática de particular interés para el presente estudio.

Qué tan lejos es una película estrenada en Ecuador en 2006. Es el primer largometraje que escribe y dirige Hermida y es el resultado de no menos de tres años de trabajo y una producción que involucró a alrededor de 30 personas, un presupuesto de 200 mil dólares y cinco semanas de rodaje en ocho provincias ecuatorianas. La sinopsis propone que: «Esperanza y Tristeza no encontrarán el país de postal que buscaban ni el amor ideal en el que creían, pero su viaje por los Andes y la Costa del Ecuador les mostrará que hay otros lugares y otros amores posibles».¹²

Efectivamente se trata de una película de carretera que supone un viaje de Tristeza (Cecilia Vallejo) desde Quito hasta Cuenca para intentar rescatar de un matrimonio arreglado a su supuesto novio. Al mismo tiempo llega al país Esperanza (Tania Martínez), quien es una española que gusta de viajar por el mundo, documentando sus experiencias con una pequeña cámara de video. La casualidad hace que se encuentren desde el inicio del viaje en el autobús y sigan el recorrido mediante caminata y autostop, pues el país se encuentra en un paro indígena. Durante el viaje se descubren los personajes, principalmente Tristeza y su drama interno por un amor frustrado. En el recorrido se encuen-

11. Guillermo Orozco Gómez, *Recepción y mediaciones: Casos de investigación en América Latina* (Buenos Aires: Norma, 2002), 16.

12. Información tomada del sitio web: <www.ecuadorparalargo.com>. Consulta: 15 de agosto de 2013.

tran con Jesús (Pancho Aguirre), quien se une al grupo para formar una triada de viajeros que avanzan como pueden por los Andes ecuatorianos, y con Andrés (Fausto Miño), un joven de clase media alta, que por coincidencia también va rumbo a Cuenca para el matrimonio de su amigo, que luego se descubrirá que es el novio frustrado de Tristeza. El cierre de carreteras y la decepción de la protagonista provocan que su rumbo se desvíe hacia el litoral para llegar a la playa. Finalmente Tristeza y Esperanza logran su cometido de llegar hasta Cuenca, no evitan el matrimonio, pero como propone la sinopsis de la película, han realizado un viaje que también ha sido un viaje interno para los personajes, un paseo alrededor de sus sensibilidades para autodescubrirse.

En el caso de *Prometeo deportado*, la película se estrenó en 2010, y cuenta con el guion y la dirección de Fernando Mieles en su primer largometraje de ficción. De acuerdo a la sinopsis plantea:

¿Qué tienen en común un mago, una *top model*, un escritor, un licenciado y un campeón de aguas abiertas? Todos tienen un mismo pasado y destino. Comparten junto a muchos otros el orgullo y la desdicha de ser ecuatorianos. Y ahora se encuentran estancados en la sala de espera de un aeropuerto de algún país de la Unión Europea. Ahí tratarán de convivir con muchos otros compatriotas y poco a poco convertirán su lugar de detención, en un pequeño Ecuador.¹³

La cinta se desarrolla en la sala de espera de algún aeropuerto de la Unión Europea donde un primer grupo de ecuatorianos es detenido para investigaciones. Allí se descubre a los primeros personajes: Prometeo (Carlos Gallegos), un joven prestidigitador que se convierte en el protagonista, haciendo alarde de sus cualidades como mago escapista. Aparece también Afrodita (Ximena Mieles), una modelo que esconde su propia identidad; allí también se encuentran el escritor fracasado, el deportista y más personajes que, conforme avanza la cinta, hacen de la sala de espera un pequeño Ecuador. Con el pasar del tiempo las condiciones empeoran en la pequeña sala de espera, las relaciones de poder aparecen para parodiar lo que sucede en el país natal y finalmente Prometeo y Afrodita abren las puertas a otro lugar, por medio de la magia; un lugar distinto, tal vez la única posibilidad de salir de aquel encierro.

La pertinencia de las dos películas planteadas para el estudio radica en la importancia que dan sus autores a retratar la identidad nacional desde sus respectivas visiones. En *Qué tan lejos* se utiliza una voz en *off* para presentar rasgos identitarios de los personajes y de las ciudades por las que atraviesan

13. Información tomada del sitio web de la película: <www.prometeodeportado.com> y del blog de crítica *Cinespera*: <http://cinealberto.blogspot.com/2010/10/critica-de-prometeo-deportado_4885.html>. Consulta: 15 de agosto de 2013.

durante el viaje. Se hacen alusiones permanentes a lo el Ecuador «es» en los diálogos de los personajes, como en la escena donde se detienen en una gasolinera y Esperanza se da cuenta que se ha perdido parte del viaje por estar dormida, entonces Tristeza le pide la cámara de video para grabar y le responde a Esperanza que está grabando: «el Ecuador *man*, el Ecuador» mientras en la imagen se ve un letrero en la parte posterior de un camión que reza: «no te pegues que no es bolero».

Otro ejemplo se da hacia el inicio del filme, cuando Esperanza llega desde al aeropuerto en un taxi a un hostel denominado «Gringa Loca» y mantiene una discusión con el taxista por el cobro mayor del traslado y por el vuelto. Se pone en evidencia el rasgo popularmente conocido como «viveza criolla». Por último, están los paisajes y parajes andinos como telones de fondo, como la escena telúrica donde Tristeza y Esperanza caminan por los montes y se encuentran con un grupo de niños que trasladan unas ovejas, un momento como muchos más donde se hace referencia a lo propio, a lo local.

En *Prometeo deportado* las referencias a la identidad nacional son todavía más visibles. Desde el inicio del filme se menciona al Ecuador como una línea imaginaria, infiriendo que los ecuatorianos son también seres imaginarios; es decir, inexistentes. Hay, además, una clara intención del director y guionista en poner de manifiesto la diversidad: en la sala están los cuencanos, los quiteños, los de la Costa y cada grupo hace evidente sus costumbres. Por ejemplo, en el momento de la comida, donde al principio comen lo que el aeropuerto les ofrece, pero después aparecen los platos típicos: cuy, cangrejo y demás.

Por lo expuesto, las dos cintas plantean claramente intenciones de representar la identidad nacional, de mostrarla, criticarla y reflexionar sobre ella. Esta es la razón de que fueran escogidas para este estudio. Sin embargo, aunque finalmente la investigación arrojó datos importantes sobre el consumo de los dos filmes, al hecho de que *Prometeo deportado* prácticamente no haya sido visto previamente por los públicos estudiados, y dado el planteamiento que llevaba este estudio, fue preciso descartar su uso pues era importante para este proceso que las personas con las que se realizaría la investigación a fondo hubieran visto las películas. No obstante, queda abierta la posibilidad para que futuros estudios planteen otras herramientas y se amplíe el corpus, ya que en nuestro caso puntual lo que nos interesa son las lecturas y significaciones particulares antes que las generalizaciones que puedan encontrarse durante el proceso de investigación.

Aparece entonces la categoría de la recepción cinematográfica como el puntal para el presente trabajo, cuyo interés fundamental se centra en indagar las lecturas y sentidos que los públicos de dos sectores diferentes de Quito hacen sobre la identidad nacional en una película ecuatoriana. ¿Cómo públicos geográficos, culturales y socioeconómicos distintos, con sus propias estructu-

ras y comportamientos, miran y generan sentido sobre el complejo concepto de identidad nacional en una película que, desde su propuesta, aborda esta temática como elemento primordial de su narración?

En la Primera Colección del Cine Nacional, que compiló y difundió el Consejo Nacional de Cinematografía (en adelante CNCine) en 2011, se juntaron cuatro obras declaradas clásicas: *Dos para el Camino*; *La Tigra*; *Ratas, ratones y rateros*, y *Fuera de juego*. Como parte de la presentación de esta colección se incluye un video que invita a valorar la producción nacional y termina con una imagen de la bandera del Ecuador de fondo y una frase determinante: «En el cine ecuatoriano nos encontramos tod@s».¹⁴ Pero ¿Cómo es ese ecuatoriano que se encuentra reflejado en la pantalla?, ¿cómo se puede definir y reconocer al ecuatoriano modelo que aglutine a todos los ecuatorianos?, ¿existe el ecuatoriano tipo?

Los estudios posmodernos nos plantean identidades múltiples, desterritorializadas, nómadas, donde no existe una sola y esencial identidad. Además, la autoidentificación de los espectadores ya no tienen que ver solo con identidades culturales y nacionales estables, sino que se evidencian identificaciones generacionales, por estilos de vida, por grupos sociales, entre otras posibilidades. Para este caso, no es pertinente plantearse al ecuatoriano como una abstracción natural, aplicable para todos los nacidos o identificados como ecuatorianos, por lo que el llamado del CNCine, en su *spot* promocional entra en crisis y supone comprender las lecturas que los públicos hacen de estas formas distintas de concebir la identidad nacional. Allí la pertinencia de este estudio de recepción que pone en juego la comunicación que se establece entre el cine y sus públicos, con las distintas mediaciones que intervienen.

La recepción cinematográfica se ancla en la corriente de Guillermo Orozco para quien «analizar la recepción más que una moda es un modo de inquirir sobre la comunicación y sobre la producción de significados».¹⁵ Es clave entender la recepción como interacción, como un permanente juego y negociación de sensibilidades, miradas, observaciones y sentidos en un complejo ecosistema social y cultural. La recepción cinematográfica y la relación con públicos heterogéneos nos plantea un rico abanico de posibilidades de lecturas, poniendo en crisis todos los preceptos tradicionales, lo cual le da un carácter enigmático al trabajo. No sabemos qué y cómo entienden los públicos al cine nacional, qué ven en las películas, cómo se ven –si es que se ven en las pantallas–. Son muchas las preguntas que se plantean en ese espectro.

14. CNCine, película *Dos para el camino*, Primera Colección del Cine Nacional, 2011.

15. Orozco, *Recepción y mediaciones*, 16.

¿Cómo es el espectador de cine actual? García Canclini se refiere a Pierre Bourdieu para abordar esta interrogante, cuando este habla del campo artístico y literario como «un sistema de relaciones entre productores, difusores y receptores que comparten un campo cultural común y luchan por su apropiación».¹⁶ Añade Canclini que «el espectador de cine es un invento del siglo XX [...] y se está transformando la forma de ver cine, de producirlo y comunicarlo»,¹⁷ sin contar que para entonces las tecnologías no eran lo que son hoy. Los públicos ya no solo están en las salas de cine, ya no solo ven películas completas, ya no solo se enteran de ellas por los diarios, por ello García Canclini se refería a la ramificación de los gustos y hábitos de consumo de las audiencias:

Desarrollar esa plurifuncionalidad de la cinematografía requiere conocer mejor cómo se diversifican los gustos e intereses de los públicos, cómo están transformándose en medio de innovaciones tecnológicas y socioculturales. Y por tanto, cómo debe reorganizarse el campo audiovisual –no solo cinematográfico– a fin de atender la heterogeneidad y la renovación de audiencias.¹⁸

Esta compleja relación, una que está en constante renovación, de los públicos con el cine hace que los análisis cuantitativos arrojen resultados útiles, en general, pero que no ahondan en lo particular, mientras que la recepción cualitativa nos permite ingresar en casos específicos en los que se puede encontrar más pistas de lo que está sucediendo en esa relación pantallas-públicos. «Los estudios de recepción rompen con el privilegio del emisor y el dogma de que el contenido es el mensaje»¹⁹ Es precisamente en la relación donde trabajan los estudios de recepción, en las interacciones que se dan entre el producto o película y sus espectadores, pero esa interacción no se entiende como momentánea, sino que se refiere a todo lo que sucede antes y después de ese contacto, las expectativas previas y las significaciones posteriores. Es un proceso continuo.

Si reiteramos que el cine ya no solo está en las salas de cine, ni que los públicos son únicos, homogéneos y generalizantes, tenemos un gran paraguas para trabajar. El cine está en casa, está en internet, en los teléfonos móviles, está en la vida cotidiana y forma parte de muchos otros elementos que en mayor o menor medida configuran el mapa de una sociedad. Los imaginarios que se configuran por medio del cine se expresan en la recepción, mucho más en la

16. Nestor García Canclini, *Los nuevos espectadores* (México DF: Instituto Mexicano de Cinematografía, 1993), 15.

17. *Ibíd.*

18. *Ibíd.*, 37.

19. Guillermo Orozco Gómez, «Los estudios de recepción: De un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos», en Florencia Saintout y Natalia Ferrante, comp., *¿Y la recepción?: Balance crítico de los estudios sobre el público* (Buenos Aires: La Crujía, 2006), 16.

actual era posmoderna que propone quiebres con el pasado reciente, tal como lo expresa Juan Gómez Bárcena en alusión a la obra de Gerard Ímbert:

Su objetivo es examinar la llamada función proyectiva o imaginaria del cine, esto es, su capacidad para expresar por debajo del texto cinematográfico un subtexto velado que exponga las obsesiones, fobias y deseos más ocultos de la sociedad. De lo que se trata en definitiva es de desentrañar un imaginario que podemos llamar posmoderno; un nuevo paradigma en el que los valores de la Modernidad han entrado en quiebra y en el que nuestra identidad y aún nuestro concepto de la realidad se encuentran fatalmente amenazados.²⁰

Esos subtextos, esas lecturas que los espectadores diversos hacen desde el cine, en un momento histórico de crisis, nos permiten indagar y comprender su armado con respecto a la identidad nacional. Entonces, ¿cuál es el papel que juega el cine ecuatoriano en la conformación de esa identidad? En el trabajo referente que García Canclini realizó en México, en los años 90, se concluye que los efectos emocionales y la relación con lo ya conocido (desde la historia nacional hasta la vida cotidiana) parecen ser factores claves para que una película guste al público. A partir de este referente investigativo veremos que en el caso de los públicos estudiados de Quito esas son condiciones que terminan alejando a los espectadores de las producciones locales.

Cabe agregar que en el concepto de recepción cinematográfica nos referiremos a cine como el producto elaborado con la intención de ser proyectado en pantalla grande. Es decir que ha sido producido y pensado para que el público lo vea y disfrute en salas de cine, en pantallas gigantes y en proyecciones de alta calidad, no obstante de que después puedan ser consumidas en otros entornos. No hacemos distinción en formatos, pero si una diferenciación con las películas pensadas para televisión o internet, donde las pantallas son de menor tamaño y se consumen bajo diferentes circunstancias, generando otra apreciación del producto. Para esta investigación entenderemos a las películas cinematográficas como aquellas pensadas, desde antes de su producción, para ser proyectadas en pantalla grande; esto como una acotación metodológica que no desconoce al cine para televisión, al audiovisual y sus posibilidades en otras pantallas.

En ese sentido, la cinta que trabajamos en este estudio, *Qué tan lejos* fue pensada para y estrenada en salas de cine, para luego ser en DVD e incluso se difundió por televisión. Producir para pantalla grande o para televisión tiene diversas concepciones que tienen que ver con la intención de lo que se

20. Juan Gómez Bárcena, «Descifrando la modernidad», en Gérard Ímbert, *Cine e imaginarios sociales: El cine posmoderno como experiencia de los límites (1990-2010)* (Madrid: Cátedra, 2010), 243.

quiere contar al público. A los factores técnicos se suman factores sociales que también modifican la forma de consumir, la forma de percibir una película. Si la intención primaria es el cine en gran pantalla, la proyección en televisión o en la pantalla de un teléfono móvil sufre transformaciones donde se pierde información²¹, se dan cambios en la coloración y muchos otros aspectos técnicos que no son menores desde la producción.²² Además, las lógicas y rituales de consumo también cambian. Las reglas y costumbres en las salas de cine son diferentes a las que existen al ver una película en la propia casa, donde se puede detener, retroceder o adelantar la película. Por lo tanto, el espectador de cine se caracteriza hoy por su diversidad, por una actividad que rebasa de la mera acción de mirar.

«La recepción es producción. La recepción es interacción».²³ Así define Guillermo Orozco a la actividad que los públicos realizan cuando se enfrentan a las pantallas o a producciones mediáticas. Desde esta fundamental premisa se toma distancia de los modelos funcionalistas, que fijaban al receptor como un depositario de los mensajes que el emisor quería transmitir. También se aleja de la idea del receptor pasivo, quien se acomoda en su amplió sillón de sala para mirar por horas la televisión, sin ninguna capacidad de tomar partido en esa desigual relación emisor-receptor. Al asumir que la recepción es producción e interacción se mira al receptor como un polo determinante de la comunicación, donde no empieza ni termina la comunicación, sino donde transita, se renueva, se alimenta y continúa.²⁴ Es más bien una idea risomática la que acompaña a esta definición, ya que el receptor, con sus lecturas propias de lo que mira, con sus formas de consumir y múltiples factores adicionales, renueva el estímulo, el cual será reformulado en cada actividad del receptor. La interacción es permanente. «Los Estudios de Recepción siguen siendo una opción para entender no solo a los sujetos sociales contemporáneos en las interacciones varias que entablan con los medios y tecnologías de la información, sino también muchos de los procesos socioculturales, políticos y económicos mayores de los cuales participan».²⁵

21. Se entiende aquí por información al porcentaje de material visual y sonoro que las diferentes pantallas y formatos omiten en una proyección o reproducción.

22. Bordwell y Thompson, *El arte cinematográfico*, 27.

23. Orozco, *Recepción y mediaciones*, 18.

24. Cabe puntualizar que si bien el cine está dentro del campo artístico, de acuerdo a la línea de García Canclini que hemos utilizado, en esta investigación asumimos el perfil de comunicación que tiene el cine sobre todo en la relación que mantienen los realizadores con sus públicos, y dado que este es un estudio de recepción que se pone en la vereda de los espectadores para indagar sus lecturas y significaciones de una película, asumimos que el hecho cinematográfico de ver un filme es además de otros componentes, un hecho comunicacional.

25. Orozco, «Los estudios de recepción», 3.

El concepto de recepción nos sitúa frente a los condicionamientos que el receptor tiene de sus contextos sociopolíticos y culturales. Ese ropaje que carga, hace que sus lecturas y sentidos varíen, cambien, se desestabilicen. Las circunstancias de consumo, así como las mediaciones culturales y sociales, acompañadas de las experiencias internas y situaciones personales pasadas y coyunturales, hacen que la lectura de un texto —en nuestro caso una película— tenga como premisa fundamental el ser particular e inestable. Esto no invalida la capacidad de generar hilos conectores desde la investigación que nos permita lanzar ideas de la forma cómo los públicos están mirando conceptos como los de identidad nacional en su propio cine.

Un punto importante a tomar en cuenta es el que plantea Orozco frente al estatus del receptor. El abordaje de poder y despoder de los sujetos receptores frente al hecho cinematográfico tiene que estar explicitado, según el teórico mexicano. Y en eso la investigación tendrá el cuidado necesario de identificar y puntualizar el estatus de los sujetos que serán estudiados. Al trabajar en dos sectores geográficamente separados, se observan los encuentros y desencuentros en las miradas de cada uno, a partir de mediaciones, formas de consumo y características particulares que permiten dilucidar en qué situación de la comunicación se encuentran los sujetos estudiados.

De acuerdo a John Thompson se distinguen cuatro tipos de poder para diferenciar el punto desde el que se encuentran los espectadores en la comunicación: el «poder económico, poder político, poder coercitivo y poder simbólico».²⁶ En este último se enmarca el presente estudio, ya que hace referencia a la actividad productiva, transmisora y receptora de formas simbólicas significativas donde encaja perfectamente el cine y todo su proceso. Las relaciones de intercambio simbólico donde se encuentra ubicado el espectador de la película es un factor clave para los estudios que buscan acercarse a su mirada y sus lecturas.

Dentro del concepto de recepción y considerando el privilegio que han tenido medios como la televisión en los estudios de este estilo, en detrimento de los análisis con el cine como foco de atención, hay que apuntar que el cine no solo es un hecho masivo, un hecho de entretenimiento; es también una obra de arte. Entonces en la relación del receptor con la obra de arte aparecen otros entramados donde la actividad del espectador termina construyendo el sentido de la película. Hans Robert Jauss es mencionado por Hernández Santaolalla para explicar que «existen dos horizontes de expectativas, el del autor y el del receptor, que si bien coinciden en el momento en que aparece la obra, después se irán distanciando, pues mientras el primero permanece fijo,

26. John Thompson, *Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación* (Barcelona: Paidós, 1998), 30.

el segundo irá cambiando dependiendo del momento socio-histórico en el que nos encontramos».²⁷ Es decir, hay un deslizamiento del sentido, menciona Florencia Saintout: «una no clausura de sentido en la obra, que tiene que ver con un receptor condicionado por los contextos socio políticos y culturales que lo atraviesan».²⁸ Entonces, la recepción del arte cinematográfico, que dependerá también del consumo y las formas de consumir ese producto, está condicionada también por la tradición artística del cine.

Dentro de la recepción se utiliza el término lectura para configurar en una palabra la actividad que el receptor realiza en su interacción con la obra cinematográfica. Pese a los reparos que tal término puede tener, nos parece útil su uso, desde la perspectiva de que leer una película implica una actividad –y ya hemos dicho que la recepción es producción e interacción–, pero una actividad completa, donde el ver, escuchar y sentir están integrados y cada uno juega su propio papel en la acción. La lectura cinematográfica nos permite comprender los sentidos y significaciones que el receptor está haciendo frente a la película, ampliando y deslizando los significados.

Ahora bien, en los estudios de recepción hay varios referentes que actúan como mediadores en las interacciones específicas entre segmentos puntuales de audiencias y medios, tal como lo menciona G. Orozco.²⁹ En esa perspectiva teórica de las múltiples mediaciones estarían referentes culturales, de género, raza o etnia, clase social, edad, lugar de procedencia o residencia. A este tipo de referentes se sumarían rasgos más personales como las apropiaciones vitales y las experiencias. Todos estos y seguramente muchos más actúan como mediadores en el proceso de recepción: «Todos los referentes sirven como mediadores en las interacciones específicas entre segmentos de audiencias y medios».³⁰

Otro concepto clave atado a la recepción, y que se asume para esta investigación, es la *capacidad de agencia* de los sujetos sociales que asumen los estudios de recepción.³¹ Esta capacidad de agencia permitiría a los sujetos sociales negociar los significados y la producción de sentido. Con ello se da un salto del mero reconocimiento de las audiencias como activas, a que esa actividad significa no solo una reacción frente al estímulo, sin que por ello sea siempre consciente tampoco, sino que obedece a patrones socioculturales establecidos, aprendidos y desarrollados a lo largo de sus vidas. Este concepto esbozado por Orozco permite eludir el determinismo de los estudios de recep-

27. Hernández Santaolalla, «De la Escuela de Constanza», 200.

28. Florencia Saintout, «La construcción del público desde el pensamiento nacional en la Argentina: La revista *Crisis*, un estudio de caso», en Orozco, coord., *Recepción y mediaciones*, 113.

29. Orozco, «Los estudios de recepción», 7.

30. *Ibíd.*

31. *Ibíd.*, 8.

ción y reconoce la creatividad y la iniciativa personal de los sujetos en sus intercambios comunicacionales.

Con esto se marca la distancia de los estudios de efectos, usos y gratificaciones que suelen asumir a los intercambios como reproducción. En la recepción, como se la asume en esta investigación, los miembros de las audiencias siguen siendo sujetos sociales situados y es desde ahí donde entablan su interacción comunicacional. Esto siempre desde el paraguas conceptual de las múltiples mediaciones de Guillermo Orozco. Es por ello que tomamos literalmente la recomendación del pensador mexicano cuando dice que «es importante lograr un conocimiento lo más integral de sus situaciones y contexto para explorar sus particulares mediaciones».³²

LAS MEDIACIONES EN EL PROCESO DE RECEPCIÓN

Cuando G. Orozco habla de los referentes culturales, de género, raza o etnia, lugar de procedencia o residencia, edad, así como de las experiencias y apropiaciones vitales, enfoca a todos estos referentes como «mediadores en las interacciones específicas entre segmentos de audiencias y medios».³³ Cuando asumimos la línea comunicacional del cine dentro del entorno cultural donde la película y las audiencias se encuentran, asumimos que las mediaciones están presentes y configuran las lecturas que los públicos establecen sobre determinado hecho. Lograr un conocimiento de las situaciones y contextos que se encierran en torno a las audiencias nos permitirá establecer sus particulares mediaciones, datos que por sí solos ya arrojarán escenarios socioculturales de enorme interés.

A las dimensiones económica, social y simbólica que propone Orozco para el estudio de los hechos culturales, Eric Hirsch agrega la dimensión moral, como una importante mediación el momento de consumir. Se refiere a la economía moral donde la persona, la familia y la comunidad se presentan para configurar un conjunto de principios, valores, consideraciones que se toman en cuenta o no al momento de consumir un bien cultural.

La familia [...] es una economía moral debido a que las actividades económicas de sus miembros, dentro de la casa así como en el mundo del trabajo, del ocio y de las compras en su sentido más amplio, están definidas e informadas por un conjunto de cogniciones, evaluaciones y estéticas, definidas e informa-

32. *Ibíd.*, 8-9.

33. *Ibíd.*, 7.

das ellas mismas por las historias, las biografías y las políticas de la familia y de sus miembros.³⁴

Fernando Checa amplía esta propuesta al complementarla con el concepto de televidencia de segundo orden de Guillermo Orozco.³⁵ Se refiere a lo que sucede antes y después del contacto con el medio, con lo cual se abona al criterio de proceso y no de momento. Los *ratings* miden el momento, cuántas personas están viendo en determinado momento el mismo canal; mientras que cuando nos referimos al proceso, entramos en esta «lectura de segundo orden», para entender la resemantización colectiva y la socialización de la experiencia. Es en ese camino donde la dimensión moral también juega un papel predominante, ¿qué decide hacer el público con ese texto cinematográfico desde su propia moral?, ¿cómo mira los elementos planteados?

Estos conceptos entran dentro del marco cultural y de la discusión del cine como arte o industria de masas, que Walter Benjamin analiza en su texto *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica*, donde aclara que:

así como en los tiempos prehistóricos la obra de arte fue ante todo un instrumento de la magia en virtud del peso absoluto que recaía en su valor ritual —un instrumento que solo más tarde fue reconocido en cierta medida como obra de arte—, así ahora, cuando su peso absoluto recae en su valor de exhibición, la obra de arte se ha convertido en una creación dotada de funciones completamente nuevas, entre las cuales destaca la que nos es conocida: la función artística —la misma que más tarde será reconocida tal vez como accesorio—. De lo que no hay duda es de que [sic] el cine es actualmente el hecho que más se presta para llegar a esta conclusión.³⁶

Entonces, nos encontramos en un panorama donde el cine y su consumo lo asumimos alejado de esa aura de la que Benjamin habla. Las nuevas funciones adicionales a la artística hacen que sea factible su análisis desde la recepción comunicacional, encontrando en esa relación de la película con los públicos factores adicionales a las de la experiencia estética. Justamente el cineasta e investigador Octavio Getino enfatizó en el perfil comunicacional del cine en un contexto más actual:

34. Roger Silverstone, Eric Hirsch y David Morley, «Tecnologías de la información y de la comunicación y la economía moral de la familia», en Roger Silverstone y Eric Hirsch, edit., *Los efectos de la nueva comunicación: El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia* (Barcelona: Bosch, 1996), 43.

35. Fernando Checa, «De la «recepción» al «consumo»: Una necesaria reflexión conceptual», en Jacks, coord., *Análisis de recepción*, 14.

36. Walter Benjamin, *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica* (México DF: Itaca, 2003), 54.

Convengamos que el cine es, antes que nada, un poderoso medio de comunicación social, aunque por sus características peculiares, puede también convertirse, aunque sólo a veces, en medio de expresión artística, según los valores estéticos que aparezcan en algunas de sus realizaciones. En este sentido, la calificación generalizada que se le ha otorgado como «*séptimo arte*» al cine en general, reviste un tono más presuntuoso y «marketinero» que real. Porque el cine puede producir inolvidables obras pertenecientes al campo del arte y la cultura universal, pero también, en la absoluta mayoría de los casos, películas sin ningún valor reconocible que rápidamente pasan al olvido. Sin hablar ya de la infinidad de producciones cinematográficas y audiovisuales que no están concebidas para su circulación en las salas de cine, sino destinadas a cumplir finalidades muy diversas en la educación y la capacitación, la divulgación cultural, la información documental, la propaganda ideológica o religiosa y la publicitación de industrias y servicios, o el entretenimiento.³⁷

Queda, entonces, establecida para la presente investigación que en la discusión sobre la concepción del cine como arte o como comunicación, no consideramos una disyuntiva excluyente, sino que, como se ha sustentado desde varias miradas, las dos dimensiones pueden ser analizadas y estudiadas, sea desde la tradición artística o desde el perfil de la comunicación. Ya que nuestro interés radica en las lecturas de los espectadores sobre un concepto e imaginario puntual, nos interesa más el entorno comunicacional del cine para que se enfatice en la recepción. Es por ello que se resalta la dimensión moral que intervienen en el consumo y que intentamos develar con el estudio. Pero si bien el concepto de consumo aparece más ligado al entorno comercial, desde la comunicación y la definición de García Canclini encontramos una interpretación más amplia.

El consumo cultural se entiende como «el conjunto de procesos de apropiación y uso de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos se configuran subordinados a la dimensión simbólica».³⁸ En ese sentido las significaciones que se dan en el proceso del consumo de los bienes culturales activan las reflexiones y lecturas de los espectadores, por lo tanto, remata García Canclini, *el consumo sirve para pensar*.

Comprender la forma en que consumen los distintos públicos al cine, nos ofrece ya una amplia información y nos permite configurar escenarios de mediaciones que influyen en las lecturas particulares. Desde esa perspectiva se justifica aún más la decisión de establecer este estudio en dos sectores diferentes, uno con configuraciones que se acercan a lo tradicional como la Loma Grande y

37. Octavio Getino, «El cine, entre lo universal y lo universal situado», *Pensar Iberoamérica: Revista de cultura*, No. 9 (julio-octubre 2006). <<http://www.oei.es/pensariberoamerica/ric09a04.htm>>, consulta: 15 de agosto de 2013.

38. Néstor García Canclini, *Consumidores y ciudadanos* (México DF: Grijalbo, 1995), 42.

otro con características que se apegan hacia lo contemporáneo, como Jardines de Carcelén, para constatar si esa circunstancia, como uno de los referentes claramente diferenciados, ya establece lecturas variadas de la película analizada. Esas características diversas influyen y se constituyen en un importante mediador en el proceso de recepción del cine ecuatoriano y el criterio de identidad nacional.

Pero el proceso de las mediaciones va mucho más allá de identificar cuáles son y cómo intervienen en el proceso de comunicación, ese que se da también en el momento en que el espectador se enfrenta a la película, y viceversa. Es decir, si bien se pueden encontrar aportes interesantes en conocer si el público de un sector o de otro se siente identificado o mira, incluso críticamente, elementos de identidad nacional en la película con la que trabajamos, la intención es que las lecturas avancen hacia el proceso, hacia ese antes y después de enfrentarse al filme. Es decir, una construcción permanente, tal como lo recomienda el boliviano Marcelo Guardia Crespo: «utilizar la rica experiencia metodológica de los estudios de audiencia latinoamericanos para conocer cómo los públicos interpretan no solo la «realidad mediática», sino también el contexto social real de su entorno».³⁹

Esto nos obliga a plantearnos la forma en la que miramos el consumo cultural y el reposicionamiento de miradas hacia temas identitarios, vinculados con la recepción de imágenes locales mediadas por las producciones nacionales, en el caso particular del cine.⁴⁰ Es precisamente la perspectiva que estamos abordando: cómo esas imágenes locales planteadas en una película ecuatoriana entonan con las multidentidades, y las multimediaciones, desde la lectura de públicos distintos tanto por su distanciamiento geográfico, como por su composición social, sus comportamientos, sus mediaciones.

LA RECEPCIÓN DE LA OBRA CINEMATOGRAFICA

Patricia Torres San Martín, en su trabajo sobre *Cine, género y jóvenes*, concluye que la mayor parte de la audiencia utiliza el cine de una manera muy personal. Y al final de cuentas son los factores contextuales, más que los textuales, los que sostienen el proceso de recepción cinematográfica.⁴¹

39. Marcelo Guardia Crespo, «Bolivia: El mundo real re-interpretado en los estudios de audiencia bolivianos», en Jacks, coord., *Análisis de recepción*, 64.
40. Mónica Villarroel, Pablo Andrade y Rubén Dittus, «Chile: Posibilidades y certezas de una geografía incierta», en Jacks, coord., *Análisis de recepción*, 127.
41. Patricia Torres San Martín, *Cine, género y jóvenes: El cine mexicano contemporáneo y su audiencia tapatía* (México DF: Universidad de Guadalajara, 2011), 49.

Volvemos al criterio de proceso siempre que nos referimos a recepción. Desde ese punto de partida, la recepción cinematográfica no se establece solo como el hecho de indagar cómo ven cine determinados públicos, sino en el sentido que construyen desde ese estímulo conjuntamente con otras mediaciones.

En ese proceso hay que entender que si bien el cine tradicional, el de la sala oscura con sonido envolvente y mínimas distracciones, es hoy por hoy solo una de las posibilidades de consumir, limitar al cine a ese único espacio significa desconocer esas otras mediaciones que intervienen en el proceso cine y sus públicos. Por lo tanto, la recepción cinematográfica no se limita al tiempo de duración de la película en la pantalla de cine; es una construcción que se encuentra en ese momento, o en cualquier otro donde se consuma, y continúa después, de acuerdo a la fuerza de las mediaciones e impactos que esa película provoque. En ese sentido Patricia Torres propone cinco tipos de audiencias que es preciso distinguir con relación a su consumo de cine:

1. Real, medible, cuantificable. La taquilla o los boletos vendidos.
2. Audiencia subjetiva: no visible, intangible.
3. La audiencia de los productores y directores: Es la audiencia para la cual se quisiera ofrecer un producto fílmico.
4. La audiencia sintiente y hablante: la percepción de sectores del público cuando son abordados y expresan sentido de su intercambio con el cine.
5. Audiencia in situ: en la sala de cine.⁴²

Esta diferenciación de audiencias nos enfrenta al hecho de que el público tiene diversas formas de reaccionar y considerarlas. En el Encuentro Nacional de Cine, organizado en Quito en enero de 2014, por el CNCine, se recurrió constantemente a las cifras, a los boletos vendidos como primordial preocupación de productores y cineastas. De hecho, la convocatoria venía sintetizada bajo la premisa de que la producción de cine ecuatoriano ha crecido, pero su público no. Claramente la mirada está puesta sobre el primer tipo de audiencia que plantea Torres, y en menor medida en el tercero. Sin embargo, las miradas más subjetivas, los criterios de la gente y las mediaciones que le atraviesan no se toman en cuenta en este análisis sobre el cine nacional. En buena medida se asume cómo es el público, muchas veces con un aire de paternalismo por considerarlo no preparado, pero allí justamente se esconde la diversidad de miradas, de lecturas de un público heterogéneo, con matrices y múltiples mediaciones que alteran su forma de ver el cine.

No obstante, la recepción cinematográfica no se limita a los números y taquillas; tampoco se desprende ni mira sobre el hombro estos datos, sino que

42. Torres San Martín, *Cine, género y jóvenes*, 50.

lo asume como un elemento adicional que ayuda a entender el fenómeno del cine y su relación con los públicos. En su tesis sobre el consumo de la fealdad del dibujo animado cinematográfico *Shrek*,⁴³ Alexandra Almeida se centró en el estudio de las prácticas cotidianas, es decir, las actividades sociales significantes, de los sujetos que investigó. En ese sentido, analizar el contexto histórico y social resulta muy importante para comprender esas lecturas. El objetivo primordial es aprehender el proceso de recepción antes que centrarse en los efectos que la película podría provocar.

Las significaciones que los públicos encuentran frente a la obra cinematográfica tienen una serie de matices que deben ser considerados para que el estudio de recepción se acerque a la comprensión de sus lecturas. Esa audiencia sintiente y hablante plantea sus propias interpretaciones y con esa información se formula un aporte de conocimiento para el cine ecuatoriano que históricamente relegó al espectador a ser principalmente un número de taquilla. En el intercambio con el cine, con la obra, en esa relación surgen lecturas que proponen cambios, nuevas formas, otros planteamientos, algo que desde productores y realizadores parece no ser tomado en cuenta.

MATRICES SOCIOCULTURALES Y MEDIACIONES EN LA RECEPCIÓN CINEMATOGRAFICA

Carlos Scolari⁴⁴ recuerda el «click» que significó la presencia de Martín-Barbero, García Canclini y Aníbal Ford para cambiar la mirada y el paradigma de la comunicación, dejando atrás los enfoques de la *Mass Communication Research*. Dejar de mirar el objeto (la comunicación) y centrarse en el proceso es una de las anclas del autor del libro referente *De los medios a las mediaciones*. Es que precisamente cambiar esa mirada, dejar de analizar los contenidos para ver qué hace la gente con lo que ve, es la premisa clave para los estudios de recepción. Scolari reivindica el valor de esta corriente teórica que se enfoca en analizar lo que los espectadores ven y cómo lo ven, dejando de lado el hipercriticismo que acaba con todo programa de televisión y película de corte popular.

Martín-Barbero trabajó mucho con la telenovela por considerarla un espacio donde la audiencia se multiplica y confluye, seguramente porque logran

43. Almeida, «Consumo massmediático de la fealdad», 12.

44. Carlos Scolari, «Estudios de recepción en América Latina: Más allá de las audiencias», *Hipermediaciones* (2012) <<http://hipermediaciones.com/2012/09/01/estudios-de-recepcion-en-america-latina-mas-alla-de-las-audiencias/?blogsub=confirming#subscribe-blog>>, consulta: mayo de 2013.

ver algo «bueno» y «útil» en ello; sin embargo, para los críticos son productos que prácticamente deberían desaparecer, eso si no son catalogados de peligrosos.

En una entrevista a Jesús Martín-Barbero, que forma parte del prólogo del libro *De las audiencias contemplativas a los productores conectados*, revela el cambio de paradigma en su visión de la comunicación:

Yo partí al revés, porque partía de la comunicación cotidiana de la gente, cuando armo el concepto de «mediación» es para poder pensar eso: los actores, los sujetos, los movimientos. Porque la comunicación es cuestión de actores, por eso mi idea de pasar del concepto de ideología al de cultura política, porque las ideologías siguen siendo de los partidos y no de la gente.⁴⁵

Es que en las mediaciones lo importante es el sujeto, sus relaciones con los contextos, donde los medios de comunicación o el cine no son entendidos como únicos mediadores, sino que son una parte más de esa múltiple relación. Cine y sociedad, cine y vidas cotidianas, cine y movimientos sociales, cine y estructuras de producción; una compleja situación que hace de la comunicación lo que hemos venido manteniendo: un proceso. Según Guillermo Orozco, la mediación es: «El lugar desde donde se produce el sentido de los procesos comunicativos. La mediación destaca como un componente activo y estructurante. Así se descentra la concepción de recepción de la *communication research* que asume a la recepción como una etapa más de la lineal emisor-mensaje-receptor, y reubica la recepción en la cultura».⁴⁶

La mediación múltiple, como modelo teórico-metodológico, nos permite atar con las matrices socioculturales como referentes de esas mediaciones. El «escalofrío epistemológico», expresado por Martín-Barbero, resulta clave para entender el descentramiento en el entendimiento del proceso comunicativo: «la necesidad de cambiar el lugar desde donde se formulan las preguntas».⁴⁷

¿Qué veían los espectadores encantados y llorosos en *La ley del monte*, que los profesores y académicos no podían/sabían ver? Parecería ser la pregunta clave para una buena parte de directores y productores ecuatorianos que se complace con el aumento de la producción de películas pero se lamenta de la pobre respuesta del público en las salas comerciales. ¿Por qué buena parte de nuestros directores no conectan con el gran público? Algunas pistas intentamos dar con este trabajo que se centra en los sujetos y sus procesos de identificación, en sus

45. *Ibíd.*

46. Guillermo Orozco Gómez, «Travesías y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina», *Comunicación y Sociedad*, No. 38 (julio-diciembre de 2000), (México DF: Universidad de Guadalajara): 16.

47. Jesús Martín-Barbero, *Oficio de cartógrafo: Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura* (Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2004), 29.

contextos y matrices culturales para adentrarnos en las mediaciones que influyen en sus particulares lecturas de pertenencia o no con la identidad nacional.

La línea teórica que nos guía es la del descentramiento en la forma de pensar y asumir la comunicación, trabajada por Martín-Barbero. Esta línea va más allá de la mera presunción del perceptor –como prefiere definirlo Barbero– como alguien que no recibe pasivamente los efectos de los medios, sino que se ubica en un cambio del punto de vista del análisis: «El rescate de los modos de réplica del dominado desplaza el proceso de decodificación del campo de la comunicación, son sus canales, sus medios y sus mensajes, al campo de la cultura, o mejor, de los conflictos que articula la cultura, de los conflictos entre culturas y de la hegemonía».⁴⁸

Entonces el desafío de los estudios de recepción se ubica no solo en los medios, sino en los mediadores y en los modelos culturales. El planteamiento supone armar un mapa para dar cuenta de la pluralidad de las relaciones en los procesos donde los sujetos realizan diversas operaciones (de rechazo, asimilación u otros), con unas matrices establecidas (clase, territorio, etnia, religión, género, edad), desde un lugar (trabajo, barrio, etc.) y en relación con los medios (cine, radio, televisión, internet, redes sociales).

Ahondando en el concepto de matrices culturales, tomamos la definición de Martín-Barbero cuando menciona que

hablar de matrices no es evocar lo arcaico sino hacer explícito lo que carga hoy, para indagar no lo que sobrevive del tiempo aquel en el que los relatos o los gestos populares eran auténticos sino lo que hace que ciertas matrices narrativas o escenográficas sigan vivas, esto es sigan secretamente conectando con la vida, los miedos y las esperanzas de la gente.⁴⁹

La mirada no se posa ni en el medio ni en el texto, sino en la mediaciones, donde las matrices culturales tienden puentes entre el pasado conocido con los relatos actuales y por allí es por donde conectan las sensibilidades sobre todo con productos que apelan al contar, al narrar historias cercanas. Respecto a la telenovela, Martín-Barbero apunta que es en la lectura de las narraciones, los personajes, el perceptor y la historia donde se disputan los espacios, sobreponiéndose los roles e identificándose entre unos y otros. Actúan todo el tiempo, y a veces el perceptor siente que es el actor o que una situación de la pantalla es la suya propia, y la vive como tal.

Es con las matrices culturales y su puesta en práctica, con la incorporación de los contextos en un continuo proceso donde se encuentra un cúmulo de

48. *Ibíd.*, 125.

49. *Ibíd.*, 167.

experiencias, que nos acercamos a comprender la relación entre las pantallas y el receptor. Sin embargo, hay que entender que esas matrices culturales están en constante disputa, no son estáticas esculturas mentales que nos acompañan, sino que se renuevan, cambian y actualizan conforme nuevas formas y prácticas ingresan. Por lo tanto en esta investigación, que explora las lecturas que ciertos públicos de Quito hacen de las representaciones de la identidad nacional, nos centramos en las relaciones que establecen esos públicos seleccionados con el cine, en ese proceso que se marca por las mediaciones y las matrices personales y culturales, en un tiempo-espacio determinado. Las distancias y críticas que terminarán expresándose en un sector, y el reconocimiento en el otro, serán insumos relevantes para entender la forma cómo determinados públicos miran el cine local.

CAPÍTULO II

Recepción de la identidad nacional en el cine ecuatoriano

Una mirada crítica al concepto de lo nacional, que pone en cuestión el tema de la ecuatorianidad, tanto para la identidad como para el cine, anclando a ese concepto la recepción por parte de dos públicos diversos de Quito, es el camino que recorre este capítulo para preparar el terreno teórico frente a la investigación de campo que se expone en el capítulo siguiente.

Los conceptos de identidad nacional y cine nacional tienen miradas que se contraponen en su relación con su uso político y su uso cotidiano. Desde lo teórico los cambios que desmitifican lo nacional como algo estático, inamovible y duradero para aceptar la heterogeneidad de las identidades es una corriente que se adapta mejor a los tiempos actuales; sin embargo, teóricos como Carmen Rodríguez Fuentes y Andrew Higson reconocen que, pese a enmarcarse en esa marea crítica de lo nacional y la identidad, no se puede desconocer que su uso político y cotidiano tiene aún argumentos válidos para mantenerse vigente.

Desde la perspectiva de Rodríguez Fuentes, la nación mitifica a sus integrantes por medio de la identificación: «Los miembros que pertenecen a una nación se identifican entre ellos como semejantes y en contraposición a los componentes de otras naciones».⁵⁰ Esto tiene relación con la definición que Benedict Anderson diera para nación: «una comunidad política imaginada como inherentemente limitada y soberana»,⁵¹ donde el carácter imaginario viene dado por la imposibilidad de la mayoría de los miembros de esa nación para conocer a sus compatriotas. Ese carácter imaginario se ancla en la forma como la identidad nacional se apoya, entre otros elementos, en la identidad cultural, que no es otra cosa que una construcción para definir a esa comunidad, sujeta a los cambios que se procesan en la sociedad.

Imaginario y construcción van de la mano y por ello en este estudio se acoge la mirada sobre el cine nacional que hace Rodríguez Fuentes, quien menciona que al ser un hecho cultural inserta aportes en ese proceso constructivo

50. Carmen Rodríguez Fuentes, «Cinematografía e identidad», *Fotocinema: Revista científica de cine y fotografía* (2011): 77. Edición electrónica.

51. Benedict Anderson, *Comunidades imaginadas* (México DF: Fondo de Cultura Económica, 1993), 23.

de identidad: «El cine es un medio de comunicación que proporciona, o puede proporcionar, diferentes modelos de representación de una nación. Porque los cineastas son mediadores de la sociedad y pueden contribuir a construir la identidad». ⁵² El cine, sus productores y realizadores son un factor más dentro de las múltiples mediaciones, tal vez con mayor relevancia en la tradición fílmica latinoamericana donde los presupuestos narrativos y de producción marcan distancia con las estructuras hegemónicas del cine norteamericano, por lo que la voz y mirada autoral tiene un peso diferente. Por ello, la relativización de Rodríguez Fuentes sobre si el cine puede o podría proporcionar modelos de representación de una nación parece pertinente y relevante para la presente investigación.

Aquí Andrew Higson pregunta ¿cuándo un cine es nacional?, y además cuestiona la utilidad de este concepto. Es que desde Higson «la nación primero es forjada y luego es mantenida como una esfera pública delimitada», ⁵³ hay una identificación construida previamente, pero que corre el riesgo de excluir la diversidad, la diáspora, y que desconoce otras identidades particulares, sociales, extra fronteras. En esa medida Higson plantea las tensiones que existen para definir un cine nacional entre dos dimensiones: en casa y lejos, entre el reconocimiento de lo propio y el reconocimiento a partir del otro, del externo, de lo que diferencia. «El problema de esta formulación es que tiende a suponer que la identidad y la tradición nacional ya están completamente formadas y fijadas en su lugar». ⁵⁴ Las formaciones culturales contemporáneas son invariablemente híbridas e impuras, sentencia Higson, por lo cual apuntar a un único concepto de cine nacional y de identidad nacional no solo que resulta inadecuado, sino que incluso inútil para un estudio que pretende comprender miradas y lecturas diversas.

Entonces, en los apuntes de estos dos teóricos se acentúa el perfil conceptual que propone el presente trabajo en su capítulo I, donde se desarrolla la idea de la recepción y los públicos heterogéneos. Las lecturas de identidad nacional no pueden estar atadas a concepciones acabadas y finales de lo que nos identifica como ecuatorianos, ya que, como lo mencionan Rodríguez Fuentes e Higson, el hecho cultural que además significa el cine es un elemento que aporta en esa construcción de identidad cultural, y por último de identidad nacional, pero dentro de un continuo proceso, dentro de tensiones entre lo propio y lo ajeno que luchan por establecer la identificación. Para ello, será importante revisar las búsquedas y desarrollos que ha experimentado el cine ecuatoriano, siempre con ese cuestionamiento sobre qué es en realidad el cine nacional.

52. Rodríguez Fuentes, «Cinematografía e identidad», 80-1.

53. Andrew Higson, «La limitante imaginación del cine nacional», *Criterios*, No. 59 (2014), (La Habana: Centro Teórico-Cultural Criterios): 996. Edición electrónica.

54. *Ibíd.*, 1000.

CINE ECUATORIANO, SUS BÚSQUEDAS Y DESARROLLOS

En la cronología del cine ecuatoriano elaborada por la investigadora Wilma Granda,⁵⁵ se detalla que en 1906 el italiano Carlo Valenti filmó y exhibió en Guayaquil los primeros registros cinematográficos en Ecuador. En 1910 se constituyó la primera empresa productora y distribuidora de cine *Ambos Mundos*, la misma que abre la primera sala de cine en Guayaquil: *Edén*. Luego, en 1914, Jorge Córdova Chiriboga funda la Compañía de Cines de Quito y construye en un solo año cuatro salas monumentales: Variedades, Popular, Puerta del Sol y Royal Edén. El 7 de agosto de 1924 se registra como la fecha en que se realiza la primera exhibición de un largometraje de argumento; se trata de *Los tesoros de Atahualpa*, de la empresa Ecuador Film Co., dirigida y financiada por Augusto San Miguel. En menos de un año el guayaquileño estrenará dos largometrajes argumentales más: *Se necesita un guagua* y *Un abismo y dos almas*.

De acuerdo al *Diccionario del cine iberoamericano*:

A lo largo del siglo XX el cine ecuatoriano tiene un desarrollo esporádico debido en gran medida a la iniciativa individual. Su historia puede definirse por tres características: la falta de instituciones para el fomento de la producción cinematográfica, la intermitencia de la filmografía realizada y la persistencia de sistemas de producción de bajo nivel de especialización.⁵⁶

Por ello resulta complejo hablar claramente de una tradición del cine ecuatoriano, pues se trata más bien de un proceso que responde a las iniciativas personales y a procesos de producción colaborativos donde prima más lo experimental en cada nueva película. Estas lógicas se mantuvieron vigentes por varias décadas.

Al analizar los primeros 100 años del cine, desde su primera exhibición en París, el 28 de diciembre de 1895, la trayectoria ecuatoriana no presenta demasiados elementos que destacar. Jorge Luis Serrano lo grafica claramente: «De algún modo podemos decir que mientras el mundo celebra los cien años del cine, nosotros recién cumplíamos nuestros primeros, bisoños veinte años».⁵⁷

Documentales y registros de noticieros se destacan entre 1920 y 1970, con nombres de cineastas como el explorador sueco Rolf Blomberg, quien filmó 15 piezas sobre la flora, fauna y culturas indígenas del país. En las décadas de 1970 y 1980 se produce lo que el *Diccionario del cine iberoamericano*

55. Wilma Granda, «Cronología del cine ecuatoriano», *Encuentros: Revista nacional de cultura*, No. 10 (2007), (Quito: Consejo Nacional de Cultura): 29.

56. Christian León, «Ecuador», en Emilio Casares Rodicio, edit., *Diccionario del cine Iberoamericano: España, Portugal y América* (Madrid: Sociedad General de Autores y Editores, 2011), 487.

57. Jorge Luis Serrano, *El nacimiento de una noción* (Quito: Acuario, 2001), 23.

llama el *boom* del documental indigenista, con realizadores como José Corral Tagle, Fredy Elhers, Gustavo Guayasamín, Teodoro Gómez de la Torre, Raúl Khalifé y Jaime Cuesta. Previo a estos años, algunos melodramas musicales causaron revuelo, pero es en la década de 1980 donde se empiezan a evidenciar cambios en la forma de concebir el cine.

Dos para el camino (1980), de Jaime Cuesta, vendría a ser la pionera de un nuevo momento ecuatoriano, a la que se sumarían luego *La Tigra* (1989), de Camilo Luzuriaga, y *Sensaciones* (1991) de los hermanos Juan Esteban y Viviana Cordero. Si bien es ambicioso catalogar de proceso a lo que sucedía por la década de los 80 e inicios de los 90, resulta importante lo que pasaba en el ámbito de algunos realizadores y trabajadores del cine que estuvieron agremiados en ASOCINE, desde donde se promueve, la primera *Ley de Cine*, en 1979. Desde esa época, la aspiración por contar con una legislación para el sector se vuelve un constante requerimiento y no es sino hasta 2006 que se concreta ese anhelo en la *Ley de Fomento del Cine Nacional* que crea el CNCine.

Como reconoce esta institución en su sitio web, su eje conductor es el fomento del cine, para lo cual ha destinado, de 2007 a 2013, un consolidado de US \$ 4.733.000 en concursos anuales que han beneficiado a 248 proyectos de un total de 1.255 presentados en ese periodo.

Desde la creación del CNCine, y la puesta en marcha de los fondos concursables, la producción cinematográfica creció hasta llegar a un récord, en el 2013, de 13 filmes ecuatorianos estrenados en salas comerciales, y alrededor de 250.000 espectadores, según datos de esa misma entidad. Esta sola cifra produjo un debate en el sector que, por un lado, evidenciaba con simpatía el crecimiento en cuanto a la producción cinematográfica, pero que, por otro, develaba un estancamiento en cuanto al número de asistentes a las salas, tomando en cuenta que las películas más taquilleras de la historia ecuatoriana, *La Tigra* y *Qué tan lejos*, por sí solas consiguieron superar los 200.000 espectadores.

Aunque los datos con los que cuenta el CNCine no son completos, ya que se encuentran en un proceso de seguimiento para consolidar toda la información en lo que a datos de taquilla se refiere, sus registros indican que en 2007 se reportan dos estrenos comerciales: el documental *AVC: Del sueño al caos*, de Isabel Dávalos, y *Esas no son penas*, de Anahí Hoeneisen y Daniel Andrade, esta última con 40.000 espectadores. Para 2008 suman tres los estrenos comerciales: *Cuando me toque a mí*, de Víctor Arregui, con 21.000 asistentes; *Retazos de vida*, de Viviana Cordero; y *Va por ti Ecuador*, de Erich Gómez. El siguiente año, 2009, ya son cinco los estrenos: *Cuba el valor de una utopía*, de Yanara Guayasamín, con 8.910 asistentes; *Impulso*, de Mateo Herrera, con 20.000 espectadores; *Black Mama*, de Miguel Alvear y Patricio Andrade; *Desde abajo*, de Carlos Piñeyros; y *Los canallas*, de Cristina Franco, Jorge Fegan, Nataly Valencia y Diego Coral.

El 2010 reporta tres estrenos: *Prometeo deportado*, de Fernando Mielles, alcanzando 162.000 asistentes; *María como juego de niños*, de Galo Hidalgo; y *Abuelos*, de Carla Valencia. En 2011 suben los estrenos a cuatro: *Con mi corazón en Yambo*, de María Fernanda Restrepo, con 150.000 espectadores; *En el nombre de la hija*, de Tania Hermida y un público total de 85.260; *A tus espaldas*, de Tito Jara, con poco más de 100.000 personas en salas; y *Celmira*, de Rodrigo Pacheco.

Para 2012 sigue la curva ascendente de estrenos con un total de cinco en salas comerciales: *Sin otoño, sin primavera*, de Iván Mora, con 35.000 espectadores; *La llamada*, de David Nieto y 26.000 asistentes; *Po Poc*, de Daniel Jácome; *Santa Elena en bus*, de Gabriel Páez; y *Pescador*, de Sebastián Cordero, con 100.000 espectadores. Llega 2013 con la explosión de estrenos: *Mejor no hablar de ciertas cosas*, Javier Andrade, 53.000 personas; *No robarás* (a menos que sea necesario), Viviana Cordero, 25.000 personas; *La muerte de Jaime Roldós*, Lisandra Rivera y Manolo Sarmiento, 54.873 personas; *Monos con gallinas*, Alfredo León, 33.791 personas; *Distante Cercanía*, Alex Schlenker y Diego Coral, 10.000 personas; *Ruta de la luna*, Juan Sebastián Jácome, 6.500 personas; *El facilitador*, Víctor Arregui, 13.148 personas; *Resonancia*, Mateo Herrera, 864 personas; *Tinta Sangre*, Mateo Herrera, 17.000 personas; *Estrella 14*, Santiago Paladines, 2.000 personas; *Cuento sin hadas*, Sergio Briones, 3.800 personas; *Ya no soy pura*, Edgar Rojas; *Rómpete una pata*, Víctor Arregui, 10.000 personas.

Luego del prolífico año, en 2014 el CNCine reporta siete estrenos: *Quito 2023*, de César Moscoso, con 6.458 espectadores; *Saudade*, de Juan Carlos Donoso, con 9.344 asistentes; *Spencer*, de Paúl Venegas, con 4.000 personas en salas; *Feriado*, de Diego Araujo, con 10.800 espectadores; *A estas alturas de la vida*, de Alex Cisneros y Manuel Calisto, con 4.200 asistentes; *Asier eta Biok*, de Amaia Merino y Aitor Merino, con 1.440 personas; y *Un par de estúpidos*, de Iván Valero, con 343 espectadores.⁵⁸

Al mirar los datos se establecen en una primera instancia, y tomando en cuenta únicamente el reporte de taquilla, dos curvas muy marcadas: la del ascenso en estrenos de películas nacionales, y la del descenso del público en las salas comerciales. Esta tendencia se volvió un nudo crítico para los productores, al punto que fue uno de los ejes de debate del II Encuentro Nacional de Cine de enero de 2014. Allí se analizaba, desde la mirada de los productores y realizadores, la poca audiencia en las salas de cine, atribuyendo el hecho a factores como una deficiente difusión, las nuevas pantallas que, en la actual era tecnológica, compiten con la gran pantalla, al poco interés de los productores

por la etapa de distribución y promoción, donde generalmente ya llegan sin recursos, entre otros factores.

Para ahondar datos, que ayuden a contextualizar el fenómeno actual del cine ecuatoriano, acudimos a los indicadores del sector que se recogen en la *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales* del INEC de 2011-2012.⁵⁹ Se identifica allí que el 5,40% de los hogares en el ámbito nacional registran gastos en cine, siendo el promedio mensual de gasto de US \$ 17,66. Si a este dato le aumentamos el porcentaje de hogares que registran gastos en CD de música o películas que se ubica en el 27,30%, con un promedio mensual de US \$ 4,07, tenemos un panorama de hogares que tienen una intencionalidad de ver y consumir cine que apenas supera el 30%. Tan solo este dato arroja información importante sobre el interés que tienen, en general, los ecuatorianos por el cine, siendo mayoritario el desapego que se siente hacia esta expresión artística. No por ello habrá que desestimar el consumo de películas en pantallas de televisión, por internet o en dispositivos móviles, a pesar de que la problemática está claramente establecida frente al consumo en salas comerciales: la mayoría de los ciudadanos ecuatorianos no van al cine y, en contraparte, se producen más filmes. El fenómeno se establecería fácilmente bajo la ecuación de que a más películas y el mismo número de público, este se reparte ante el aumento de oferta, pero no es tan sencillo, porque las cifras no evidencian una ecuación exacta, sino que, más bien, el desinterés por las propuestas locales se ubica en otras posibles explicaciones.

En este punto los criterios de varios cineastas recogidos en el artículo de Carla Maldonado, en la revista *Mundo Diners*, nos ayudan a entender el fenómeno. Lo que se puede inferir de este artículo es que los costos de producción no se recuperan con las taquillas y en alguna medida esto viene dado también por la poca inversión que productores y directores pueden hacer para la promoción y distribución del proyecto. Víctor Arregui lo ejemplifica con su película *El facilitador*, donde los costos bordearon los US \$ 400.000 pero necesitaría al menos US \$ 100.000 adicionales para publicidad. «No es un problema de poco público o de calidad, sino de difusión. Se acaba el dinero al terminar el trabajo», dice Arregui en la nota de Maldonado.⁶⁰ En este artículo se ratifica que «El Ecuador y América Latina están copados por Hollywood. El cine ecuatoriano apenas representa el 2% del mercado local, el resto está dominado por las

59. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales*, <<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-ingresos-y-gastos-de-los-hogares-urbanos-y-rurales/>>. Consulta: mayo de 2013.

60. Carla Maldonado, «El cine ecuatoriano entre la cantidad y la calidad», *Mundo Diners*, 21 de febrero de 2014. Edición electrónica.

empresas multinacionales. [...] catorce millones de personas fueron al cine en 2011, de ellas 400.000 disfrutaron de la creatividad ecuatoriana».⁶¹

Otro ejemplo en ese sentido es lo ocurrido en 2012, año en el que se registraron un total de 157 estrenos en todas las salas, siendo solo tres en ese año las que corresponden a cine ecuatoriano. Este panorama de exhibición y lógicas de distribución marcan una concentración de salas en pocas ciudades, con una amplia oferta de producción extranjera, preferentemente norteamericana, en detrimento de otras fuentes como las latinoamericanas. Aunque Supercines podría aparecer como la única que diversifica geográficamente la exhibición al contar con salas en ciudades como Babahoyo, Daule, La Libertad o Riobamba, se convierte en el único oferente en estos sectores siendo dirimente en lo que estos públicos ven o dejan de ver. La experiencia del documental *La muerte de Jaime Roldós* ejemplifica el riesgo de esa única oferta cuando la cadena de cines decidió no exhibirla, privando a esos públicos de verla en pantalla grande.

Retornando la mirada para apreciar la evolución de las salas de cine, el *Diccionario del cine iberoamericano* reseña que en los primeros años del cine en Ecuador se abrieron 20 salas de cine en Guayaquil y cuatro en Quito. Muchas de ellas se mantuvieron con el paso de los años, haciendo del cine una de las experiencias líderes del entretenimiento del ecuatoriano promedio.

En la misma obra, se menciona incluso que entre los años 1950-1970: «el mercado de exhibición nacional se compara a nivel regional con plazas como las de Perú o Chile. Durante estas décadas el circuito de exhibición llega a contar con 180 salas esparcidas por ciudades grandes y pequeñas y más de noventa mil butacas».⁶² Pero este apogeo vería su declive desde mediados de los años 80, donde se evidencia la contracción de los circuitos de exhibición y da paso al modelo de multisalas en centros comerciales,

Para el año 2000, las cifras son bien distintas. Sobreviven 19 de esas salas mientras se han creado complejos multiplex solo en tres grandes ciudades, Quito, Guayaquil y Cuenca. Una población de doce millones de personas arroja un promedio de seis millones de espectadores por año. El mercado local cuenta con algo más de cien pantallas y cerca de dieciocho mil butacas, cifra alentadora sin duda, pero lejana de las noventa mil que un día existieron en la década de 1970.⁶³

La reducción y liberación de impuestos genera nuevas oportunidades a exhibidores quienes modernizan sus salas y aprovechan también la coyuntura

61. *Ibíd.*

62. Wilma Granda, Gabriela Alemán y Jorge Luis Serrano, «Arquitectura de salas», en Emilio Casares Rodicio, edit., *Diccionario del cine iberoamericano: España, Portugal y América*, t. I (Madrid: Sociedad General de Autores y Editores, 2011), 487.

63. *Ibíd.*, 488.

de la dolarización para afianzar el negocio. Es así que, según el *Diccionario del cine iberoamericano*, se aumentan los estrenos en las salas comerciales, pasando de cerca de 30 en la década de los 90 a más de 300 películas en el nuevo siglo. «Según cifras de la misma industria, se mueven alrededor de 50 millones de dólares al año con cerca de 10 millones de boletos vendidos». ⁶⁴ De allí en adelante se evidencia un progresivo aumento en el negocio, si se compara que para 2012, según datos del CNCine, se reporta un total de 247 pantallas de cine en el país, de las cuales 188 son digitalizadas, 117 cuentan con sistema 3D y 59 están sin digitalizar. La mayoría de pantallas se concentran en las grandes urbes, siendo Supercines la única que logra ampliar el espectro para llegar en total a 17 ciudades que cuentan con multisalas, lo cual evidencia que un amplio sector geográfico del país no cuenta con salas comerciales que permitan al público acercarse al cine en pantalla gigante. Sin embargo, y según estos mismos indicadores, el país cuenta con un total de butacas para cine de 41.126, casi la mitad de lo que tenía el país 35 años atrás. En el comparativo se puede apreciar que las 180 salas que tenía el país en las décadas de 1950-1970 representaban otro formato, pues en global podían acoger a más público, pero las actuales multisalas permiten acoger a más consumidores en diversas salas, con variedad de propuestas filmicas para escoger. Es en ese escenario que el cine ecuatoriano tiene que competir.

Frente a las cifras de producción y exhibición otro fenómeno importante a analizar es la profesionalización del sector. En la breve reseña histórica se identificaba que gran parte de los emprendimientos en cine correspondían a iniciativas personales, a aprendizajes en el camino, *aprender a hacer cine, haciendo cine* como dicen sus propios gestores. En los años 90 se conocen algunos casos de futuros cineastas que deciden formarse en el exterior, siendo la escuela de San Antonio de Los Baños, Cuba, una de las principales formadoras para los ecuatorianos. Casos personales como los de Sebastián Cordero que se forja académicamente en EUA son muy puntuales. Es para el nuevo milenio que se abren otras posibilidades de formación impulsadas por circunstancias económicas, donde Argentina resultó un destino privilegiado. Una nota del diario *El Universo* de 2005, apunta que el tipo de cambio y la oferta académica son los factores que movieron a que los ecuatorianos realicen sus estudios universitarios en el sur del continente: de 1996-2004, «el promedio anual de ecuatorianos que ingresaron a ese país con visa de estudios fue de 79, es decir el 12% del total de estudiantes extranjeros». ⁶⁵ Esta cifra fue aumentando progresivamente, ya que según datos

64. *Ibíd.*

65. Verónica Garcés, «Más ecuatorianos en Argentina», *El Universo* (Guayaquil), 12 de junio de 2005. Edición electrónica.

de la Dirección de Migración de Argentina, en 2004 se graduaron 329 ecuatorianos. Parte de ese grupo corresponde a estudiantes de cine.

También dentro del país, en los 80 y 90, se generan cursos, grupos e institutos de cine y televisión. Los cineclubes cumplen un papel importante en este rubro con figuras como Ulises Estrella impulsando este proceso de aprendizaje. Es apenas en los últimos años que se consolidan escuelas de cine y producción de televisión en universidades, con un rigor académico más estructurado y una plantilla de docentes que ya tienen un bagaje de trayectoria, tanto en experiencia como en conocimientos académicos. Específicamente, existen en la actualidad tres ofertas de estudios de tercer nivel, con ofertas de títulos directamente relacionadas con la actividad cinematográfica: UDLA, Universidad de Cuenca y Universidad San Francisco de Quito (USFQ). Sin embargo, el campo audiovisual se amplía a otras disciplinas, como la comunicación. La Secretaría de Educación Superior, Ciencia y Tecnología reporta varias universidades para la formación en comunicación y producción de televisión: Pontificia Universidad Católica del Ecuador, la Tecnológica Israel, nuevamente la USFQ, Universidad Iberoamericana, Universidad Católica de Guayaquil, Escuela Superior Politécnica del Litoral, Universidad SEK, Universidad Casa Grande.

A estas nuevas ofertas se suman institutos técnicos y tecnológicos superiores que brindan capacitación específica, varios de ellos con una mayor tradición, como el Instituto Tecnológico Superior de Artes Visuales (IAVQ), creado en 2004; el Instituto Cuestv (2001); el Instituto Tecnológico Superior de Estudios de Televisión, en Guayaquil (1993); o el INCINE, que no reporta su fecha de creación en el Consejo de Educación Superior (CES), pero está vigente desde la primera década del siglo XXI.⁶⁶

Un punto aparte es el rubro de los festivales en el país, donde el nuevo siglo dio vida a dos de las más importantes muestras de cine. Previo a ello se organizaron desde finales de la década de 1960 concursos y encuentros de la mano de los municipios de Quito y Guayaquil y de instituciones como la Casa de la Cultura Ecuatoriana. El *Diccionario del cine iberoamericano* marca que la aparición del filme *Ratas, ratones y rateros*, de Sebastián Cordero, en 1999, significa una nueva expectativa para los realizadores quienes ven la necesidad de contar con espacios propios para la exhibición de las nuevas propuestas. «Son cuatro los festivales que logran posicionarse en el ámbito nacional, el Festival de documentales Encuentros del Otro Cine (EDOC); el Festival de Cine Iberoamericano Cero Latitud; el Festival Internacional de Cine de Cuenca y el Festival Infantil y Juvenil Chulpicine».⁶⁷ Se suman otros esfuerzos en

66. Consejo de Educación Superior <<http://www.ces.gob.ec/ies/institutos-superiores/>>.

67. Gabriela Alemán, «Festivales», en Casares Rodicio, edit., *Diccionario del cine*, 845.

Guayaquil y Quito, pero no con la trascendencia de los mencionados. Los festivales EDOC, Chulpicine y el de Cuenca nacen en 2002 y se consolidan como una fuerte ventana para que los realizadores se interesen en producciones que años atrás no registraban mayor atención. El caso del Festival Cero Latitud corre suerte distinta, nace en 2003 y en pocos años se convierte en un referente para la exhibición del cine iberoamericano, pero luego con ocho ediciones termina la propuesta liderada por un grupo de cineastas y queda ausente un festival de esas magnitudes para la ficción.

En el sector institucional, el punto más favorable para el cine nacional fue la creación del CNCine. Su sola aparición constituyó ya un logro para el sector, aun cuando al momento está en debate su desempeño actual.

Es desde los 70 que los cineastas buscan la *Ley de Cine*, un hecho que finalmente se concreta en el gobierno interino de Alfredo Palacio.⁶⁸ Este cuerpo legal «regula el régimen de incentivos que el Estado reconoce a la industria del cine nacional, con la finalidad de estimular las actividades dedicadas a este tipo de producciones en el país».⁶⁹ Bajo este amparo legal se da vida a los fondos concursables, el CNCine organiza periódicamente y que significan estímulos para la creación, producción y distribución de productos audiovisuales nacionales. Dentro del cuerpo legal se destaca que dentro de las cinco condiciones que se establecen para que una obra sea calificada por el CNCine como película nacional, «c) Que la temática y objetivos tengan relación con expresiones culturales o históricas del Ecuador».⁷⁰ Este punto resulta importante en las reflexiones que hacen los públicos de los dos sectores estudiados, pues algunos entrevistados critican precisamente que el cine ecuatoriano únicamente se dedica a ese tipo de temáticas, excluyendo otras posibilidades que no solo se refieran a lo propio como objetivo central.

Como queda mencionado, con la ley se crea el CNCine como ente de derecho público, con patrimonio propio y con la responsabilidad de establecer el fomento a la producción nacional, y establecer la promoción y difusión nacional e internacional del cine ecuatoriano, entre otras de sus atribuciones. Finalmente, y con relación a una aproximación de definición de cine que hacíamos anteriormente, es pertinente reproducir lo que para la *Ley de Fomento del Cine Nacional* es la obra cinematográfica:

Es el registro organizado de tomas o imágenes asociadas con o sin sonorización incorporada que, independientemente de las características del soporte mate-

68. Ecuador, *Ley de Fomento del Cine Nacional*, promulgada el 24 de enero de 2006, *Registro Oficial* (en adelante *RO*) No. 202, 3 de febrero de 2006.

69. *Ibíd.*

70. *Ibíd.*, art. 2, inc. c).

rial que la contiene y de su duración, está destinado esencialmente a ser mostrada a través de aparatos de proyección o destinada a ser proyectadas prioritariamente en salas de cine. Se entenderá por largometraje aquellas cuya duración sea mayor a 60 minutos y cortometraje las que duren menos de 60 minutos.⁷¹

Otro cuerpo legal de influencia para el segmento cinematográfico es el proyecto de Ley de Culturas que reposa en la Asamblea Nacional para su definitivo debate. Este proyecto cambiaría el panorama institucional del actual CNCine para involucrarlo en un Sistema Nacional de Culturas, donde el audiovisual tendría un mayor protagonismo frente a otras artes. Los cineastas hablan de defender la actual ley desde el punto de vista de no perder lo ganado, pero abiertos a mejorar la actual legislación que ya no resulta ni suficiente ni adecuada para las nuevas realidades que enfrenta el cine ecuatoriano. Así también la *Ley Orgánica de Comunicación*,⁷² en su Sección VI, presenta una propuesta para garantizar espacios para la producción nacional; también dispone que: «los medios de comunicación audiovisual, cuya señal es de origen nacional, destinarán de manera progresiva, al menos el 60% de su programación diaria en el horario apto para todo público, a la difusión de contenidos de producción nacional. Este contenido de origen nacional deberá incluir al menos un 10% de producción nacional independiente».⁷³

En el mismo artículo aclara que «la cuota de pantalla para la producción nacional independiente se cumplirá con obras de productores acreditados por la autoridad encargada del fomento del cine y de la producción audiovisual nacional». Adicionalmente, se dispone que los canales de televisión de alcance nacional deban adquirir anualmente los derechos y exhibir al menos dos largometrajes de producción nacional independiente, lo cual abre una nueva ventana para las películas nacionales.⁷⁴

LA IDENTIDAD NACIONAL Y LA NOCIÓN DE ECUATORIANIDAD

La diversidad de entradas para definir la idea de identidad nacional hace que la tarea corra peligro de dispersarse y, como analizaremos más adelante, intentar sintetizar una sola definición termina siendo inadecuado. Sin embargo,

71. *Ibíd.*, art. 10.

72. Ecuador, *Ley Orgánica de Comunicación*, RO, Año I, No. 22, Quito, martes 25 de junio de 2013.

73. *Ibíd.*, art. 97.

74. *Ibíd.*, art. 102.

para partir de un punto fijo que permita abrir la reflexión, planteamos un concepto de identidad nacional que toma en cuenta aspectos modernos y posmodernos:

La identidad nacional es un concepto abstracto que se forma y moldea de manera continua a partir de las creencias, aspiraciones e intereses de la minoría intelectual que lo gestiona; cobra cierta forma y existencia, aunque nunca definitiva, una vez que un conjunto de individuos lo acepta como aquello que representa el verdadero reflejo de la realidad y la historia nacional; y, finalmente, encarna valores comunes como representación directa de la nación a la que todos pertenecen.⁷⁵

En esta concepción, Manrique atribuye al pasado distintivo de cada sociedad un peso importante en la generación de las identidades occidentales. Menciona, además, que en ese proceso de formación de la identidad nacional confluyen múltiples factores culturales, políticos, económicos y sociales; se acerca a Benedict Anderson para relacionar esta construcción de identidad nacional con el empeño de las élites intelectuales de cada país, a partir del siglo XVIII, por forjar e imponer rasgos esenciales que encausen un concepto de identidad nacional exclusivo y único que los diferencie de otros Estados-nación.

Andrew Higson también menciona a Anderson para entender el por qué de esta definición esencialista, no como resultado de una síntesis o cierre teórico, sino como un factor conveniente para las élites intelectuales. Cita a Anderson a propósito de una definición convencional de identidad nacional: «La cartografía de una comunidad imaginada con una identidad segura y compartida, y un sentido de pertenencia a un espacio geopolítico cuidadosamente deslindado».⁷⁶

Desde una mirada crítica al concepto de identidad nacional se propone desubicar las visiones estáticas y esencialistas de esta crucial noción para la presente investigación. La disolución de las monoidentidades que plantea García Canclini identifica, por un lado, a las identidades modernas, aquellas «territoriales y casi siempre monolingüísticas»,⁷⁷ fijadas a las regiones y etnias dentro de un espacio más o menos arbitrariamente definido, llamado nación. A diferencia de esa forma de pensar y concebir la identidad, García Canclini propone que las identidades posmodernas:

Son transterritoriales y multilingüísticas. Se estructuran menos desde la lógica de los estados que de los mercados; en vez de basarse en comunicaciones orales y escritas que cubrían espacios personalizados y se efectuaban a través

75. Marta Manrique Gómez, *La recepción de Calderón en el siglo XIX* (Madrid: Iberoamericana, 2011), 11. Edición electrónica.

76. Higson, «La limitante imaginación», 996.

77. García Canclini, *Consumidores y ciudadanos*, 30.

de interacciones próximas, operan mediante la producción industrial de cultura, su comunicación tecnológica y el consumo diferido y segmentado de bienes.⁷⁸

La identidad desde lo integral, originario e integrado ya no tiene cabida en un mundo cultural que invita a deconstruir esa forma para entenderla desde las multidentidades. Sin embargo, como lo señala Stuart Hall, la deconstrucción del concepto no supuso su reemplazo por otro que permita pensar de mejor manera esa condición, por ello es necesario seguir repensando desde el concepto de identidad, reconociendo que se trata de una identidad fragmentada, que vive en el límite. No hay más remedio que seguir pensado con estos conceptos, propone Hall, «aunque ahora sus formas se encuentren destotalizadas o deconstruidas y no funcionen ya dentro del paradigma en que se generaron en un principio. La línea que los tacha permite, paradójicamente, que se los siga leyendo».⁷⁹

Desde este marco teórico asumimos la identidad como un concepto que funciona «bajo borradura en el intervalo entre inversión y surgimiento; una idea que no puede pensarse a la vieja usanza, pero sin la cual ciertas cuestiones clave no pueden pensarse en absoluto».⁸⁰ Desde esta línea entramos a cuestionar la identidad cultural y dentro de ella la identidad nacional, donde, pese a la mirada crítica que se da sobre ella, no puede dejar de reconocérsela como vigente y útil, sobre todo porque en usos políticos y cotidianos sigue funcionando más desde su versión convencional que desde una perspectiva múltiple.

Un concepto también fundamental para esta investigación, y que tiene igual complejidad de ubicación que la identidad, es la identificación. Hall insta a pensar esta noción alejada de su concepción naturalista para ubicarla dentro de un enfoque discursivo que piense a la identificación como construcción, como proceso nunca terminado. Siempre será posible ganar o perder la identificación, por ello es condicional y se afina en la contingencia. Desde este punto de vista, la identificación, aunque en un determinado momento pueda aparecer consolidada y definida, no excluye a la diferencia, y en tal sentido está en constante cambio, renovación o, mejor aún, transformación.

Con ello se consolida el primer marco teórico al asumir la identidad y también la identificación como conceptos que se distancian del esencialismo para reconocerlos más bien como estratégicos y posicionales.

Al aceptar a la identidad como una idea estratégica y posicional, y también como un problema que aparece cuando justamente hace falta posicionarse

78. *Ibíd.*, 31.

79. Stuart Hall, «¿Quién necesita identidad?», en Stuart Hall y Paul de Gay, comp., *Cuestiones de identidad cultural* (Buenos Aires: Amorrortu, 1996), 14.

80. *Ibíd.*

en un referente, es decir, cuando el individuo se encuentra en una situación extraña y necesita de la identidad, como lo menciona Zygmunt Bauman,⁸¹ es que conectamos con las identidades híbridas, aquellas capaces de transformarse y adaptarse, al tiempo de convivir sin problema en el individuo.

Aquí anclamos al concepto de interculturalidad que propone García Canclini.⁸² Esta perspectiva va más allá de la multiculturalidad que, si bien reconoce la diversidad, termina ubicándola y enmarcándola, mientras que la interculturalidad habla de «confrontación y entrelazamiento, [...] implica que los diferentes son los que son en relaciones de negociación, conflicto y préstamos recíprocos».⁸³ En la interculturalidad no se buscaría entonces el reconocimiento como tal, no hay una línea demarcatoria clara que sintetice el problema, sino que se amplían las luchas en diferentes escenarios culturales. Por lo tanto, como lo señala García Canclini, el asunto ya no está en determinar rasgos culturales e identitarios, sino «comprender los sistemas de relaciones de sentidos en el momento en el que la relación se lleva a cabo».⁸⁴

Al conjuntar los conceptos de identidad y cultura desde las propuestas adoptadas nos encontramos con dos nociones descentradas de su concepción originaria. El objeto de estudio no está ubicado en la identificación de cualidades y rasgos de un individuo o de un colectivo, sino en las relaciones, en los sentidos que se desprenden de las relaciones en circunstancias puntuales. En *Consumidores y ciudadanos*, García Canclini propone que las identidades ahora se configuran en el consumo: depende de lo que uno posee o es capaz de apropiarse. El pensador mexicano plantea una nueva escena sociocultural donde «el sentido de pertenencia e identidad está cada vez menos organizado por lealtades locales o nacionales y más por la participación en comunidades transnacionales o desterritorializadas de consumidores».⁸⁵

En ese sentido, la cultural nacional no se extingue, pero se convierte en una fórmula de la continuidad de la memoria histórica que se reconstruye en la interacción con otros referentes transnacionales. Esa cultura nacional que entra en crisis desde lo conceptual y que plantea interrogantes fuertes sobre cómo proponer políticas culturales que siguen ancladas al patrimonio monumental y al folclor, como sus principales recursos a ser preservados, es la sigue teniendo vigencia y una validez extraña desde su uso político y desde el cotidiano, pues

81. Zygmunt Bauman, «De peregrino a turista, o una breve historia de la identidad», en Hall y Du Gay, comp., *Cuestiones de identidad cultural*, 41.

82. Nestor García Canclini, *Diferentes, desiguales y desconectados* (Barcelona: Gedisa, 2004), 5.

83. *Ibíd.*, 15.

84. *Ibíd.*, 20.

85. García Canclini, *Consumidores y ciudadanos*, 24.

reitera en la idea de una identidad esencial; por ejemplo, cuando nos referimos a ecuatorianidad o a cine ecuatoriano.

Jesús Martín-Barbero señala en este punto que la preservación de la identidad nacional se confundió con la preservación del Estado, entendiendo además a ese Estado como un centralizador más que como un integrador, donde no se reconocieron las diferencias, sino que se subordinaron.⁸⁶

El relato resulta un elemento fundamental para la identidad. Es por ello en otro texto, Martín-Barbero recoge una frase de Daniel Pecaut: «Lo que le falta a Colombia más que un mito fundacional es un relato nacional».⁸⁷ Un relato que sea capaz de tejer una historia común, una memoria social y cultural que no esté libre de conflictos, pero que sea anudadora. Allí establece Martín-Barbero la diferencia entre memoria artificial y memoria cultural, donde esta opera entre las tensiones de lo que se recuerda y lo que se olvida. Entonces nos referimos a una identidad cultural mucho más amplia, híbrida en términos de Canclini, que se encuentra desubicada en el contexto globalizador. Martín-Barbero aporta una clara luz para comprender este concepto de identidad en el contexto actual:

Hasta hace muy poco decir identidad era hablar de *raíces, raigambre, territorio, tiempo largo, memoria simbólicamente densa*. De eso y solamente de eso estaba hecha la identidad. Pero hoy decir identidad implica también –si no queremos condenarla al limbo de una tradición desconectada de las mutaciones perceptivas y expresivas del presente– hablar de *redes, flujos, movi­lidades, instantaneidad, desanclaje*. Antropólogos ingleses llaman a eso hoy de *moving roots, raíz móvil*, o mejor, *raíces en movimiento*.⁸⁸

Entonces la identidad nacional ya no puede ser entendida como una esencia estable, capaz de ser reconocible o detectable de forma pura y clara. Hoy decir *soy ecuatoriano*, supone un enorme problema de definición sobre qué se entiende por ese ser ecuatoriano. Si la identidad no puede seguir siendo pensada como una expresión de una sola cultura homogénea perfectamente distinguible y coherente, como lo menciona Martín-Barbero, resulta complejo determinar o abarcar en la noción de ecuatorianidad a todo un conglomerado diverso y múltiple que habita en este territorio llamado Ecuador.

86. Jesús Martín-Barbero, “El futuro que habita la memoria”, en Gonzalo Sanchez y María Emma Wills, comp., *Museo, memoria y nación: Misión de los museos nacionales para los ciudadanos del futuro* (Bogotá: Ministerio de Cultura-Museo Nacional de Colombia / PNUD / IEPRI / ICANH, 2000), 11.

87. Jesús Martín-Barbero, «Colombia: ausencia de relato y desubicaciones de lo nacional», en *Imaginar­ios de nación: Pensar en medio de la tormenta* (Bogotá: Ministerio de Cultura, 2002), 17.

88. *Ibíd.*, 23.

Es en las urbes, como lo señala el pensador colombiano, donde erosionan más las ideas de identidad nacional, es donde las culturas audiovisuales y musicales «se congregan en comunidades hermenéuticas que responden a nuevas maneras de sentir y expresar la identidad, incluida la nacional: identidades más precarias y flexibles, de temporalidades menos largas». ⁸⁹ Es desde ese lugar desde donde se experimentan mayores cambios en la forma de entender esa identidad y esa idea de ecuatorianidad.

Como ya se ha mencionado, condensar en una sola definición la identidad ecuatoriana no solo resulta complejo, sino inútil, porque se corre el riesgo de desconocer toda la diversidad existente. Sin embargo, persiste una noción de ecuatorianidad que sobre todo viene dada desde una visión blanco-mestiza que mitifica esa idea del ecuatoriano. Erika Silva plantea esta concepción construida desde el poder que ejercen las castas blancas, minoritarias, pero poseedoras de prestigio. Los indios y los negros, menciona Silva, siendo la población mayoritaria en los tiempos del nacimiento del Estado ecuatoriano, «eran considerados, desde los contenidos ideológico-político-morales del núcleo étnico foráneo, como poblaciones abyectas e inferiores de naturaleza no humana, casi animales y el paradigma de la fealdad». ⁹⁰ Ese mito fundacional, se pregunta Silva, ¿se ha modificado a lo largo de la historia republicana?, y la respuesta es: «Me temo que no». Para ello argumenta:

Como lo revelan un sinnúmero de estudios, hasta la actualidad pervive un sistema de clasificación étnica que categoriza en términos de superioridad-inferioridad a las poblaciones según sus ancestros, color de piel y cultura. Este es reproducido en todos los segmentos de la sociedad y en todos sus ámbitos. Y tiene una naturaleza fluida y, más bien, posicional. En tanto el núcleo étnico foráneo es un artefacto ideológico-cultural paradigmático de la nación estatalmente definida, todos podemos redefinir nuestra adscripción a dicho núcleo dependiendo del mayor predominio de sus componentes (sangre, ancestro, color, cultura) en determinado contexto. ⁹¹

En otro trabajo, Silva enfatiza en dos mitos originarios desde los cuales las clases dominantes intentaron construir la ecuatorianidad: el mito del señorío sobre el suelo y el mito de la raza vencida. ⁹² El primero habla de un país rico pero con una geografía indómita que solo pudo ser dominada por el con-

89. Martín-Barbero, *El futuro que habita la memoria*, 20.

90. Erika Silva, *Identidad nacional y poder* (Quito: Abya-Yala, 2004), 27.

91. *Ibíd.*, 27-8.

92. Erika Silva, *Los mitos de la ecuatorianidad: Ensayo sobre la identidad nacional* (Quito: Abya-Yala, 1995) 12-4.

quistador español. El segundo tiene su matriz en la etnicidad, donde los indios ecuatorianos constituyen la raza vencida por una triple conquista.

Estos mitos unificadores de la ecuatorianidad esconden la diversidad a favor de un prototipo de ser ecuatoriano, cuestiona Silva, pero resultan ser referentes visibles y aceptables desde la urbe, desde las posiciones que tienen una mayor fuerza en el cúmulo de discursos sociales. Esa esencia de ecuatorianidad de la que habla da cuenta del ocultamiento en un país que al mismo tiempo se define en su vigente Constitución como «unitario, intercultural, plurinacional y laico».⁹³ Hay una relación de poder que sustenta al mestizo desde su apego occidental, como el referente de identidad ecuatoriana.

El modelo étnico en base al cual se intentó construir simbólicamente al Ecuador, una sociedad étnicamente diversa con predominio de indios y mestizos, fue el de la cultura occidental, propia de los blancos europeos que nos conquistaron. Para ello debió forjarse un mito: el de que los indios son una Raza Vencida, y proponerse un nuevo emblema de identidad: el del mestizaje como blanqueamiento, o el de la inevitable occidentalización de nuestra cultura andina.⁹⁴

Esta noción de ecuatorianidad se encuentra ahora con otros frentes que complican su simplificación, ya que si al escenario étnico le agregamos los componentes contemporáneos que hemos analizado con anterioridad y que tienen que ver con la multiplicidad de identidades y la hibridación de estas, hacen que ese mito finalmente se vea debilitado en cuanto a concepto que ayude a entender las formas de comprender el mundo actual; sin embargo, el uso de estas formas de entender la ecuatorianidad no está ni superado, ni renovado, sino que sigue variablemente vigente. Aquí cabe recordar la frase que en buena medida dio inicio a toda esta investigación y que procede de la Primera Colección del Cine Nacional: «En el cine ecuatoriano tod@s nos encontramos».⁹⁵ Si aplicamos esta frase a los conceptos que guían este trabajo encontramos que la esencialización de lo ecuatoriano resulta imposible, al igual que determinar qué entendemos por cine ecuatoriano resulta difícil, pensando este concepto solo desde lo geográfico.

Andrew Higson justamente presenta un panorama de este concepto de cine nacional que suele ser utilizado más desde una forma prescriptiva antes que descriptiva; es decir, que se prefiere usarlo desde la visión de lo que debería ser el cine nacional. Para Higson «identificar un cine nacional es, ante todo,

93. Ecuador, *Constitución Política de la República del Ecuador*, art. 1, Quito, Asamblea Nacional Constituyente, 2008.

94. Silva, *Identidad*, 56.

95. CNCine, película *Dos para el camino*, Primera Colección del Cine Nacional, 2011.

especificar una coherencia y una unidad: es proclamar una identidad única, y un conjunto estable de significados».⁹⁶

Dentro de la frase que utiliza el CNCine se arraiga un nacionalismo que, analizándolo desde la perspectiva de Higson, plantea una forma de reflexionar sobre la nación misma, su pasado, presente y futuro, pero intentando al mismo tiempo diferenciarse de otras cinematografías y de otras identidades, y ratificar la propia. El problema, como ya lo hemos anotado, es que esto supondría aceptar que existe una sola identidad nacional, una noción de ecuatorianidad estable, homogénea, única, donde la identidad y las tradiciones están completamente formadas y fijadas en su lugar. Esto se contrapone a la idea que estamos manejando de identidad e identificación como proceso en constante construcción invitándonos a plantear interrogantes como: ¿cuál es el cine ecuatoriano?, ¿a qué ecuatoriano queremos ver en el cine ecuatoriano?, ¿cómo es ese ecuatoriano?

Sin embargo, –aquí el apunte de Higson es muy importante– aunque el concepto de cine nacional es incómodo desde lo teórico, sigue siendo un recurso importante para la política y para el uso cotidiano. «En ese contexto sería disparatado intentar eliminar del todo el concepto de cine nacional».⁹⁷

LA IDENTIDAD NACIONAL DESDE LOS ESTUDIOS DE RECEPCIÓN

Néstor García Canclini utiliza una interesante metáfora cuando compara a la ciudad con un videoclip, definiendo a este como un montaje efervescente de imágenes discontinuas.⁹⁸ Para ser un buen lector de esa vida urbana, Canclini propone plegarse al ritmo y gozar de las visiones efímeras. De esta manera resulta interesante el abordaje de la hibridación de la identidad nacional, porque el objeto de estudio ya no está en las diferencias, sino en las relaciones que se dan en el ejercicio de la interculturalidad. Esa identidad políglota, multiétnica, hecha y cruzada de diferentes culturas nos propone un estudio de esa identidad nacional pensada desde esa la relación.

A partir de este concepto es que se plantea esta investigación de recepción de la identidad nacional en el cine ecuatoriano, específicamente a partir de una película que, desde sus propias construcciones, presenta la ecuatorianidad como uno de sus elementos transversales. Acogemos la línea de «estudiar

96. Andrew Higson, «El concepto de cine nacional», *Criterios*, No. 58 (2014), (La Habana: Centro Teórico-Cultural Criterios). Edición electrónica.

97. Higson, «La limitante imaginación». Edición electrónica.

98. García Canclini, *Consumidores y ciudadanos*, 100.

las identidades como procesos de negociación, en tanto son híbridas, dúctiles y multiculturales». ⁹⁹ Si bien no se deja de reconocer que las tradiciones y los cánones identitarios fundadores, sobre todo de los mitos fundacionales que menciona E. Silva, están presentes en el imaginario actual, se los asume en la negociación que se realiza, sobre todo en las urbes, con las industrias culturales que generan otras experiencias.

En esa negociación continua se plantea un espectador de cine que difiere mucho del que se configuró en el siglo XX, en las primeras décadas de este invento que, como lo reconocen varios de los autores citados, colaboró en el afianzamiento de esas identidades estables que se manejaron hasta la modernidad. Canclini define a estos nuevos espectadores como adictos al ritmo, por lo que los géneros de aventura y acción resultan más atractivos. De acuerdo con el mexicano, la trama pasó a segundo plano. Pero si esta circunstancia añadimos las nuevas tecnologías, los teléfonos móviles y las multipantallas del mundo actual, tenemos a un espectador ya no solo desubicado, sino multiubicado. Es un espectador ubicado en cualquier parte, en diversas plataformas, con una oferta amplia y al instante.

Sin embargo esa aparente democratización y apertura tiene sus trampas, pues no se trata de que la gente vea lo que prefiere, sino que prefiera lo que le ofrecen. ¹⁰⁰ En ese sentido, ni siquiera las plataformas virtuales con todas sus opciones resultan infinitas, porque de alguna manera terminamos viendo siempre lo mismo. Operan también otras mediaciones en esos consumos que determinan nuestro rango de selección.

Para estudiar la identidad nacional desde la recepción es necesario comprender que toda comunicación es identitaria: nos representa y presenta ante los demás, como lo menciona Víctor Sampedro. ¹⁰¹ Si bien aparece como un presupuesto absoluto, se lo asume desde la perspectiva de la presentación y representación ante los demás en el proceso.

Durante el abordaje teórico que hemos establecido hasta aquí, se sustenta que en ese proceso participativo intervienen las personas con sus contextos, con sus historias y matrices, develando esos fragmentos de identidad en cada interrelación comunicativa. Entonces, el cine, que en este trabajo se enfoca desde varias miradas, no solo como una obra de arte, sino también como un hecho cultural y comunicacional, nos transmite representaciones y mensajes de quiénes somos y a qué grupos pertenecemos, no solo desde lo identitario nacional, sino también desde lo identitario cultural y personal y con una pers-

99. *Ibíd.*, 116.

100. *Ibíd.*, 141.

101. Víctor Sampedro Blanco, *La pantalla de las identidades: Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad* (Barcelona: Icaria 2003). Edición electrónica.

pectiva estratégica. Desde la recepción de los medios de comunicación –no solo, pero sí con un peso importante– se asientan, según Sampedro, la identidad individual y la identidad colectiva. En esa línea se acoplan los estudios que García Canclini realizó sobre cine mexicano e identidad, donde se ubica al cine como un refuerzo de la identidad, como una representación que enfatiza en aquello que consideramos como propio o identificable.

Pero aquí Sampedro aporta con una mirada crítica a esa construcción representativa y fácilmente identificable. Es que representar una identidad implica construir la diferencia estereotipada de los otros y, para ello, el autor identifica tres etapas para generar ese estereotipo:

1. Reduce, esencializa, naturaliza y fija la diferencia.
2. Divide, excluye, expulsa al portador de la diferencia.
3. Mantiene el orden social y simbólico, según las correlaciones y los desequilibrios del poder.¹⁰²

La representación de la identidad nacional en las películas objeto de este estudio alude en un alto nivel a estas preconfiguraciones estereotipadas. Basta volver a las escenas finales de *Prometeo deportado*, donde se dibujan una serie de personajes *típicos* del país, donde los indígenas aparecen *representados* con poncho y los diversos personajes cumplen, en buena parte, con ser identificados con cierta zona o sector poblacional, étnico o cultural, lo cual permite entrever que prima más el estereotipo en la representación que la construcción de personajes con su propia historia, con su propia condición narrativa dentro de la trama. El representar al Ecuador dentro de una sala de aeropuerto efectivamente se reduce, esencializa, naturaliza y fija la diferencia; se divide, se excluye y, por ende, se cumple con poner en escena, desde una mirada crítica, el orden social y simbólico de un país democráticamente caótico.

Pero en la recepción de ese preconfigurado identitario intervienen otras mediaciones que se explican en el siguiente capítulo y que se investigan para profundizar el estudio de recepción. La etnografía, como lo sugiere Sampedro, nos permite mostrar los significados ocultos de la comunicación. Para ello, el uso de técnicas que se internan en parte en la etnografía, como entrevistas y observación participante, conjuntamente con grupos de discusión, permitieron adentrarnos en esa recepción y las lecturas que se dan a la identidad nacional en el filme *Qué tan lejos*.

En la formación de la conciencia nacional el cine tiene una participación importante. Jean-Claude Seguin, en un trabajo sobre cine, nación y nacionalidades en España, señala que el cine español es incapaz de renovar su discurso identitario, donde ejército, toros y flamenco siguen siendo arquetipos

102. *Ibíd.*

que los identifican y construyen, pero que desde esa perspectiva es imposible proponer una imagen nacional, «sencillamente porque no existe».¹⁰³

La solución a ese dilema para Seguin resulta un tanto perturbadora cuando menciona que «lo único que queda es inventarse una nación a partir de sus estereotipos, de ahí que el cine que irá dominando es un cine que recoge las capas superficiales de las identidades».¹⁰⁴ Si bien desde el lado español aparecen voces críticas a esta sentencia, desde colectivos artísticos españoles, por ejemplo, que se esfuerzan por evidenciar un desarrollo social y cultural amplio, lo que encierra la idea de Seguin es esa permanente utilización del estereotipo como fórmula para atarse a la identificación, para que los públicos puedan identificar fácilmente de qué o de quién se habla. El estereotipo contra la complejidad está en juego y Seguin resulta extremo, pero no muy alejado cuando menciona que el cine que dominará es el que recoja las capas superficiales de las identidades, o ¿acaso eso no es lo que sucede en la actualidad con la mayoritaria oferta cinematográfica en las multisalas? Es ahí donde la recepción nos permite encontrar lecturas más profundas de los estereotipos, cómo son acogidos, identificados, percibidos y significados por los públicos, quienes intercambian su historia de vida con las historias en las pantallas.

Cuando Seguin plantea la pregunta ¿qué se entiende por cine español? las opiniones varían según su experiencia, pero todas plantean ser portadoras de la esencialidad española. Cosa similar ocurre al escuchar los comentarios luego de la proyección de una película ecuatoriana donde la mayoría de las veces lo primero que se debate es si los personajes son realmente lo que representaban, con frases como: «así mismo somos», o «así no son los cuencanos, guayacos, quiteños, serranos, sureños».

En ese sentido es oportuno plantear las formas como los espectadores negocian los significados que las películas plantean. Para Stuart Hall existen tres lecturas que los receptores de los mensajes de los medios pueden experimentar: las dominantes que suponen la aceptación de la visión hegemónica que portan; las negociadas, que refieren una apropiación crítica de dicha visión; y las oposicionales, que plantean un rechazo total de la visión del mundo que presentan los mensajes.¹⁰⁵ Dentro de esta distinción de lecturas, donde se menciona que la que más prevalece es la lectura negociada, nos interesa apuntar el concepto de códigos naturalizados, pues precisamente ese tipo de relación di-

103. Nancy Berthier y Jean-Claude Seguin, *Cine, nación y nacionalidades en España* (Madrid: Casa de Velásquez, 2007), 5.

104. *Ibíd.*

105. José Carlos Lozano, "Consumo y lecturas negociadas de noticieros televisivos en Monterrey, Guadalajara y México DF", *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas: Revista de investigación y análisis* IX, No. 18 (2003), (Colima: Universidad de Colima). Edición electrónica.

recta entre el mensaje y su decodificación puede estar presente en las lecturas de las representaciones de identidad nacional que hacen los públicos estudiados de Quito en la película abordada.

Para Stuart Hall:

La operación de códigos naturalizados revela no la transparencia y naturalidad del lenguaje sino la profundidad del hábito y la casi-universalidad de los códigos en uso. Ellos producen reconocimientos aparentemente naturales. Esto tiene el efecto (ideológico) de ocultar las prácticas de codificación que están presentes. Pero no debemos ser engañados por las apariencias. En realidad lo que el código naturalizado demuestra es el grado de hábito producido cuando hay un vínculo y reciprocidad –una equivalencia– entre los extremos de codificación en un intercambio de significados.¹⁰⁶

Los códigos naturalizados tienen un lugar importante en esta investigación ya que se hacen presentes en algunas de las lecturas que hacen los públicos estudiados, pero sin duda las negociadas tienen un peso mayor. Entonces, al plantear que la identidad nacional no se encuentra en esencias fijas y homogéneas, sino como un proceso cambiante, y que no es posible interpretar este concepto desde la recepción bajo una sola noción de ecuatorianidad, pero que, sin embargo, en la construcción cinematográfica y en la lectura de las películas los estereotipos y prototipos funcionan como mecanismos de identificación que se anclan en lo superficial de las identidades, entramos a un terreno donde las mediaciones son cruciales para comprender esas lecturas y mirar a fondo como dos públicos diversos, pero urbanos, significan y resignifican la identidad ecuatoriana.

RECEPCIÓN CINEMATOGRAFICA DE LA IDENTIDAD NACIONAL

Al colocar al espectador y sus diversas lecturas en el centro del análisis de las películas nos ubicamos en una postura crítica ideológica que da preferencia al espectador y lo aleja de su indefensión frente a los mensajes de las películas.¹⁰⁷ Así lo plantea el estudio *Forget Your Troubles and Be Happy*, que, desde la etnografía, plantea un análisis de la ideología del entretenimiento en el cine contem-

106. Stuart Hall, «Codificar y decodificar». En Stuart Hall y otros, *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972-79* (Londres: Hutchinson, 1972). <<https://es.scribd.com/doc/32022021/Stuart-Hall-Codificar-y-decodificar>>.

107. Celestino Deleyto y otros, ««Forget Your Troubles and Be Happy»: Una aproximación etnográfica a la ideología del entretenimiento en el cine estadounidense contemporáneo». *Atlantis: Revista de la Asociación Española de Estudios Anglo-norteamericanos* 24, No. 2 (2002). <<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=759818>>.

poráneo estadounidense. A partir de esa perspectiva, asumimos a la recepción cinematográfica de la identidad nacional como un método que toma en cuenta una cierta revisión etnográfica de dos públicos geográficamente diversos y con matrices culturales que tienen sus particulares comportamientos.

Esta investigación de recepción se aleja del análisis puramente teórico del tema de la identidad nacional en el cine para recoger datos de la gente que no necesariamente pertenece al mundo académico y «que no tiene, por así decirlo, la deformación profesional que nos hace enfrentarnos a una película con la intención de analizarla».¹⁰⁸ El método etnográfico que presenta este el estudio sobre la ideología del entretenimiento del cine estadounidense contemporáneo es un punto de partida desde donde planteamos nuestro análisis de recepción de la identidad nacional, que si bien no se adentra totalmente en la etnografía, utiliza varias de sus herramientas y caminos, con la intención de dejar la puerta abierta para más investigaciones.

Para ello se estudiaron públicos de dos sectores distintos de la ciudad de Quito, que por su ubicación geográfica ofrecen la posibilidad de encontrar lecturas diversas. Se trata de un estudio cualitativo que por sus características no intenta ser generalizador en sus resultados y conclusiones, pero que aporta un caudal de material de análisis sobre cómo leen, interpretan y hacen sentido los públicos la identidad nacional en el cine ecuatoriano, específicamente en la película *Qué tan lejos*.

Para la investigación determinamos tres momentos claramente definidos que por una parte nos brindan material y datos útiles para el análisis, así como identificar los mejores sujetos para el estudio pormenorizado. Para ello partiremos de lo general a lo particular, es decir, de un estudio amplio del sector, de su gente, de sus matrices culturales globales, donde incluso podremos obtener algunos datos de consumo de bienes culturales y del cine ecuatoriano, para luego identificar públicos específicos para adentrarnos en una indagación particular para identificar las diversas mediaciones que se involucran en la lectura que sobre el cine nacional hacen estos públicos, para finalmente acceder a las lecturas e interpretaciones específicas sobre nuestro tema de análisis con los sujetos seleccionados para el estudio.

Para la primera etapa se seleccionaron dos sectores que geográficamente se encuentran distantes en la ciudad de Quito y que por sus características tendrían componentes humanos que diversifican la lectura. El uno corresponde a un gran conjunto cerrado, Jardines de Carcelén, que se ubica en el norte de la ciudad, en un sector que privilegia la seguridad privada y el descanso. El segundo es la Loma Grande, un barrio tradicional del centro histórico de Quito que desde su variado componente conserva en parte el tradicionalismo del

108. *Ibíd.*, 3.

barrio capitalino, con habitantes que han permanecido por mucho tiempo en la zona, y otros que han llegado ante la salida de antiguos moradores del sector. Los dos sectores brindan cierta facilidad a la investigación para el ingreso y el acercamiento a sus habitantes. Jardines de Carcelén cuenta con una administración que permite vincularse con sus habitantes y organizar cada uno de los procesos de la investigación de campo. En el caso de la Loma Grande, el Comité Barrial organizado y activo permite el ingreso y brinda todas las facilidades para trabajar.

En los dos sectores se procedió de manera similar: en la primera etapa se realizó una encuesta amplia, general y con preguntas cerradas sobre condiciones socioeconómicas, estructura familiar, uso del tiempo libre, consumo de bienes culturales, consumo de cine y audiovisual, consumo de televisión, consumo de internet. Se aplicaron aleatoriamente 26 encuestas en Jardines de Carcelén y 24 en la Loma Grande, procurando variar el componente etario y de género para ampliar las posibilidades de lecturas. Previamente a la aplicación de las encuestas, se realizaron varias visitas de observación y acercamiento, tanto para ubicar aliados estratégicos como para identificar posibles problemas. En estas visitas se efectuaron apuntes precisos que nos permitieron acercarnos al comportamiento y a las matrices culturales de sus habitantes. Para ello se ejecutaron también encuestas piloto que permitieron mejorar el instrumento de estudio. En esta primera etapa se realizó un levantamiento de la información demográfica de los sectores, sus estructuras poblacional y económica, dentro de los datos que fueron posibles obtener para mapear cada sector.

En la segunda etapa se analizaron las encuestas, se sacaron los resultados pertinentes y se seleccionaron cuatro sujetos o unidades de análisis por cada sector. Dentro de las consideraciones que se tuvieron para seleccionar a las personas constaba que hayan visto las dos películas que en principio se plantearon para trabajar: *Prometeo deportado* y *Qué tan lejos*. Ambas cintas presentan en muchos pasajes propuestas temáticas referentes a la identidad nacional. Sin embargo, el resultado de las encuestas arrojó que solo dos personas habían visto *Prometeo deportado*. Ante esa situación se decidió limitar el estudio únicamente a la película *Qué tan lejos* y cerrar en cuatro personas seleccionadas, ya que tampoco eran muchas las personas que habían visto la cinta de Tania Hermida. Otros criterios para definir la muestra con la que se trabajó entrevistas y *focus group* fueron: calidad de matrices culturales y mediaciones en la composición del sujeto, diversidad de componentes culturales, variedad en las actividades cotidianas, pluralidad en el consumo de bienes culturales, heterogeneidad en el uso del tiempo libre y disponibilidad. La intención fue contar con visiones diversas que permitan ampliar el rango de lecturas de la identidad nacional en la película seleccionada. Con los cuatro sujetos identificados de cada sector se realizó una entrevista no estructurada que proporcionó

mayor libertad a los encuestados para opinar. Para ello se preparó una serie de preguntas abiertas en las que los encuestados respondieron en sus propios términos en el curso de una conversación. La entrevista no duró más de una hora donde se recogieron visiones generales sobre el cine, el cine ecuatoriano, la identidad nacional y otros tópicos que aparecieron durante la conversación.

La tercera etapa de la investigación de campo se enfocó en la presentación de la película *Qué tan lejos* a todas las personas que participaron en las entrevistas. En la proyección de la película se permitió la asistencia de personas cercanas a los sujetos del estudio. Se tomó en cuenta la presencia participativa, recogiendo comentarios, expresiones, risas y otras sensaciones que expresó el público, como elemento importante en la recepción y que arroja datos de la audiencia *in situ*, como lo establece Patricia Torres San Martín.¹⁰⁹ Luego de cada proyección se abordó a la audiencia para recoger la percepción de los públicos cuando son abordados y expresan el sentido de su intercambio con el cine. Para ello se organizaron foros abiertos con preguntas concretas sobre la película y sobre los códigos de identificación.

Con toda esa información, se analizó y evaluó en cada sector los componentes señalados para determinar las lecturas que en cada área geográfica se realiza, con la premisa particular de ser una investigación parcial que permite allanar el camino para futuros y más ambiciosos trabajos que abonen a los estudios del cine en Ecuador.

109. Patricia Torres San Martín, *Cine, género y jóvenes: El cine mexicano contemporáneo y su audiencia tapatía* (México DF: Universidad de Guadalajara, 2011), 71.

CAPÍTULO III

Análisis de recepción cinematográfica en dos sectores de Quito

Para llegar a indagar las lecturas que los públicos de dos sectores de Quito hacen de las representaciones de identidad nacional en la película *Qué tan lejos*, se siguió un camino investigativo bajo la guía metodológica de Rosana Guber, quien plantea que «el conocimiento de lo real está mediatizado por la reflexividad del sujeto cognoscente y de los sujetos a conocer en la situación de encuentro de campo».¹¹⁰

La unidad de estudio, que según Guber se refiere al ámbito donde se realiza la investigación, se delimitó en los sectores la Loma Grande y el Conjunto Jardines de Carcelén, con claras estructuras sociales que los distinguen. El primero tiene una característica tradicional, de convivencia comunitaria donde sus vecinos se conocen y reconocen, con mucha actividad comercial y social en sus calles, un sentido colaborativo y la intención permanente de conservar tradiciones como festejos y gastronomía, entre otros. El segundo responde a una conformación urbana reciente, un conjunto habitacional donde sus moradores viven en familias nucleares, con muy poca actividad comunitaria, poca relación entre vecinos y donde la mayoría de interacciones que los habitantes desarrollan se realiza fuera del conjunto.

El proceso de investigación se caracterizó por una completa apertura de los participantes en la encuesta. Fueron pocos los que se negaron a aportar, casi siempre asumiendo falta de tiempo. Para las entrevistas y la proyección de la película el interés fue mayor, pese a que, como lo veremos más adelante en un análisis detallado, la mayoría de participantes desconocen las propuestas del cine ecuatoriano, y tienen un criterio bastante crítico con lo que se hace en el Ecuador de aquellas pocas películas que han visto. Esto, si bien arroja algunas conclusiones, plantea, sobre todo, interrogantes: ¿Qué está viendo el espectador ecuatoriano?, ¿qué y cómo consume en sus momentos de ocio?, ¿cómo es el espectador actual de cine en el Ecuador?, ¿qué le gusta?, ¿por qué le gusta? Estas y otras preguntas esperamos puedan ser analizadas en futuros estudios.

110. Rosana Guber, *El salvaje metropolitano: Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo* (Buenos Aires: Paidós, 2004), 52.

DESCRIPCIONES SOCIODEMOGRÁFICAS DE LOS PÚBLICOS ESTUDIADOS

La Loma Grande es un barrio tradicional del centro de Quito, con el arco de Santo Domingo como puerta de entrada a su calle principal, la Rocafuerte, que en el siglo XVII se denominaba «calle Larga de la Loma» y que desemboca en la Mama Cuchara. Ubicada entre dos quebradas, la de Santa Rosa y Manosalvas, actualmente la avenida Pichincha y la calle Sucre, respectivamente.¹¹¹ Según la información de población e indicadores del 2010 del Municipio de Quito, en la Loma Grande hay una población total de 5.002 habitantes, de ellos 2.396 son hombres y 2.606 mujeres, en un total de 1.898 viviendas, con una densidad promedio de 150,9 habitantes por he. Desagregando su perfil demográfico, los jóvenes y los adultos son la población mayoritaria en el barrio, es así que entre las edades de 36-64 años se registra el pico poblacional más alto con 707 hombres y 781 mujeres, es decir prácticamente el 30%. El segundo grupo más numeroso son los jóvenes de 19-35 años, con 695 hombres y 756 mujeres, siendo el 29% del total de habitantes del sector. Un dato adicional interesante en este sentido es que hay más adultos mayores que menores de cinco años, ocupando los primeros un 9,2% del total, mientras que los más pequeños representan el 7,5%. La presencia étnica es reducida en el sector, con 238 indígenas y 108 afrodescendientes¹¹² (ver anexo 5).

En el sector norte de la ciudad de Quito, desde donde comienzan a desplegarse zonas satélites de gran densidad demográfica con la multiplicación de conjuntos habitacionales se encuentra el Conjunto Jardines de Carcelén, con un total de 500 unidades habitacionales, todas iguales, pero sin registros exactos de los moradores, sino solo de los representantes de cada casa. En este espacio de clase media y media-alta, donde se cuida de la seguridad mediante personal privado contratado, se realizaron en total 26 encuestas, 13 a hombres y 13 a mujeres, siendo la misma plantilla de preguntas que en el otro barrio estudiado. Todas las encuestas se realizaron personalmente, planteando cada una de las preguntas y sus opciones, lo cual permitió hacer de las encuestas un encuentro con las personas que habitan en el mencionado conjunto.

111. Evelia Peralta y Rolando Moya Tasquer, *Quito: Patrimonio cultural de la humanidad* (Quito: Trama, 2002), 42.

112. Datos: Población e indicadores de 2010 en la Administración Zonal Manuela Sáenz según Barrio-Sector. <www.quito.gob.ec>.

RECEPCIÓN DE LA PELÍCULA EN EL SECTOR 1: LOMA GRANDE

La unidad de estudio la Loma Grande valora mucho su composición tradicional, sus habitantes se sienten plenamente identificados con el barrio en el que viven y asumen que el vivir allí los define en gran medida. Reconocen que se trata de un sector que tiene sobre todo problemas de seguridad, pero consideran que son más los valores positivos que los unen. Un barrio mágico, con muchas historias por contar, con una organización barrial activa son las descripciones que sus moradores aportan sobre su entorno. En sus calles se evidencia un gran movimiento durante todo el día, con cuatro instituciones educativas en la calle Rocafuerte, un destacamento de bomberos, el Centro Cultural Mama Cuchara y no menos de diez cafés. Un barrio vivo, con mucha actividad y movimiento.

En ese sector se realizaron las encuestas seleccionando aleatoriamente a personas que fluctúan en el espacio público: tiendas del barrio, la calle o en locales y negocios específicos. Esta variable permitió tener un grupo diverso de personas para la muestra, más aún con la ayuda de los dueños de los locales, quienes ayudaron a identificar a las personas y ciertas características de cada una, como por ejemplo las que viven mucho tiempo en el sector o las que vienen de otras provincias. Se identificaron además personas representativas por género y por edades, para tener variedad en los perfiles para la posterior selección de entrevistas específicas a profundidad sobre el tema de la identidad nacional. Se aplicó la matriz de encuestas a 24 personas: 10 hombres y 14 mujeres. Todas las encuestas (ver anexo 2) que indagan sobre las matrices de los individuos, ciertos consumos culturales y consumo de cine, se realizaron personalmente con cada sujeto de estudio.

La Loma Grande y sus consumos culturales

La tienda de barrio, pequeños negocios de comidas rápidas y tradicionales y las panaderías son los puntos de recurrente encuentro de sus moradores. Es fácil encontrar a personas que han vivido por muchos años, incluso herederos de generaciones anteriores que se mantienen en el sector y dan cuenta de que los cambios que la modernidad ha generado no han terminado con la esencia comunitaria del sector. Se reconoce que varios de los antiguos moradores prefirieron migrar al norte de la ciudad, lo que incorporó nuevos vecinos tanto de diversas provincias del país, como de otras latitudes: principalmente peruanos y colombianos. Sin embargo se enfatiza que los nuevos arrendatarios en el barrio se adaptan a las dinámicas propias del sector, aportando sus particularidades.

En general, se trata de una población con estudios completos hasta la secundaria, tanto para hombres como para mujeres. Se reportan más estudios de tercer nivel entre hombres que mujeres. Todos los jóvenes encuestados se encuentran realizando sus estudios secundarios o universitarios de acuerdo con sus edades. Por su parte, la ocupación laboral de la mayoría de los adultos hombres es en negocios propios o como empleados públicos y privados, mientras que en las mujeres hay mucha más presencia de amas de casa. Si bien se comprueba que la mayoría de personas salen a desempeñar ocupaciones laborales, se siente una gran actividad en el barrio durante todo el día, con mucho movimiento comercial y circulación de personas. Por estas circunstancias se realizó la encuestas durante varios días y en varias horas, mañana, tarde o noche, para intentar incorporar a los diversos públicos que conforman el sector.

Otro signo de composición tradicional del barrio, según los resultados de las encuestas, es el apego mayoritario por una situación civil estable, sea como solteros en el caso de los más jóvenes, o casados para los adultos. El divorcio o la unión de hecho prácticamente no se mencionan. Un estatus recurrente en el sector es la familia ampliada que conserva muchas casas de estilo tradicional. Es una población con ingresos mensuales medios, donde la mayoría reporta rubros menores a US \$ 800. Se destaca en el barrio un apego considerable hacia la participación social, ya sea en agrupaciones religiosas o en colectivos barriales y culturales. El grupo barrial promueve permanentemente actividades de corte cultural e integración, promoviendo la participación de los moradores en fechas claves como las fiestas de Quito o fin de año.

Aunque en el barrio existe el Centro Cultural Mama Cuchara, que es administrativamente manejado por la Fundación Teatro Nacional Sucre con fondos públicos del Municipio, las relaciones con esta entidad son frías, sin que exista una coordinación de trabajo en conjunto para el aprovechamiento del espacio y sus actividades con la comunidad vecina. La brecha digital se hace presente en el sector donde los jóvenes son los que más utilizan las plataformas de internet para el acceso a la información, mientras que los adultos mantienen a la televisión como su principal aliado. No hay ninguna persona entre las encuestadas que haya reportado no tener al menos una televisión en su hogar. Al analizar los tiempos de uso de internet y televisión al día se evidencia que ambos compiten como los medios más utilizados. Aquí es clave apuntar la retirada del periódico como un medio influyente. Son pocas las personas que admiten comprar o estar suscrito a un periódico impreso. Más bien el posicionamiento de las redes sociales, sobre todo Facebook y plataformas como YouTube, es un factor de consumo primordial en todas las edades. Estos dos entornos son los más mencionados, y de largo, cuando se les pidió a los encuestados mencionar las páginas web que más visitan. No es menor el dato de

que mientras pocos acceden a medios impresos, todos los encuestados tienen conexión a internet en sus hogares.

El uso del tiempo libre tiene marcadas diferencias en cuanto al género. Para el segmento masculino de la Loma Grande el deporte y las caminatas son las actividades preferidas, mientras que en el caso de las mujeres la lectura y el pasar en familia son las más mencionadas.

El cine y el consumo audiovisual

Dentro de la tradicionalidad que cobija a la Loma Grande, el consumo de cine y en general del audiovisual entra en la categoría de uso del tiempo libre. La televisión es un dispositivo presente en la vida de las personas y, conjuntamente con el internet, ocupan entre tres y cuatro horas diarias de la vida de los habitantes del barrio. Es decir, que los dos entornos son factores muy importantes en la cotidianidad y su consumo, pese a no ser considerado por sus habitantes dentro del rubro del tiempo de ocio, es parte de la cotidianidad. Dentro de esa concepción, el cine en las salas comerciales está asociado como una actividad de entretenimiento y esparcimiento, que sin registrar un alto consumo, es más apreciado por las generaciones más jóvenes. Ir al cine se asocia más con un evento esporádico y puntual.

Sin embargo, el consumo de películas en formato DVD registra valores mucho más altos y en diversidad de edades y género. Este soporte se constituye en la ventana principal de acceso al cine. No pasa lo mismo con el internet, donde, sobre todo a mayor edad, es menor el uso para mirar películas. La experiencia de ir al cine es algo que no está entre las opciones permanentes y no es algo que se realice en soledad para los moradores de la Loma Grande. Siempre se da en compañía de familia, amigos o pareja, lo cual marca que la sala de cine sea sobre todo una experiencia social de esparcimiento y entretenimiento, mientras que en la casa el cine tiene en el DVD una experiencia más personal.

La pantalla grande de las salas comerciales es, por lo general, apreciada para ver cine de efectos especiales, ciencia ficción y grandes producciones que llaman la atención por sus escenografías, por la posproducción. En las entrevistas a fondo se evidencia claramente esta particular forma de seleccionar las películas. Sagas como las de *Harry Potter* o *El Señor de los Anillos* son mencionadas como las predilectas para verlas en las multisalas. El consumo del cine *para pensar o reflexionar* como mencionan varias personas, es decir, cine alternativo europeo, asiático o latinoamericano está destinado para el DVD y el hogar. Una de las ventajas principales que señalan es que en casa se puede parar, repetir escenas o también volver a ver las películas que más les interesan. Incluso mencionan que es el espacio para poder ver el tipo de cine de gusto

personal y en soledad, ya que en las salas comerciales, al ser un evento social con familia o amigos, tienen que estar sujetos a la selección grupal de la película. La relación personal con el cine en el hogar le da otro matiz, otra forma de consumo personalizada. En varias de las entrevistas se evidencia que es allí donde pueden ver documentales o ficciones relacionadas con sus gustos personales y profesionales. Es el caso de una joven escritora que trata de ver todas las películas que puede sobre escritores y eso, admite, solo lo puede hacer en su casa y en soledad.

Cine ecuatoriano

Al desglosar las 24 encuestas aplicadas en la Loma Grande se hace evidente una composición variada en cuanto a las actividades profesionales y cotidianas de las personas. Si bien hay un interés por la participación social y menciones para el activismo cultural, el consumo artístico no está dentro de las consideraciones mayoritarias del sector. El reunir y consolidar grupos amplios de participación es una tarea difícil para quienes se ponen al frente del comité barrial. Como menciona uno de los líderes, «ya que la gente tiene resueltos sus requerimientos primordiales como luz, agua o servicios básicos, no sienten la necesidad de participar en comunidad para hacer las cosas, para tomar decisiones». Sin embargo, el sentido de vecindad se mantiene, con espacios como las tiendas como lugares de encuentro en la convivencia.

Es en ese entorno donde se pudo encontrar que varias personas sí se interesan por la convivencia comunitaria y la participación. Hay presencia de artesanos, artistas y creadores que conforman grupos y colectivos barriales. Incluso, estos espacios de socialización facilitaron el acceso a las personas para las diferentes etapas del estudio, determinando, por ejemplo, que si bien la mayoría de los encuestados del barrio no tiene inclinación o apego al disfrute artístico, sí hay presencia relevante de artistas y adeptos que le dan un tinte cultural al sector. Es curiosa esa dicotomía, ya que los que se inclinan por la actividad cultural y la reivindican, reconocen al mismo tiempo que no le prestan atención a la producción fílmica ecuatoriana, lo cual lo asumen con un *mea culpa*, pero también desde una visión crítica hacia las producciones locales.

En ese contexto resulta revelador que siendo un barrio con una tradición de comunidad de por medio y con influencias culturales y artísticas propias, tenga en buena medida un desconocimiento y alejamiento del cine ecuatoriano, sobre todo del más reciente: de los últimos tres a cuatro años. De los 13 estrenos nacionales registrados en salas comerciales en 2013, solo *Monos con gallinas*, de Alfredo León tuvo algunas menciones. Las demás prácticamente pasaron desapercibidas para este sector, incluso para las personas vin-

culadas con actividades artísticas. En las encuestas se pudo evidenciar que si bien no hay una constante asistencia a las salas de cine, hay un contacto con los *malls* y las multisalas, sobre todo las del Centro Comercial El Recreo, que es la que les resulta más cercana, cerca de 15' en transporte público. Por lo tanto no se trata de una alejamiento de las multisalas por ser un ambiente extraño, sino de que el cine ecuatoriano no los convoca, no les llama la atención.

Cuando se les pide hacer memoria de la última película ecuatoriana que han visto, los adultos de mayor edad tienden a retroceder a *Ratas, ratones y rateros*, incluso más atrás, y entre las más recordadas, *La Tigra*. En la mente de los encuestados no hay, ni por haberlas visto, ni por haberse enterado, una cercanía con el reciente apogeo del cine realizado en Ecuador. De la misma forma, cuando se les pide mencionar a actores o directores, dentro de lo poco que recuerdan es frecuente encontrar las menciones a Sebastián Cordero y Camilo Luzuriaga, quienes están identificados como los directores nacionales.

De las 24 encuestas realizadas solo ocho personas vieron una de las dos películas del estudio. Es el caso de *Qué tan lejos*, que en ninguna de las encuestas es mencionada como la mejor película ecuatoriana. En el caso de *Prometeo deportado*, ninguna de los encuestados dice haberla visto. De estos datos se desprende que en el público de la Loma Grande no hay una cercanía con lo más reciente del cine ecuatoriano, hay una memoria limitada en cuanto al cine de los 90 e inicios del siglo XXI, donde filmes como *La Tigra* y *Ratas, ratones y rateros* marcaron el imaginario de este público. Actores y actrices no son factores de acercamiento para el público, de hecho se recuerdan más a personajes de la televisión y de producciones que circulan por internet. Esto evidencia que no hay una tradición de actores y directores que el público identifique: el *star system* no funciona como anclaje motivador para ver cine local. Tampoco hay una costumbre por estar atentos a las novedades del cine nacional. El público de la Loma Grande no está pendiente de lo que sucede con la cinematografía local y aducen que buena parte de ese factor se debe a la poca comunicación y difusión que tienen las películas. Esto resulta particularmente curioso para el análisis, pues como se revisaba previamente, el uso de internet y de las redes sociales tiene una presencia y crecimiento continuo en las personas, pero en esos entornos la promoción del cine ecuatoriano no tiene eco con este público. Si a eso se suma el dato del poco impacto que tiene la prensa en las personas encuestadas y entrevistadas, se pone en evidencia que los productores y realizadores ecuatorianos no tienen una sintonía con las prácticas y consumos culturales de este público.

Cabe mencionar un hecho anecdótico aquí que grafica bien lo expuesto: en alguna de las ediciones anteriores del Festival EDOC sus organizadores celebraron con gran alboroso que el diario *El Comercio* haya dedicado parte de su portada para reseñar la inauguración del Festival y muchos de sus esfuerzos

permanentes en el área de promoción apuntan a que los diarios publiquen el calendario diario del encuentro. Sin embargo, mientras los productores se regocijan por conseguir el favor periodístico de los diarios, el público encuestado en la Loma Grande ve de lejos y, cada vez con menos interés, los periódicos. Es esa tal vez la razón de que varias de las personas entrevistadas mencionaron que pese a conocer algo del Festival EDOC no lo sienten propio, sienten que es algo para las élites, para los que pueden ir a cines como el Ochoymedio. En definitiva, sienten que ellos no son tomados en cuenta en ese encuentro.

Dentro de las consideraciones que tiene el público de la Loma Grande sobre el cine ecuatoriano se destaca el calificativo de reiterativo y poco diverso. Critican que todas las películas tratan siempre de ese realismo pesimista que expone lo malo del Ecuador, siendo siempre las drogas, los asesinatos, las pandillas y, en general, los problemas sociales lo que se expone en el cine ecuatoriano. Eso les desanima, frustra y decepciona del cine local. Para este sector las películas nacionales se enfocan solo en esas temáticas y desde una mirada externa; esto hace referencia a que los realizadores, guionistas y directores provienen de familias y sectores de clase alta donde no se conocen las diversas realidades que se viven en la cotidianidad. Mencionan por ejemplo que en el caso de la Loma Grande solo se le considera como un barrio peligroso, pero nadie sabe de especificidades como que en muchas de sus casas tienen en sus fachadas unas cruces. Ese tipo de singularidades son las que no se presentan en el cine ecuatoriano.

Una de las películas que más criticaron fue *A tus espaldas*, de Tito Jara, valorando negativamente la cantidad de estereotipos que el filme presenta. Aunque reconocen que puede tratarse de una realidad que existe en la ciudad, cuestionan la ausencia de una puesta en valor de lo positivo del ecuatoriano. Aducen que esta corriente recurrente de retratar lo malo de la sociedad puede deberse a un desconocimiento o a un recurso para captar más público y lograr réditos económicos. Sobre todo con la película de Jara identifican que el Panecillo no representa en la realidad la separación del sur y el norte de la ciudad, sino que representa muchísimo más, y que eso no se vio en el filme.

Cuando se les pidió ahondar en las razones de la crítica, aceptaron las posibilidades de que existan personas como algunos de los personajes de *A tus espaldas*, pero no se sienten identificados con ellos ni con sus situaciones. Una de las entrevistadas, socióloga de profesión, menciona que le duelen mucho ver los estereotipos representados en el filme, porque esconden la diversidad. No desconoce que esas situaciones pueden ser reales, pero señala que ocultan la realidad diversa mestiza del quiteño. Considera que la acogida de la película puede haber sido desde la sátira, porque recuerda que cuando estuvo en boga escuchó comentarios como «si viste esa película, igualito, no». Plantea entonces que la buena acogida pudo ser más desde la burla que desde la reflexión.

El cine de Sebastián Cordero es valorado, aunque sus películas más mencionadas son *Ratas, ratones y rateros* y *Pescador. Crónicas*, *Rabia* o la reciente *Europa Report* no están dentro de la memoria de este sector. Camilo Luzuriaga también tiene su nombre instalado en el imaginario de directores de este público, aunque básicamente *La Tigra* es la única película con la que le relacionan. De hecho, esta cinta de 1990 es gratamente recordada por parte de las personas que tienen un nivel de estudios superior de la Loma Grande y la ubican como una de las mejores producciones, que retrata de mejor manera la identidad nacional. Les sirve *La Tigra* como el referente de diferenciación con el cine reciente. Evocan escenas del filme de Luzuriaga para ahondar en lo simplonas de las propuestas actuales, calificación que otorgan a lo poco que han visto del cine ecuatoriano.

Las personas mencionan que la repetitividad de planteamientos y la falta de nuevas propuestas produce que el público no se interese por el cine local. No obstante, no dejan de reconocer que esas realidades que se plantean en las películas nacionales existen, haciendo referencia a la muerte, la drogradicción, el robo. Sin embargo, cuestionan, y duramente, que en el cine ecuatoriano no se enfoque y promocióne de mejor manera lo que es el Ecuador. Sienten que siempre hay una mirada negativa sobre nosotros mismos y eso resulta aburrido para verlo una y otra vez. Piden nuevas historias, que resalten otras realidades, otras diversidades, otros personajes, los más comunes, los más tradicionales. Aquello que les permita sentirse identificados.

Una de las entrevistadas, escritora y profesora universitaria de 28 años de edad, argumenta que «el ecuatoriano no quiere verse en el cine ecuatoriano, que en realidad lo que los públicos locales buscan en el cine es escapar y ver otras historias». Considera que las películas nacionales «no deberían preocuparse por plantear la identidad como su temática, sino que sea algo orgánico, algo que suceda, que los personajes sean, existan y no estén preocupados por representar algo». Tal vez allí se hace implícita una crítica a la estructuración de las historias y los personajes por parte de los guionistas y directores nacionales desde lo pragmático, porque como se apuntó en las reseñas de *Qué tan lejos* y *Prometeo deportado*, el interés por retratar a los ecuatorianos termina disolviendo o mermando la identidad individual de los personajes, sus sentimientos e historias de vida, quedando en evidencia los estereotipos superficiales que como se ve en este estudio, no convocan a los espectadores. No obstante, hay que seguir indagando si pasa lo mismo con otras películas, aquellas que sí son del gusto declarado de los entrevistados, en la cuales, en algunos casos, también se manejan estereotipos.

Identidad nacional en el cine ecuatoriano

Las representaciones de identidad nacional que se plasman en el cine ecuatoriano, aunque eviten la particularidad y diversidad, no satisfacen plenamente al público con estudios superiores de la Loma Grande. Coinciden en que se tratan de retratos muy particulares de una realidad sesgada desde una mirada elitista. Hay que puntualizar que esta mirada es bastante parcial, pues la muestra seleccionada es reducida –para enfatizar en sus lecturas–, y los encuestados afirmaron haber visto muy poco de cine ecuatoriano. Así se entiende también que en las reflexiones de los moradores abordados de la Loma Grande resulta imposible reducir la identidad a una sola definición, pues definen al ecuatoriano tipo como una multiplicidad que en buena medida responde a las regiones, pero también a las particulares formas de cada ciudad.

Para la gente de la Loma Grande el ecuatoriano es diverso, alegre, trabajador, fiestero, novelero, aunque esto último esté más cercano a los residentes de la Costa que a los de la Sierra. Sin embargo, consideran que poco o nada de eso se retrata en el cine ecuatoriano que han visto: estos personajes no están en las cintas nacionales y si están, son personajes secundarios. Sienten extrañeza de que siempre se proponga al ecuatoriano como delincuente, *sapo*, vago, triste y sufridor, características con las que no se sienten identificados, aunque no desconocen que existan. Una de las entrevistadas menciona: «tú te paras en la calle y ninguna de las personas que ves allí están en alguna película».

Desde esas lecturas particulares se desprende que estos públicos tienen un discurso preconfigurado sobre el cine ecuatoriano y sobre la identidad nacional, un discurso que devela en cierta medida un resentimiento con las élites, que son mirados como *otros* lejanos, otros que dan cuenta de ellos en las pantallas, sin conocerlos a profundidad. Además, en los cuestionamientos que hacen de la identidad se puede mencionar que hay también una inclinación a proyectar al ecuatoriano que quisieramos ser, frente a una descripción más *objetiva*, si cabe el término. Por ello se preocupan de puntualizar que no desconocen los rasgos negativos, pero proponen que el cine local también presente en pantalla lo positivo.

Reconocen como película que retrata mejor nuestra identidad a *La Tigra* en comparación a cualquiera de las de reciente producción. Expresan que por lo general solo los personajes marginales son tomados en cuenta por los realizadores, pero desde una perspectiva estereotipada. De hecho expresan que muchas veces sectores tradicionales como el centro histórico se exponen en las películas ecuatorianas como escenarios para la prostitución, la drogadicción y la violencia. Critican esa mirada por provenir de directores y guionistas que no conocen la realidad profunda, mencionado que escriben y dirigen solo porque les han contado algo, sin conocer la realidad.

Una de las entrevistadas afirma que «en las producciones más recientes se ha folclorizado la temática de la identidad y que esa intención de representar al ecuatoriano se ha convertido en una suerte de moda». Recuerda en este punto a *Ratas, ratones y rateros* que fue un *boom* y luego se empezaron a reproducir las mismas cosas, poniendo como ejemplo a *Pescador*, que funcionaría bajo la misma lógica, algo que le disgusta, lo vuelve superficial. En cambio, recordando la producción *A la Costa*, dice que eran cuestiones más profundas y hasta políticas que tenían más autenticidad. En otro caso la profesora y escritora menciona: «Yo creo que todas las películas deben enviar mensajes para que la gente se identifique, no con el robo o la droga, sino con mensajes positivos, con historias interesantes que logren dar un mensaje y no quede hueco. Tal vez allí la gente va a lograr identificarse mejor».

Aseguran que los personajes indígenas son por lo general los más ausentes en los filmes nacionales, prácticamente no recuerdan haber visto algún personaje representativo de etnias indígenas en alguna cinta ecuatoriana. En el caso de los afrodescendientes aseguran que sí hay mayor presencia, sin embargo lo relacionan más con series televisivas pues critican que por lo general están presentes como objetos de burla. La estudiante universitaria entrevistada señala: «No he visto indígenas, por ejemplo los cayambes, en el cine ecuatoriano. Las personas afroecuatorianas sí tienen su espacio, son motivos de burla, pero tienen su espacio».

Resulta clave mirar el cruce de referentes audiovisuales cuando los públicos reflexionan sobre la identidad y el cine. Tanto en las encuestas como en las entrevistas se hacía evidente que esa frontera no era definitiva ni trascendental. Recordaban series y películas televisivas e incluso productos de internet como *Enchufe TV* para referirse a actores, escenas y temáticas. En su imaginario el cine no es abordado como una obra de arte pulcra y poseedora del aura de la que habla Walter Benjamin, es más bien un dispositivo más de entretenimiento e incluso también aceptado como medio de comunicación con el cual se prodría promociar mejor al país externamente. Es por ello que cuando se les pide pensar en referentes o en los personajes nacionales que no aparecen en la películas, recurren, como en el caso de la estudiante, a series televisivas para argumentar su posición.

Película *Qué tan lejos*

De 24 personas encuestadas en la Loma Grande tan solo ocho recordaron haber visto la producción mencionada, ninguna de ellas ubica al filme en el rango de la mejor película nacional. Pese a ser una de las cintas con mayor taquilla solo por debajo de *La Tigra* y en niveles similares al documental de Ma-

ría Fernanda Restrepo, *Con mi corazón en Yambo*, no tuvo un nivel importante de llegada en este sector. La gente de la Loma Grande que sí la vio la recuerda como una película entretenida pero con muchas fallas y cuestionamientos.

El primer gran inconveniente que ubican es el planteamiento de una trama pobre, donde la historia de una *niña bien* que quiere salvar de un matrimonio forzado a su supuesto novio no les resulta ni creíble ni cercana, en la mayoría de casos. Les parece una historia simplona que apenas alcanza para justificar el viaje hacia Cuenca. Adicionalmente, se cuestiona el personaje de Tristeza, a quien no identifican como la «típica quiteña», ni siquiera como la típica «añiada», enfatizando en que incluso para ser «pelucona» le falta arrastrar mejor las palabras o tener entonaciones más cercanas a las de las quiteñas. Se critica su vestuario bien arreglado y combinado, aspecto que lo consideran lejano de la realidad de las mujeres de clase media que no visten tan bien. Otra crítica para el personaje de Tristeza es su edad mental ya que indican al inicio del filme que es estudiante de posgrado de la FLACSO-Ecuador, sin embargo, consideran que su reacción de «ir por su novio» es más de una chica de colegio, de una adolescente. En el foro una de las participantes de 28 años de edad, expresó sobre este personaje: «no tiene nada que ver con los ecuatorianos incluso su vestimenta es poco auténtica, representa otras marcas. La identidad está ligada a lo cotidiano, a lo que vemos y hacemos todos los días, pero eso no está en el cine nacional».

Otra de las grandes problemáticas que los entrevistados encuentran, y que cuestionan como extraña para lo que el Ecuador es en realidad, es la sensación de la película es un retrato de un país fantasma: con lindos paisajes, pero sin gente, sin ciudadanos. Recuerdan en ese punto la escena en el parque de Alausí donde llegan los tres personajes de la película y no hay nadie, ni siquiera «el típico perro del pueblo». Especulan que se pudo tratar de una intención de acentuar que el país está en paro, pero coinciden en que, por el contrario, cuando hay paros es cuando más gente está en las plazas de las ciudades y los pueblos. Sienten que en toda la película no existen personajes cotidianos: el lustrabotas, el voceador del periódico *Extra*, el que vende cola en vasos en la Costa, por mencionar algunos casos. Ninguno de esos personajes fue tomado en cuenta y eso les resultó muy extraño.

Dentro de las lecturas emitidas sobre la película, los entrevistados expresaron que sienten que es como un filme compuesto por pequeñas anécdotas que pueden ser propias y chistosas, pero que en conjunto no reflejan la ecuatorianidad. De hecho plantean que para tratarse de una cinta que se proponía hablar de la identidad nacional, le faltó muchísimo. Admiten que los paisajes fueron bien logrados pero que los personajes no se sienten auténticos, sino que siguen un libreto que incluso les impone impostar los acentos para denotar un perfil serrano y quiteño. Una joven profesional de 29 años menciona que «eso

no somos los ecuatorianos. El común y corriente de ecuatorianos somos los *llamingos* que pasamos todos los días en la calle luchando por conseguir el pan de todos los días. ¿Pensar que representa la cultura o las culturas ecuatorianas? Para nada. Más bien es una película divertida con muchas alegorías que tienen que ver con una parte de lo que somos».

Salvan de la crítica a los niños que aparecen en el filme ya que los sienten más personales y auténticos. Considerando en este punto su cercanía con el antiguo Terminal Terrestre Cumandá, que fue parte del barrio, sintieron la escena algo cercana, por identificar que la situación de la caramelera que se guarda el cambio era real e incluso algunas veces les había pasado, pero nuevamente cuestionan que vieron una terminal vacía, cuando era un lugar de mucha gente, todo el tiempo.

Afirman que se ven personajes típicos, como el aniñado hincha de la Liga de Quito, pero no logran identificarse como ecuatorianos y marcan distancia calificando de folclorismo a ese interés de la realizadora. De hecho, durante el foro se cuestionó la procedencia de la directora y asumían que era extranjera, por lo que cuando se enteraron que era una realizadora cuencana expresaron su sorpresa y uno incluso mencionó que hubiera preferido que la directora sea extranjera para justificar el por qué no logró plasmar lo que somos.

También identifican y consideran que los momentos o alegorías son propias del ecuatoriano; la crítica general que hizo la mayoría de entrevistados es que solo se muestra una pequeña parte de la diversidad que tenemos. Aún más, uno de los personajes que les generó más controversia, por su identificación como auténtico ecuatoriano, es el que representa Fausto Miño. Para unos, así son los «típicos liguistas», mientras que otros lo sienten exagerado. Frases y acciones son lo que más rescatan como identificables, como ecuatorianos, y reparan en detalles que se alejan de esa consideración, como cuando el mesero llamado *Iguana* dice: «barraquera», frase que la ubican como propia de los colombianos y no como ecuatoriana. Ven como propio, por ejemplo, la *sapada* del taxista al inicio de la película, o la actitud galante y burda al mismo tiempo de los periodistas que llevan en la camioneta a Esperanza y Tristeza.

Según las lecturas que hace la gente del *focus group* de la Loma Grande sobre la identidad nacional en la película *Qué tan lejos*, el ecuatoriano sería un personaje frío y triste, con poca autoestima y que necesitaría de un extranjero que venga a alentarla. Mencionan que en esta película no está presente la chispa del ecuatoriano. Ecuador de *Qué tan lejos* en sus paisajes es muy bonito, pero el ecuatoriano retratado allí es feo, es problemático, las mujeres son tristes, los hombres mujeriegos, mostrando al ecuatoriano como un ser negativo. Además reiteran que es un país vacío, sin vida el que se ve en la película, y no tiene nada que ver con los comportamientos cotidianos. Viendo la cinta aseguran que no da ganas de visitar el país reflejado en la película.

Por el contrario, para los moradores que participaron del estudio, las descripciones del ecuatoriano tienen que ver más con un ser amable, borracho, buena gente, trabajador, risueño, conformista, envidioso, sociable. Se identifica además que el ecuatoriano es novelero, sobre todo el costeño, pues cada región tiene características diferentes. Se describe a los hombres como alegres y pícaros y a las mujeres como incrédulas. Muchos de estos ecuatorianos descritos por las unidades de estudio no están en *Qué tan lejos*, según las miradas de los asistentes al *focus group*. «Faltó la alegría, levantar el ánimo a las mujeres, especialmente a Tristeza», recalcó un joven diseñador y artista que acompañó a la escritora a la proyección de la película.

Un barrio tradicional como la Loma Grande, que se debate entre el reconocer a la inseguridad como su mayor problema y el integrar a los moradores en una mayor participación social para emprender en proyectos de cultura y mejoramiento del sector, tiene sus particulares miradas. Por un lado su gente se siente identificada con el barrio y con un alto sentido de pertenencia, pero por otro sabe que de a poco esa tradicionalidad se va transformando con la llegada, cada vez mayor, de gente *afuereña*.

En ese espacio confluye sobre todo la clase media con un gran apego a la familia como eje de sus actividades. En este sector el consumo del cine tiene un perfil de entretenimiento y *relax*, siendo más usual ver películas en DVD en los hogares, que visitar las multisalas que ofrece la ciudad. Los habitantes de este barrio guardan una mirada muy crítica sobre el escaso cine ecuatoriano que han visto, cuestionando sobre todo sus repetitivas temáticas, los flojos argumentos e historias que presentan y el centrarse en realidades negativas de la sociedad. Admiten que la violencia, el robo, la prostitución y las drogas son problemas reales, pero no consideran como algo ideal que el cine ecuatoriano retrate «solo esa realidad» en las pantallas. Este es uno de los principales factores del poco acercamiento que experimentan los públicos estudiados del sector con el cine local. Consideran que es un cine en crecimiento, pero más como un discurso que como una convicción de la cual participan, aspecto que se evidencia en la escasa visualización de lo más reciente de la producción cinematográfica ecuatoriana.

Cuestionan a profundidad diversos planteamientos de la película *Qué tan lejos*, observando mucha debilidad en la formulación de los personajes y, al contrario de lo que se ha considerado en esta investigación, en lugar de retratar la diversidad de la identidad, la simplifican en personajes y situaciones planas y repetitivas. Miran que la intención de querer poner lo que somos en la pantalla no da resultados, y sería más oportuno ver personajes «más reales» y cercanos en los filmes. El concepto teórico de las identidades múltiples no está reflejado en el cine ecuatoriano que han mirado estos públicos, quienes sí identifican esa multiplicidad en la vida cotidiana, tanto territorial como de costumbres y comportamientos.

Resulta interesante para el análisis de este trabajo el que varias de las personas con las que se trabajó se cuestionaran que teniendo una cierta cercanía con la cultura y el arte, no sean seguidores del cine nacional en particular. Diseñadores gráficos, seguidores de la plástica y la literatura y artesanos del metal y la madera, con un café cultural propio en el sector que les invita al encuentro permanente, conforman parte del mapa de las personas que buscan desarrollar actividades culturales y sociales en el sector, vía talleres artísticos y similares. Estos personajes son los que se cuestionan el desapego hacia el cine ecuatoriano con los argumentos ya expuestos, y es que para ellos el cine de corte más comercial y espectacular, como los citados ejemplos de Harry Potter, resulta más llamativo, mientras que el cine que está más identificado con el autor, o el cine latinoamericano, es de consumo individual, por ejemplo en el caso de la escritora o la socióloga, en las temáticas referentes a sus campos de estudio y desarrollo profesional. Allí, nuevamente se detecta la falta de interés por el cine ecuatoriano. Asumen que con lo poco que han visto ya es suficiente para considerar que todo el cine trata temáticas repetitivas, por una parte, o aburridas, en otros casos. Sus matrices culturales, que los atan hacia las costumbres y tradiciones, hacia una vida en familia y donde se reivindica el contacto social, no compagina con el consumo de cine nacional. De alguna manera se evidencia un divorcio entre estas dos instancias que desde otras lógicas podrían implicar un acercamiento. En parte se puede explicar también que en el barrio se sienten relegados por parte de las autoridades del gobierno municipal así como de instancias de la cultura. Los eventos y actividades que se dan en el lugar son fruto de la autogestión.

Adicionalmente, en las matrices y mediaciones que se mezclan entre los moradores del barrio que fueron encuestados, se evidencia que en su orden de prioridades, la actividad cultural no está ni en el apartado de formación ni en el del uso del tiempo libre. Es básicamente entretenimiento. Por ello no son muy adeptos, salvo pocos casos, a enlazar el cine con otra posibilidad que no sea entretenerse. Por ello las grandes producciones internacionales ganan la atención de este público. También por ello se puede concluir que para los moradores abordados de la Loma Grande, el cine ecuatoriano les resulta extraño y molesto por solo plantear las problemáticas sociales, aunque lo identifican en cuanto a sus paisajes y ciertas realidades. Requieren otro cine nacional: uno positivo, que hable de la cotidianidad, que retrate muchas más realidades. Y junto a ello una mejor y efectiva difusión.

RECEPCIÓN DE LA PELÍCULA EN EL SECTOR 2: JARDINES DE CARCELÉN

Al ser un conjunto cerrado de 500 unidades habitacionales, el comportamiento y dinámica del sector tiene sus propias particularidades. Ubicado al norte de Quito, con una vía de ingreso altamente congestionada por el tráfico vehicular, los moradores del conjunto lo identifican como un lugar para descansar, donde cada persona hace su propia vida.

El sitio cuenta con vigilancia privada que restringe el ingreso a las personas que son autorizadas por los propietarios del sector, lo cual genera una sensación de seguridad muy valorada por los moradores. Las casas son de tamaño mediano, precisas para la convivencia de familias nucleares conformadas por padre, madre e hijos. La presencia de adultos mayores está asociada con el cuidado de los más pequeños ya que es recurrente que ambos padres salgan temprano a trabajar y vuelvan en la noche. El servicio doméstico es también una constante en las casas del barrio.

Es importante anotar que a diferencia del grupo anterior, los moradores de este conjunto no se sienten identificados con el sector donde viven, aunque hay una gran mayoría de propietarios, siendo menos quienes arriendan casas. Además, son las parejas de mediana edad quienes han constituido, en buena medida, la configuración poblacional.

Jardines de Carcelén y sus consumos culturales

El conjunto habitacional tiene como dinámica primordial el ser un lugar de vivienda. Internamente no tienen una actividad comercial importante: dos tiendas, una sala de belleza y una papelería son los únicos espacios de atención al público. Dos canchas deportivas, un gimnasio y salones para eventos sociales configuran las estructuras físicas de un sector identificado plenamente con la privacidad. En sus calles y pasajes no circula mucha gente, y la que circula lo hace de forma rápida hacia la empinada salida para tomar un servicio de transporte. No obstante es claro que la gran mayoría de habitantes cuenta con auto propio.

De acuerdo a lo que reportaron los resultados de la encuesta aplicada a 26 personas del sector, los ingresos promedio mensuales superan los US \$ 800. Entre las actividades laborales que se mencionan existe un número importante de negocios propios. Los estudios formales completos se cumplen en la mayoría de casos hasta el tercer nivel, siendo pocos los moradores con formación de cuarto nivel.

El conjunto no ofrece actividades alternativas a los moradores para su esparcimiento o encuentro. Los jóvenes mencionan que se han apropiado de ciertos espacios improvisados para compartir, sobre todo asociados a la con-

versación y consumo de bebidas de moderación. En tal sentido, el grado de participación social en actividades del conjunto es nulo; en la gran mayoría no sobrepasa del pago de las alcuotas para mantenimiento, de lo cual se encarga un administrador contratado que no reside en el conjunto. No tienen actividades culturales o sociales organizadas, con excepción de algún encuentro deportivo en las fiestas de Quito, pero con poca convocatoria. Participar socialmente no es una actividad que realicen los moradores, de acuerdo con las versiones de los encuestados y entrevistados.

El consumo mediático evidencia un mayor tiempo dedicado al internet y a las redes sociales, sobre todo en los pobladores más jóvenes; cabe indicar que todas las casas tienen conexión a internet. Los adultos señalan que visitan páginas web relacionadas a sus actividades laborales. Medios tradicionales como radio y televisión tienen una mayor acogida en los habitantes de mayor edad y la prensa escrita prácticamente no es usada para fines informativos, teniendo poca presencia en los hogares, a diferencia de la televisión, que, al igual que la tecnología más reciente, es una constante en estos espacios, conjuntamente con consolas de juegos y señal de televisión codificada. Con esto queda claramente marcada la diferencia de los medios que la gente utiliza para obtener información.

El cine y el consumo audiovisual

En el conjunto Jardines de Carcelén no hay un interés marcado por acercarse al cine, es más bien una actividad que se realiza desde la lógica del compartir y el entretenimiento. Una de las entrevistadas menciona: «Para mí las películas no son imprescindibles, no soy de salir tanto, pero es un momento de entretenimiento. Son necesarios esos momentos para salir en familia, para compartir».

La temática y los actores son los factores que más se privilegian el momento de escoger una película para verla, ya sea en las salas comerciales o en su propio hogar. En este punto resulta muy interesante el uso cada vez mayor que hacen del internet para mirar películas. Si bien el DVD sigue siendo un formato predilecto para consumir cine, los sitios web para ver filmes ocupan un importante espacio en estos hogares. La comedia, el terror y la ciencia ficción son los géneros cinematográficos más mencionados, siendo las grandes producciones, con efectos que entretienen y llaman la atención, las preferidas.

El consumo televisivo tiene un espacio cotidiano importante entre las personas del sector, sobre todo de aquellas que más pasan más tiempo en el conjunto, mientras que el cine no tiene un protagonismo importante, es una actividad más de entretenimientos de las que pueden realizar. Las asistencias

promedio a las salas comerciales al año son muy pocas en comparación con el número de películas que prefieren ver en casa.

Resulta interesante destacar como en la pregunta sobre el uso del tiempo libre los encuestados no mencionan a la navegación en internet entre sus favoritas, aunque existe un tiempo de uso importante en estos hogares, siendo los sitios más visitados las redes sociales y, en muy poca medida, sitios web relacionados con actividades laborales. Sin embargo, no se asocia al consumo de internet con el tiempo libre. Por el contrario, es el deporte y el descanso, las actividades que se encuentran entre sus prioridades.

Para efectos de esta investigación, resulta también interesante destacar que el cine o el ver películas tampoco entran en las prioridades de uso del tiempo libre. Esto podemos ampliarlo en otro sentido si se identifica que las salidas al cine son en buena medida una actividad familiar y de amigos, más asociada con el tiempo de ocio, aunque lo que los encuestados valoran en este caso no es el cine en sí mismo, sino el espacio y el momento para compartir y socializar.

La televisión está muy presente en las casas del sector. No existió ni una sola encuesta que reflejara la ausencia de este aparato y su uso como fuente de información y de entretenimiento, primordialmente. En la mayoría de los casos existen dos o más televisores por hogar. Además, el tiempo de uso de la televisión no es menor: de las 26 encuestas, solo tres casos reportaron ver un máximo de una hora diaria y ninguno indicó no ver televisión. Entre dos y tres horas al día son los tiempos más regulares que declaran destinar los encuestados para la televisión, donde se privilegian los programas de entretenimiento y los noticieros. En total, sumando todas las horas que los 26 encuestados dedican al día para el medio audiovisual, da un total de 86 horas diarias de consumo, mientras que la suma de las horas que declaran destinar al día para internet los mismos sujetos son 83 horas, entre todos. Esto nos ubica en un panorama social de un promedio de más de 6 horas al día para las dos plataformas; un cuarto del día está relacionados con la televisión o el internet, siendo repartidas esas horas casi en partes iguales. La radio tiene una participación menor como medio de información y la prensa escrita no tiene una mayor relevancia para la gente de Jardines de Carcelén.

Cine ecuatoriano

En cuanto al consumo de cine nacional, no se evidencia un acercamiento importante por parte de los moradores del barrio. Más de la mitad de las personas encuestadas admitió haber visto alguna vez algún filme ecuatoriano, pero al momento de recordar títulos de películas o nombres de actores, actrices o directores, les resultó difícil ubicar esos datos con exactitud. Son apenas

recuerdos de uno que otro personaje o de alguna situación. Resultó evidente el desconocimiento sobre cine nacional entre los encuestados. Más aún: de las dos películas que se plantearon para esta investigación, nadie vio *Prometeo deportado* y *Qué tan lejos* solo fue vista por ocho personas. las películas nacionales no entrna en su rango de prioridades o requerimientos el momento de pensar en cine, siendo el consumo de este arte significativo en comparación a lo poco o nada que saben y han visto de cine local.

Entre las razones que esgrimen para no acercarse al cine ecuatoriano están la escasa difusión, escaso interés y que no presenta una variedad de temáticas. En uno de los casos, la última película nacional vista fue *Qué tan lejos*. A partir de ella, menciona que no le ha interesado ver más filmes locales, a pesar de realizar un *mea culpa* sobre la falta el apoyo a lo nuestro.

Otro de los entrevistados, estudiante universitario, menciona: «Lo que más trata el cine es la problemática social ecuatoriana. Cuentan la vida de lo que pasa en el país y son muy lloronas o tristes. Las películas cuentan mucho sobre nuestra vida y debería estar más enfocadas hacia lo que debería ser; por ejemplo, lo que seríamos sin esos prejuicios. Que no solo cuenten lo que somos».

Desde la mirada de los moradores abordados en este sector, se considera que en el cine nacional se representa lo que somos, pero desde la mirada de una realidad lejana. Admiten que así son las cosas, que el ecuatoriano es sufridor, contextualizando este hecho con frases como: «no estamos conformes con lo que tenemos. Eso si se retrata en el cine nacional. Creo que la mayor parte de ecuatorianos están siendo retratados en el cine local». Esto es mencionado, en el marco de la entrevista, por una señora de 40 años.

La mayoría de los encuestados, miran al cine local como el retrato de una problemática de la sociedad que no quiere salir adelante, y si bien eso puede servir como una visión crítica que los productores realizan, buscando una reflexión que lleve a mejorar, los entrevistados indicaron que preferirían que se retrataran valores más positivos, como tradiciones propias, como la vestimenta o la gastronomía, lo cual no encuentran en las películas ecuatorianas.

Para los moradores de este sector, las realidades que se plantean en los filmes nacionales no se conectan con el total de sus vivencias cotidianas, las reconocen como algo que sucede en la sociedad, pero como algo que es lamentable: «Me da mucha pena ver que no progresamos, que nos quedamos en las costumbres de antepasados, somos tan problemáticos que nos causamos problemas donde no hay y en lugar de salir adelante nos quedamos estancados. No sacamos el nombre del Ecuador en alto. El cine ecuatoriano nos deja estancados en lo mismo, no nos lleva a mejorar», menciona el joven encuestado que estudia en los primeros años de la Universidad.

Identidad nacional en el cine ecuatoriano

De acuerdo a las encuestas, entrevistas y *focus group* realizados en Jardines de Carcelén, se infiere que para los habitantes del conjunto, el cine ecuatoriano sí retrata lo que es el ecuatoriano. Pese a que la mayoría de las personas que viven en el sector no tienen mayor relación con el cine nacional y no han visto mucho de lo más reciente de las producciones locales, su criterio es que el cine ecuatoriano se enfoca principalmente en contar nuestras realidades, en contar cómo somos, y que lo hacen muy bien. Pero, aunque están de acuerdo con los planteamientos, cuestionan que solo se muestre ese enfoque, que no se plasme lo positivo. Las lecturas de lo que perciben como cine ecuatoriano pueden ser cuestionables desde el punto de vista de lo poco que han consumido del mismo, pero no invalida la visión que desde la recepción tienen de lo que es el cine nacional; por ello resulta importante destacar en este estudio esa dicotomía que es el imaginario que la gente abordada en este sector tiene sobre la cinematografía que se hace localmente. Sin embargo, la proyección que hacen de lo poco que han visto para generalizarlo como un todo no invalida sus miradas, y más bien dan cuenta de un componente que los realizadores y productores deberían tomar en cuenta en sus nuevas creaciones, si el interés es captar nuevos públicos.

Pero los participantes de este sector miran esas realidades y las ubican como algo lejano a su propia realidad, como algo que saben que ocurre, pero que ven como problemas sociales que no pertenecen a sus propias dinámicas. Incluso mencionan sentirse molestos con esas realidades, mirándolos como comportamientos de la gente que no quiere salir adelante. Es una mirada del otro, de ese externo al que lo reconozco pero con el que no me identifico. Las entrevistas recogieron precisamente este sentir y por ello los encuestados sugieren que las películas nacionales deberían enfocarse más en las costumbres, «en ver la riqueza de los pueblos indígenas, si lo que se quiere es abordar el tema de la identidad nacional», como lo mencionó una señora de 40 años en el *focus group*. Esta visión está enfocada también desde la perspectiva teórica de *en casa y lejos* planteada por Higson, pues para este sector la lectura de identidad tiene relación con la apropiación que se hace cuando se está lejos del suelo patrio, pues es entonces cuando, mencionan, se acentúa el amor por el país, cosa que no ocurre cuando se está en casa.

En ese sentido, reconocen que lo que hace el cine ecuatoriano es solamente retratar una identidad particular de pobreza, retraso y problemáticas sociales. Por ejemplo, uno de los jóvenes entrevistados reconoció que una de las películas nacionales que más le gustó fue *En el nombre de la hija*, porque le interesó «ver los tabús de la sociedad antigua». Su mirada es lejana, identifica que esos prejuicios existen, pero los ve externamente. «El Ecuador está retratado allí

porque los ecuatorianos estamos llenos de estereotipos. Los tabúes como por ejemplo el de los hombres con pelo largo relacionados como malos, ladrones o drogadictos. Lo que hace la película es mostrar cómo es la sociedad y dependerá de cada persona que la ve lo que deduzca y reflexione». En esa medida no se cuestionan las representaciones que hace el cine, sino que se fustiga a la sociedad en sí, a sus problemáticas.

Sintetizando esas lecturas que se hacen desde este sector poblacional y social está el comentario de un joven de 19 años, próximo a iniciar sus estudios universitarios, que recoge el sentir generalizado:

Veo que el cine latinoamericano te muestra cómo es cada sociedad, no vuelan más lejos, se quedan en lo que somos. Veo que los latinoamericanos no crecemos, siempre nos quedamos estancados. Cuando veo películas ecuatorianas me produce tristeza porque no progresamos, porque las veo y después compruebo que en la realidad sí somos así y no hacemos algo para mejorar. Es como que estamos conformes con eso.

Sin tener una gran fuerza la idea de proponer otro tipo de temáticas, sí se menciona que el cine ecuatoriano debería presentar mayor variedad, se evidencia esto en el comentario de una mujer de 50 años: «Yo creo que bien podrían hacer otro tipo de películas, enfocarse más en cosas diferentes, en cosas fantasiosas, eso creo que falta. No solamente en cuanto a las raíces de uno, de cómo somos. En cine se puede hacer gran variedad de cosas. Para atraer a la gente falta esas cosas, lo fantasioso, eso le gusta a los chicos».

Película *Qué tan lejos*

El público estudiado del conjunto Jardines de Carcelén describe la película *Qué tan lejos* como entretenida y divertida, calificándola como una buena producción, con buenas actuaciones, lindos paisajes. Consideran que se retrata muy bien a los ecuatorianos, sobre todo en escenas de la realidad social de pobreza, como la de la niña caramelera en el Terminal Terrestre Cumandá, al que una de las unidades de análisis identifica como la escena que más representa lo ecuatoriano. Otra persona ubicó como la más representativa al momento en que aparecen unos niños en el páramo llevando a unas ovejas. Mencionan que eso es propio y auténtico de la serranía ecuatoriana y la naturalidad de la escena hizo que la identifiquen plenamente como propia.

Otra de las personas, una mujer de 40 años, se siente identificada con el personaje de Tristeza porque dice que las mujeres ecuatorianas son sufridoras y fieles a sus parejas. Aduce que personalmente ella es así, aunque puede

ser que otras mujeres no tengan esos comportamientos. Considera incluso que esas situaciones de las mujeres que van hasta las últimas consecuencias por sus parejas es real. Otra de las mujeres participantes en el *focus group*, corrobora esa versión admitiendo que los ecuatorianos «somos muy sentimentales, nos gusta sufrir».

«La película refleja muy bien cómo somos aquí, cómo es la gente de aquí, los paros que no te dejan pasar y hacen lo que les da la gana. Sí esta identificado con lo que es el Ecuador», menciona la mujer de 50 años, como una característica propia de la identidad ecuatoriana. Por su parte, la señora de 40 años, menciona que «sí estuvo enfocada la realidad nacional. Sí somos así, como en la película *Qué tan lejos*». En la opinión y lecturas de esta unidad de estudio no creen que se den exageraciones en las representaciones que se proponen: es la realidad, la verdad de lo que se vive a diario.

Esta misma entrevistada puso la atención en el apoyo de la amiga (Esperanza) para ir tan lejos. «Nos retratan como lo que somos en *Qué tan lejos*, como gente que huye de los problemas y no los afronta. Tristeza representa a la mayoría de chicas que sufren por un amor. Lo que veo es que se plantea mucho en la sociedad ecuatoriana que una persona necesita estar junto a alguien para ser feliz, sino no puede serlo. Entonces eso está claro en la película *Qué tan lejos*. Se presenta la tristeza por encima de las ganas de salir». Esta idea fue avalada por el resto de asistentes al foro, lo cual nos lleva a inferir que las reflexiones de los habitantes de este sector se encaminan a reconocer que los ecuatorianos tienen comportamientos desalentadores, mencionando que «es tenaz que la ecuatoriana tenga el nombre de Tristeza y la extranjera el de Esperanza, es darnos cuenta que al ecuatoriano y al latino nos minimizan».

Los paisajes y la naturaleza son los aspectos que destacan como positivo de la cinta, aunque finalmente se vuelve a cuestionar que eso no es bien apreciado por los propios, por los nativos ecuatorianos. «El cine ecuatoriano muestra como somos, nos da en la cara, nos *chirlea* y nos dice mira, así eres, cambia o busca algo diferente. Entonces el problema es de la sociedad que no entiende y se queda estancada, nos quedamos estancados», afirma el joven universitario que gusta del rock y de las películas de aventuras y grandes efectos especiales. Es por ello que la mirada crítica de las personas investigadas apuntan a que el problema es de la sociedad, no del cine.

Se menciona también que se presenta un país vacío, sin gente en las calles o plazas y si bien les llamó la atención el tema, no lo vieron como un problema demasiado importante. Más bien pusieron en pinzas la escena de los dos motociclistas en la localidad de Zhud. Mencionan que los desubicó que se hayan expresado en quichua y sin traducción. No entendían qué pasaba y, desde su visión, faltó realismo porque los chicos no vestían atuendos tradicionales. La escena les desconectó del hilo de lo que se venía narrando y eso les resultó

cuestionable, no entendían la razón de aquella situación. Bajo la misma óptica, rechazan el que el folclor no se haga presente en la cinta como fórmula para resaltar las tradiciones propias, indicando por ejemplo, que en Alausí les faltó ver a un danzante, o ver danzas tradicionales que enriquezcan a la película.

Un comentario final en el que también enfatizan es que el filme era un tanto lento, que le faltó acción, que falta que pasen cosas para atraer al público. Aseguran que se trata de una narración lineal y pausada que les resulta un tanto cansada, pero que tiene sus momentos entretenidos. Dentro de ello destacan la figura de Fausto Miño, a quien incluso una de las personas en el foro declaró seguir como fan, y en general miraron bien y reconfortante su actuación, resaltando incluso que pese a representar a un típico aniñado, era buena gente y colaborador, lo cual dicen que debe rescatarse del ecuatoriano.

Las lecturas que se hacen desde el público abordado de Jardines de Carcelén sobre la identidad nacional en el cine ecuatoriano indican que las películas sí exponen y reflejan la realidad de cómo somos. Pero es una realidad que la ven desde lejos, como unas problemáticas que no les son cercanas, que las conocen, pero que no les afectan. Para ellos los ecuatorianos son llenos de prejuicios, de lamentos, son tristes, individualistas, cada uno ve por lo suyo sin importarle el resto. Y son esas características las que consideran que son bien interpretadas en el cine local, por lo que su mirada crítica es con la sociedad más que con el cine.

Se menciona mucho la falta de amor propio, de apoyo a la producción local, pero al mismo tiempo reconocen que ellos mismos no ven mucho cine ecuatoriano y, por lo tanto, también configuran ese componente de apreciar más lo de afuera que lo nacional. Reconocen ese factor como un mal generalizado del cual no escapan y, a pesar de ser concientes de ello, tampoco les produce demasiado conflicto como para intentar cambiarlo.

En la película *Qué tan lejos* miran mucho de la viveza criolla, de la tristeza que caracteriza al ecuatoriano y muchos otros problemas sociales que se reflejan con exactitud y son los factores que no nos permitirían mejorar como sociedad. Creen que tanto el cine ecuatoriano como la sociedad que pretende representar, se contenta con contar cómo somos, pero no se propone más, por ello es que se animan a proponer que el cine nacional debería tratar otras temáticas y no solo contar de qué estamos hechos.

En este sector resulta más fácil ubicar ciertas características que configurarían al ecuatoriano promedio, son más cercanos a considerar una esencialidad de identidad nacional, lo cual se ancla a la consideración teórica que plantea que si bien estamos de acuerdo en que no se puede reducir la identidad nacional a una sola esencia, en la cotidianidad sí hay una corriente que invita a esas reducciones, por su practicidad. Eso se vuelve muy evidente cuando se les pide pensar en cómo mejorar la película *Qué tan lejos* para que retrate mejor la

identidad nacional y las respuestas plantean que poniendo folclor, trajes típicos y gastronomía tradicional.

Las matrices culturales de este sector, donde los arraigos propios no se relacionan con el sitio en el que viven, sino con sus actividades diarias, tanto laborales como estudiantiles, con sus intereses particulares antes que sociales de vecindario, marcan que sus lecturas sobre el cine y la identidad nacional no evidencien demasiada profundidad reflexiva. No hay lecturas críticas con los planteamientos que hace el cine, sino más bien un fastidio hacia la sociedad en sí.

ANÁLISIS COMPARATIVO

El estudio de recepción para comprender las lecturas que los públicos de los dos sectores investigados hacen de las representaciones de la identidad nacional en la película *Qué tan lejos* permite ingresar en un análisis comparativo de las miradas que los habitantes de cada sector realizan. Las diferencias que parten de las matrices culturales y las mediaciones que atraviesan cada una de las realidades marcan sus visiones. Si entendemos que esas matrices y mediaciones no son estáticas, sino que se expresan en la cotidianidad, en la rutina que practican y ponen en juego los sujetos, atados a sus experiencias e historias de vidas personales, veremos cómo el presente estudio aporta una serie de datos que nos acercan más a comprender cómo estos públicos están leyendo, en la actualidad y con las circunstancias presentes, la temática de la identidad nacional.

Las diferencias parten desde las formas de convivencia, desde las prioridades y comportamientos. Son dos realidades que diariamente se cruzan, pero al final se separan de acuerdo a sus propios sistemas de valores. Dos sectores geográfica y socialmente distantes, que se miran como mundos diversos y diferentes, como mundos que se relacionan pero que no se juntan. Y a pesar de esas distancias también hay coincidencias, como el desapego al cine ecuatoriano.

Sectores estudiados y sus consumos culturales

Para la gente de la Loma Grande, su barrio, las tradiciones y la comunidad son un referente importante que en buena parte los define en su particular forma de ser. Sienten un profundo orgullo de pertenecer a este sector y a pesar de sus problemas y conflictos urbanos tienen un sentido de arraigo que resulta propio de un sector tradicional. Es un barrio que respira mucha actividad, con mucha relación y cercanía entre sus habitantes. En cambio, para los moradores

de Jardines de Carcelén su conjunto, con 500 casas que conforman una gran infraestructura, es el lugar de vivienda definitiva, donde han adquirido su bien primordial para la familia: la casa propia. Es un lugar que no tiene una relevancia mayor que ser el lugar de descanso y cristalización del objetivo familiar. No tiene una identidad fuerte como barrio, conjunto o sector; para sus habitantes vivir allí no los define más allá de la ubicación geográfica alejada.

Los dos sectores se desarrollan bajo dinámicas distintas: mientras en la Loma Grande la inseguridad es reconocida como la principal problemática, que incluso los llega a estigmatizar como barrio peligroso en el entorno de toda la ciudad, en Jardines de Carcelén uno de los bienes que más valoran es la seguridad privada con la que cuentan y que les otorga tranquilidad para sus familias. En las calles de la Loma Grande hay una constante circulación de personas, con diversas instituciones educativas, públicas, negocios de toda índole. En las calles de Jardines de Carcelén apenas si hay actividad, gente que sale para irse a la ciudad. Sus canchas y pequeños parques no registran muchos visitantes y solo dos tiendas, una papelería y un salón de belleza alteran la linealidad de las casas de tres pisos, todas iguales.

En la Loma Grande se encuentran personas relacionadas con actividades diversas, algunas de ellas con intereses artísticos. De hecho hay al menos dos conglomerados de participación social, el Comité Barrial y el Colectivo Mi Loma Grande, este último con intereses de proponer y desarrollar actividades culturales. En Jardines de Carcelén existe un comité para tomar determinadas decisiones, pero de la ejecución de las mismas se encarga un administrador contratado, quien no pertenece al conjunto; aquí no hay propuestas de orden cultural, este tipo de actividades se realizan fuera del sector y responden siempre a intereses particulares.

En la Loma Grande reconocen que es difícil unir a los moradores para lograr mejoras en el barrio, pero valoran que a pesar de ello se conocen y reconocen y por lo tanto pueden desarrollar proyectos e ideas de integración. La lógica del vecindario se vive y es común poder encontrar grupos de familias ampliadas. En el caso de Jardines de Carcelén, los entrevistados admiten que no hay mucho interés por generar actividades para compartir; incluso en los jóvenes se evidencia que sus grupos principales de amigos están fuera del conjunto. En él cada individuo vive su vida y apenas si conoce a sus vecinos más cercanos.

Las condiciones socioeconómicas también son diversas entre los dos sectores: en el caso de la Loma Grande se reconocen de clase media con ingresos que en muy pocos casos superan los US \$ 800 mensuales. Si bien varios de los encuestados son propietarios de casas de corte más tradicional y antiguo, hay un buen porcentaje de arrendatarios, mientras que en Jardines de Carcelén son pocos los casos en los que los ingresos familiares son inferiores a US \$ 800 al mes y la gran mayoría de los residentes son propietarios.

Estas diferencias se vuelven palpables en el acercamiento que se realizó en la investigación de campo: la apertura de la mayoría de la gente de la Loma Grande para colaborar con las diversas etapas del estudio contrasta con el limitado tiempo y disponibilidad de la gente de Jardines de Carcelén para participar. Esto constató en las entrevistas y el foro posterior a la película *Qué tan lejos*: en el barrio del Centro Histórico se pudo realizar conversaciones distendidas, abiertas y largas, mientras que en el conjunto del norte, el poco tiempo disponible de sus habitantes chocaba con la intención de alargar los momentos de diálogo. No obstante, la investigación se adaptó a las dos realidades para dentro de sus particulares condiciones extraer los datos que resulten relevantes para el estudio de recepción.

El cine y el consumo audiovisual

Uno de los primeros datos relevantes que surgen luego de toda la investigación de campo es que en líneas generales para los públicos de los dos sectores estudiados el cine es sinónimo de una actividad social, de un momento para compartir con familia o amigos, que difícilmente ocurre en soledad. Esto siempre y cuando se refiera a la actividad de salir a las salas comerciales. En ese entorno el cine es un acto de entretenimiento y distensión. Lo expresan directamente y se evidencia también en el tipo de películas que se prefieren para la gran pantalla: grandes producciones, con efectos especiales que deslumbren, con historias atrapantes, con títulos que llamen la atención. Prácticamente nadie, ni los más cercanos a las temáticas culturales y artísticas, evidenciaron una necesidad de seguir de cerca la actividad cinematográfica local.

Resulta muy difícil encontrar en los dos espacios y en las diversas generaciones alguna persona que siga de cerca una línea por actores o directores, o que estén pendientes de estrenos o novedades. Según se pudo comprobar, lo más usual es consumir cine «en el momento», ver qué ofrecen las carteleras al ir a las diferentes salas y dejarse llevar por las temáticas que más atraen, siendo la comedia, el drama y el terror los géneros más mencionados en las dos localidades.

El cine no se consume para pensar o reflexionar directamente; no se consume para verse ni reconocerse. El cine en las salas se usa para divertirse, según se desprende de las lecturas realizadas de los dos sectores. Resulta singular que en ninguno de los dos sitios se mencionó un relacionamiento con algunos de los festivales de cine que se presentan en la ciudad; se trata de actividades que no los convocan. Además, esto tiene relación con el planteamiento de García Canclini sobre los nuevos espectadores de cine, pues en ambos sectores hay mucho consumo de películas en DVD desde la lógica individual y desde sus propias reglas: parando, retrocediendo o adelantando los largo-

metrajes. De igual forma, las pantallas de internet tienen un acceso cada vez mayor, sobre todo por parte de los jóvenes y, en nuestro caso, es aún mayor el porcentaje en el sector de Jardines de Carcelén.

La televisión tiene una presencia importante en la vida de los habitantes tanto de la Loma Grande, como de Jardines de Carcelén. En el primer caso, es uno de los medios preferidos para informarse, a través de los noticieros, pero también para seguir programas de entretenimiento. Ninguna de las personas estudiadas reportaron no tener televisión en su hogar y en muchos casos hay más de un aparato por casa. Sin embargo, el estudio evidencia que la televisión compite actualmente, a la par, con el consumo de internet y, dentro de la red global, con las redes sociales. La gran preferencia por Facebook y YouTube es decisiva en los públicos de los dos lugares. Los más jóvenes tienen un mayor apego a estos entornos virtuales, sin dejar totalmente de lado a las generaciones adultas quienes también se declaran seducidas por las plataformas de relacionamiento.

Para los más jóvenes, son las redes sociales las principales fuentes de información. En los adultos estos entramados sociales compiten con los medios tradicionales como la radio y la televisión. Pero lo que se pudo percibir en los dos sectores y en todas las generaciones es un marcado desapego hacia los medios impresos. De hecho, son muy pocos quienes tienen a los periódicos como sus aliados para informarse.

Los comportamientos, en cuanto al consumo del cine y el audiovisual, son parecidos en ambos espacios. Es en el rango de edades donde se marcan las distancias. Los jóvenes están más lejos de los medios tradicionales, van más al cine, pero es un consumo básicamente de entretenimiento y de relacionamiento social. El internet compite en tiempo de uso con la televisión: incluso en Jardines de Carcelén el promedio al día de uso del internet supera ligeramente al de la televisión, algo que en la Loma Grande aún no sucede, aunque sí existe un equilibrio.

Cine ecuatoriano

Como se había mencionado antes, el año 2013 marcó un hito en la historia del cine ecuatoriano. Se alcanzó la cifra récord de 13 estrenos nacionales en salas comerciales. Sin embargo, sumando la taquilla de todas las producciones no se llegó a igualar lo que han logrado las cintas más taquilleras en la historia cinematográfica del país. ¿Por qué el ecuatoriano no va a ver sus películas?

Una de las posibles respuestas se desprende del presente estudio de recepción que indaga las lecturas de la identidad nacional en dos sectores de Quito. La respuesta a la que llegan los públicos de estos barrios es que el cine ecuatoriano no les atrae, que presentan temáticas repetitivas y que, en varios casos, las películas resultan aburridas y decepcionantes. Uniéndolos a estos crite-

rios al tipo de consumo de cine descrito en el punto anterior, se hace evidente el divorcio entre los realizadores y sus públicos.

Para la gente con la que se trabajó en la Loma Grande, el cine ecuatoriano –pese a lo poco que han visto del mismo– se enfoca preferentemente en la realidad social negativa, en aquella que denota lo malo, lo pobre, lo triste de la sociedad ecuatoriana. Para los habitantes de este sector, las películas nacionales privilegian las temáticas relacionadas con la violencia, la drogadicción, la prostitución, la inseguridad y la corrupción. Eso les resulta repetitivo y cansino. Incluso manifiestan una opinión crítica al respecto, porque aparte de reconocer que esas cosas existen y son parte de la realidad con la que conviven, consideran que el cine ecuatoriano debería presentar otras propuestas que muestren lo positivo que tenemos, que valoren y eleven el espíritu, y que incluso vendan una mejor imagen de lo que somos en el ámbito internacional. Son muy críticos con los estereotipos que siempre se presentan, por lo que consideran que solo una pequeña parte de todo lo que somos como ecuatorianos está representada en el cine nacional.

En el caso de los habitantes abordados de Jardines de Carcelén hay una mayor valoración por la presencia de más películas, de más producción, y entienden que es parte de un proceso, pero paradójicamente no son parte del mismo, pues es muy poco lo que han visto de cine ecuatoriano. Sin embargo, coinciden con la muestra de los habitantes de la Loma Grande en que el cine ecuatoriano presenta primordialmente temáticas sociales negativas, pero en este caso no ponen la mirada crítica en las producciones cinematográficas, sino en la sociedad en sí y, más bien, consideran que lo que hace el cine es retratar bien ese contexto social de convivencia y que desde esa perspectiva podrían ayudar a mejorar esas condiciones sociales al cuestionarlas o parodiarlas.

En el barrio del Centro se indagó sobre posibles causas para que el cine ecuatoriano no les atraiga, no les convoque y la respuesta está en la repetitividad y el retrato negativo que se hace del ecuatoriano, que es lo que más les molesta. En este punto resulta muy importante resaltar que para la gente de este sector uno de los principales problemas que encuentran es que para ellos los realizadores son personas del norte de la ciudad, que no conocen de cerca la cotidianidad del *pueblo* y no se interesan por investigar mejor los otros mundos que conviven. Ellos sienten que vendrían a ser los personajes no considerados en el cine ecuatoriano, las personas comunes que día a día buscan salir adelante, con sus virtudes y errores.

Mientras que, lo mismo en Jardines de Carcelén, se detectó que para este grupo, esas realidades de pobreza, delincuencia y violencia retratadas en las películas ecuatorianas son más bien lejanas. Saben que existen, pero no forma parte de su realidad. En ese sentido, su desapego hacia el cine ecuatoriano no se da por cuestionamiento, sino porque las producciones locales no los motivan desde

el punto de vista del entretenimiento. No hay interés por el cine local, no les resulta atractivo ver esas realidades, incluso les resultan aburridas desde la narrativa, pues prefieren más acción y actividad en las escenas.

Identidad nacional en el cine ecuatoriano

Para los moradores de la Loma Grande consultados, la identidad nacional es algo que no se puede expresar en un solo concepto por cuanto los ecuatorianos se caracterizan por la diversidad, por identidades regionales que los diferencian a unos de otros. «Somos una fanesca», mencionaría una de las participantes del foro en el barrio central. Para ellos la identidad se expresa en la cotidianidad, en cada día, en el comportamiento regular de las personas, con ciertos rasgos que se trasladan hacia la historia como anclaje fuerte. Cuando se les pide definir cómo es el ecuatoriano, expresan características específicas como: trabajador, alegre, borracho o amable. No es un concepto definitivo, es una idea que se instala de acuerdo al momento. Por ello en su relación con el cine ecuatoriano, los moradores de la Loma Grande encuentran que las películas no retratan la variedad, la diversidad, sino que solo se enfocan en una temática y en un tipo de personajes identificados con la marginalidad, con lo sucio y malo de la sociedad. Reconocen a esos personajes y esos planteamientos como propios, incluso como cercanos, pero cuestionan duramente que sea lo único que se exprese en el cine ecuatoriano.

En cambio, en el conjunto Jardines de Carcelén esa identificación tiene el centro de la mirada en otro lugar. Para los habitantes de este sector lo que presenta el cine ecuatoriano es un fiel reflejo de nuestra sociedad y eso les produce tristeza y pena. No obstante, no se sienten parte de esa realidad, es la realidad de los otros, de los que forman parte también del país, pero que no son ellos. Es una mirada desde la distancia, desde la tribuna para mirar como se debaten en la cancha las problemáticas sociales. Es por eso que en este sector no se menciona el punto crítico sobre las películas y sus planteamientos, sino más bien sobre la sociedad como tal. No cuestionan que el cine proponga esos retratos, más bien los califican de exactos: «así mismo somos», aun cuando ese «somos» no implica en profundidad un involucramiento personal, sino un incluirse como un todo social por el mero hecho de compartir un espacio geográfico. Las actitudes expresas en el cine nacional de prejuicios y estereotipos son para los moradores de Jardines de Carcelén prácticas cotidianas que las pueden ver, pero como quien mira una película en la sala de su casa. Pero para para los moradores de la Loma Grande esas realidades complejas son su cotidianidad; ellos son los personajes dentro de la película, pero solo la parte negativa de esos personajes.

Aun así, los habitantes de la Loma no se sienten plenamente representados en esas películas. Desde su criterio solo se retrata lo malo de la sociedad y, por lo tanto, están ausentes los ciudadanos, los que «luchan día a día para conseguir su sustento». La alegría, la camaradería, las tradiciones no se reflejan en el cine propio. Lo relacionan con su convivencia diaria y con el estigma del que se sienten perjudicados al ser reconocidos por la urbe como un barrio peligroso. Reconocen que es un problema permanente que enfrentan, pero no lo consideran desbordado ni menor que en otros sectores. Es un prejuicio que los marca y desfavorece. Pero miran que para el cine y sus realizadores solo significan eso: delincuencia, prostitución y violencia. Solo así son retratados.

En Jardines de Carcelén la identificación va por el grado de reconocer que eso sucede, pero no en su realidad particular. Desde el punto de vista de los ciudadanos de la Loma serían ellos los que los estigmatizan. Para los moradores de Jardines allí no está el problema, tampoco la diversidad está allí. Para ellos la diversidad es más pintoresca, tiene que ver más con distinciones étnicas muy marcadas, con el folclor, como por ejemplo con comunidades afrodescendientes o indígenas. Para ellos las raíces que encarnan estos componentes sociales son las que definen la identidad nacional, además de los símbolos patrios, donde mencionan que ni siquiera eso se valora, ya que en una película de EUA, siempre está su bandera «bien planchadita»; en cambio en las ecuatorianas eso no se pondera.

Para los habitantes de los dos sectores es así que efectivamente somos, tal como nos retratan en las películas ecuatorianas, pero el punto de enfoque esta en dos lugares distintos. Para los de la Loma Grande ese retrato resulta molesto, repetitivo y aburrido; para los de Jardines de Carcelén es real, distante y reiterativo. En ambos casos se plantea que el cine ecuatoriano debería ofrecer otras opciones, unas más positivas en el primer caso, más fantasiosas en el segundo.

Película *Qué tan lejos*

Estrenada en 2006, la producción de la cuencana Tania Hermida resultó tener miradas diversas entre los dos sectores estudiados. Si bien en ambos casos reconocen que se intenta reflejar lo que es el ecuatoriano, su identidad y forma de ser, para los de la Loma Grande resulta algo limitado, sesgado y no bien logrado, mientras que en Jardines es más ajustado a la realidad, resulta un tanto divertida y nos retrata como sociedad, con buena parte de sus problemas.

El guion y el planteamiento de la historia es muy cuestionado por los habitantes de La Loma, mientras que para la gente de Jardines de Carcelén no hay reparos importantes hacia la historia o el guion. Para los primeros no resulta firmemente creíble y sostenible; los otros se sienten incluso identificados

con las situaciones y los personajes. El pesimismo, la tristeza y el negativismo del personaje al que da vida escénica Cecilia Vallejo es el reflejo de esas distancias en las lecturas de los dos sectores. Mientras para la gente investigada en la Loma Grande resulta poco creíble que una chica de esas características se comporte así, en Jardines de Carcelén se sintieron identificadas con la actitud y el comportamiento. Aquí se hace evidente lo que apuntamos en el marco teórico, pues las diversas matrices que arropan a cada sector hacen que las lecturas y miradas varíen, encontrando significaciones que operan desde el lugar en el que se efectúan las interpretaciones.

El ser considerados los otros, los que están en el lugar más débil de las relaciones de poder, hace que las unidades de estudio de la Loma Grande tengan una relación más negociada y crítica con lo que propone como identidad nacional la película de Tania Hermida, mientras que las matrices de los habitantes de Jardines de Carcelén, con un posicionamiento más fuerte en esas relaciones simbólicas del poder, hacen que sus cuestionamientos sean contra la sociedad, incluso implícitamente contra esos otros (tal vez los de la Loma Grande), que son quienes no quieren salir adelante. Esos imaginarios sociales se desprenden de este estudio que no pretendió quedarse en la descripción ni posible estigmatización que estas lecturas pueden arrojar, sino que los propone como insumos para seguir pensando y reflexionando desde la recepción lo que el cine ecuatoriano puede provocar una vez que entramos a indagar un poco más a fondo a los públicos.

Conclusiones

Adentrarse en la problemática de la identidad nacional para encontrar que las multidentidades son la forma de comprender el comportamiento social actual significó todo un reto para la presente investigación, que al mismo tiempo encontró que en varias de las lecturas de los espectadores de dos sectores de Quito hay un importante apego a la forma de ver la identidad como algo estable, permanente y consolidado. Esta suerte de dualidad en la recepción e interpretación de la identidad nacional en el filme estudiado se puede observar también desde las diversas matrices culturales que cobijan a cada sector y a cada persona. Esto ayudó para encontrar que no hay un todo definido alrededor de una obra cinematográfica, sino que en cada persona, en cada subjetividad se construye y reconstruye su sentido, creando significaciones que nos solidifican como sociedad. Desde esta perspectiva resultó ser una rica experiencia con información que aporta desde los estudios de recepción a las ciencias sociales y en particular al cine nacional, que sigue carente de análisis sólidos y contundentes que expliquen mejor su momento.

De esta investigación se desprenden algunas conclusiones:

Las matrices culturales y las mediaciones que atraviesan a cada persona en Quito son un marco de referencia que los constituye en sus consumos culturales y en sus visiones. Por lo tanto, esas miradas tienen más relacionamiento conforme las matrices sean más cercanas. En el caso del estudio realizado, en los dos sectores de Quito se encontraron coincidencias y cercanías entre los moradores de cada lugar, pero visibles diferencias entre ambos sitios. La mirada de otredad entre unos y otros resulta muy marcada. Para los habitantes de la Loma Grande investigados, los del norte son los que los estigmatizan, los que no conocen las otras realidades que en el cine ecuatoriano no se plasman. Mientras que para los moradores estudiados de Jardines de Carcelén, la mirada de otredad identifica una realidad que no les es cercana, que saben que existe, con muchas problemáticas, pero de las cuales prefieren mantenerse alejados y no involucrarse.

Para los moradores abordados de la Loma Grande la identidad nacional es «una fanesca», una idea imposible de definir por lo diverso del ecuatoriano, no obstante reconocen que las diferencias geográficas y étnicas marcan en buena medida el signo identitario de cada ciudad o región. Ubican a la identidad

en la expresión cotidiana, en los ciudadanos que día a día realizan sus actividades y, aunque también mencionan a las tradiciones y costumbres como fuentes constitutivas de la identidad, prefieren relacionarlo con la actividad diaria. En cambio, en Jardines de Carcelén, las lecturas de identidad nacional tienen que ver con la diversidad, pero más desde lo retórico, es por ello que para este sector los signos de identidad nacional tienen que ver más con los símbolos patrios o con el folclor, que con el diario vivir.

Para los dos públicos estudiados las representaciones de identidad nacional que se hacen en la película *Qué tan lejos* y en lo poco que han visto de cine nacional, resultan parcializadas, sesgadas y repetitivas. Miran cómo la cinematografía local se empeña en mostrar lo malo, lo peor, lo negativo del ecuatoriano, rasgos que los reconocen como propios, pero que no son lo único que compone la sociedad ecuatoriana. En sus discursos, los habitantes investigados de la Loma Grande cuestionan que el cine nacional solo mira el realismo sucio y saca partido de ello a través del prejuicio y el estereotipo, con lo cual se ocultan muchas otras cosas: tradiciones y valores que constituyen mucho más al ecuatoriano. La mirada crítica es hacia las películas, las historias y sus realizadores, a quienes los ubican como personajes alejados de la realidad local, del hervidero que cocina todos los días a la sociedad quiteña. Son miradas de fastidio, de hastío de ver siempre lo mismo y de allí su alejamiento. En cambio, en las lecturas de las personas indagadas en Jardines de Carcelén, la identidad nacional sí está plasmada en el cine propio y lo reconocen como tal, aunque eso les cause tristeza y lamento. Miran a los personajes de las películas nacionales como seres de la realidad social, pero que no conforman su día a día, son parte de esas problemáticas sociales que el país todavía no ha logrado solucionar. Estas dos lecturas distintas de las representaciones de identidad nacional que se hacen del cine ecuatoriano, y particularmente del filme *Qué tan lejos*, confluyen en un desapego y desconocimiento hacia las propuestas ecuatorianas.

El cine nacional no convoca, no atrae, no seduce. Desde las lecturas de los dos sectores estudiados, el cine ecuatoriano les resulta reiterativo, sin nuevas propuestas que inviten a verlo. Es notable el desconocimiento del cine local que hay en los dos sectores, y significativamente del más reciente, justo cuando más producciones y estrenos se registran. Para estos públicos el cine es sinónimo de entretenimiento y diversión por lo tanto los filmes que les plantean el «cómo somos» ya no resultan atractivos, si acaso algún día lo fue. Encuentran que la mayoría de películas nacionales se van por los planteamientos identitarios y eso les resulta cansino y molesto. No obstante, hay que apuntar que la gran mayoría de las personas estudiadas no han visto mucho cine local y les cuesta recordar títulos, actores o directores. Es notable el desapego de estos públicos con el cine nacional.

Definitivamente la identidad nacional y, en general, las identidades culturales se encuentran desterritorializadas. Si bien, en un principio en los pú-

blicos se tiende a volver a la idea de identidad anclada con símbolos patrios y tradiciones, se evidencia que en los dos sectores la constitución de sus identidades tiene que ver más con sus propias dinámicas, con sus procesos donde el valor de lo ancestral y establecido compite con los múltiples relacionamientos actuales. En un barrio con arraigo más tradicional, como la Loma Grande, es posible encontrar la presencia de rasgos más profundos e históricos, pero es en el relacionamiento diario donde se construyen las identidades individuales más fuertes. En el sector de Jardines de Carcelén, sin ese matiz de arraigo geográfico fuerte, se siente más esa dispersión que pone en crisis a la identidad homogénea. El estudio permite palpar la hibridación que se vive actualmente por lo que resulta imposible plantear una sola idea actual de identidad nacional.

La investigación de campo también arroja como conclusión adicional la crisis que envuelve al cine ecuatoriano con su público. El desconocimiento generalizado evidencia que no hay puentes de diálogo entre los realizadores y los posibles consumidores. Públicos para cine hay, y cada vez en más plataformas, pero el cine ecuatoriano no conecta con esos públicos locales. Desde las lecturas de los propios personajes estudiados, se suman factores como la falta de promoción y difusión, las temáticas repetitivas y pesimistas que se presentan y lo aburridas que suelen resultar las propuestas nacionales frente a filmes de grandes efectos, filmes de entretenimiento. El cine de Hollywood primordialmente tiene la partida ganada, esto siempre desde lo que podemos concluir de las visiones del público estudiado.

Bibliografía

- Alemán, Gabriela. «Festivales». En Emilio Casares Rodicio, edit., *Diccionario del cine iberoamericano*, I: 832-86. Madrid: Sociedad General de Autores y Editores, 2011.
- Almeida, Alexandra. «Consumo massmediático de la fealdad del dibujo animado cinematográfico Shrek». Tesis de maestría, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, 2006.
- Anderson, Benedict. *Comunidades imaginadas*. México DF: Fondo de Cultura Económica, 1993.
- Barahona, Marvin. *Evolución histórica de la identidad nacional*. Tegucigalpa: Ed. Guaymuras, 1999.
- Basantes, Betty, Ruth Herrera Talbot y Pamela J. Cruz. «Ecuador: Un análisis de los estudios de recepción a inicios del siglo XXI». En Nilda Jacks, coord., *Análisis de recepción en América Latina: Un recuerdo histórico con perspectivas al futuro*, 167-204. Quito: CIESPAL, 2011.
- Bauman, Zygmunt. «De peregrino a turista, o una breve historia de la identidad». En Stuart Hall y Paul du Gay, comp., *Cuestiones de identidad cultural*, 40-68. Buenos Aires: Amorrortu, 2003.
- Benjamin, Walter. *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. México DF: Itaca, 2003.
- Berthier, Nancy, y Jean-Claude Seguin, *Cine, nación y nacionalidades en España*. Madrid: Casa de Velásquez, 2007.
- Bordwell, David, y Kristin Thompson. *El arte cinematográfico: Una introducción*. Barcelona: Paidós, 1995.
- Casares Rodicio, Emilio, edit. *Diccionario el cine iberoamericano: España, Portugal y América*, t. I. Madrid: Sociedad General de Autores y Editores, 2011.
- Checa, Fernando. «De la «recepción» al «consumo»: Una necesaria reflexión conceptual». En Nilda Jacks, coord., *Análisis de recepción en América Latina: Un recuerdo histórico con perspectivas al futuro*, 13-8. Quito: CIESPAL, 2011.
- Cinespera. <http://cinealberto.blogspot.com/2010/10/critica-de-prometeo-deportado_4885.html>. Consulta: 15 de agosto de 2013.
- CNCine, película *Dos para el camino*, Primera Colección del Cine Nacional, 2011.
- Consejo de Educación Superior. <<http://www.ces.gob.ec/ies/institutos-superiores/>>.
- De la Peza, María del Carmen, «Las tram(p)as de los estudios de recepción y opinión pública». En Florencia Saintout y Natalia Ferrante, comp., *¿Y la recepción?: Balance crítico de los estudios sobre el público*, 31-56. Buenos Aires: La Crujía, 2006.

- Deleyto, Celestino, y otros, «Forget Your Troubles and Be Happy»: Una aproximación etnográfica a la ideología del entretenimiento en el cine estadounidense contemporáneo». *Atlantis: Revista de la Asociación Española de Estudios Anglonorteamericanos* 24, No. 2 (2002): 59-72. <www.atlantisjournal.org>.
- Ecuador. Asamblea Nacional Constituyente, *Constitución Política de la República del Ecuador*, publicada en el *Registro Oficial*, No. 449, Quito, 20 de octubre de 2008.
- Ecuador. *Ley de Fomento del Cine Nacional*, publicada en el *Registro Oficial*, No. 202, Quito, 6 de febrero de 2006.
- Ecuador. *Ley Orgánica de Comunicación*, publicada en el *Registro Oficial*, No. 22, Quito, 25 de junio de 2013.
- Garcés, Verónica. «Más ecuatorianos en Argentina». *El Universo* (Guayaquil), 12 de junio de 2005. <<http://www.eluniverso.com/2005/06/12/0001/626/912C08AF7DF34F87B7CACA012C67BBF9.html>>.
- García Canclini, Néstor. *Consumidores y ciudadanos*. México DF: Grijalbo, 1995.
- , *Diferentes, desiguales y desconectados*. Barcelona: Gedisa, 2004.
- , *Los nuevos espectadores*. México DF: Instituto Mexicano de Cinematografía, 1993.
- Getino, Octavio. «El cine, entre lo universal y lo universal situado». *Pensar Iberoamérica: Revista de cultura*, No. 9 (julio-octubre de 2006). <<http://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric09a04.htm>>. Consulta: 15 de agosto de 2013.
- Gómez Bárcena, Juan. «Descifrando la modernidad». En Gérard Imbert. *Cine e imaginarios sociales: El cine posmoderno como experiencia de los límites (1990-2010)*, 243-6. Madrid: Cátedra, 2010.
- Granda, Wilma. «Cronología del cine ecuatoriano». *Encuentros: Revista nacional de cultura*, No. 10 (2007), (Quito: Consejo Nacional de Cultura): 28-49.
- Granda, Wilma, Gabriela Alemán y Jorge Luis Serrano. «Arquitectura de salas». En Emilio Casares Rodicio, edit., *Diccionario del cine iberoamericano: España, Portugal y América*, t. I, 840-5. Madrid: Sociedad General de Autores y Editores, 2011.
- Guardia Crespo, Marcelo. «Bolivia: El mundo real re-interpretado en los estudios de audiencia bolivianos». En Nilda Jacks, coord., *Análisis de recepción en América Latina: Un recuerdo histórico con perspectivas al futuro*, 45-68. Quito: CIESPAL, 2011.
- Guber, Rosana. *El salvaje metropolitano: Reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. Buenos Aires: Paidós, 2004.
- Hall, Stuart. «¿Quién necesita identidad?». En Stuart Hall y Paul du Gay, comp., *Cuestiones de identidad cultural*, 13-39. Buenos Aires: Amorrortu, 1996.
- , «Codificar y decodificar». En Stuart Hall y otros, *Culture, Media, Language: Working Papers in Cultural Studies, 1972*. 129-39. Trad. por Carlos Rusconi y Ariadna Cantú. Londres: Hutchinson, 1980. <<https://es.scribd.com/doc/32022021/Stuart-Hall-Codificar-y-decodificar>>.
- Hernández-Santaolalla, Víctor. «De la Escuela de Constanza a la teoría de la recepción cinematográfica: Un viaje de ida y vuelta». *Frame: Revista de cine de la Biblioteca de la Facultad de Comunicación*, No. 6 (febrero de 2010): 196-218. <<https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/30079/1.10.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>.
- Higson, Andrew. «El concepto de cine nacional», *Criterios*, No. 58 (2014), (La Habana: Centro Teórico-Cultural Criterios): 978-93. <<http://www.criterios.es/denken/articulos/denken58.pdf>>.

- . «La limitante imaginación del cine nacional», *Criterios*, No. 59 (2014), (La Habana: Centro Teórico-Cultural Criterios): 994-1010. <<http://www.criterios.es/denken/articulos/denken59.pdf>>.
- Jacks, Nilda, coord. *Análisis de recepción en América Latina: Un recuerdo histórico con perspectivas al futuro*. Quito: CIESPAL, 2011.
- León, Christian. «Ecuador». En Emilio Casares Rodicio, edit., *Diccionario del cine iberoamericano: España, Portugal y América*, 840-5. Madrid: Sociedad General de Autores y Editores, 2011.
- Lozano, José Carlos. «Consumo y lecturas negociadas de noticieros televisivos en Monterrey, Guadalajara y México DF». *Estudios sobre las Culturas Contemporáneas: Revista de investigación y análisis IX*, No. 18 (2003), (Colima: Universidad de Colima): 43-56. 19-26. Edición electrónica.
- Manrique Gómez, Marta. *La recepción de Calderón en el siglo XIX*. Madrid: Iberoamericana, 2011.
- Martín-Barbero, Jesús, «Colombia: ausencia de relato y desubicaciones de lo nacional». En Jesús Martín-Barbero, coord., *Imaginario de nación: Pensar en medio de la tormenta*, 17-31. Bogotá: Ministerio de Cultura, 2002.
- . «El futuro que habita la memoria». En Gonzalo Sánchez y María Emma Wills, comp., *Museo, memoria y nación: Misión de los museos nacionales para los ciudadanos del futuro*, 33-64. Bogotá: Ministerio de Cultura-Museo Nacional de Colombia / PNUD / IEPRI / ICANH, 2000.
- . *Oficio de cartógrafo: Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2004.
- Maldonado, Carla. «El cine ecuatoriano entre la cantidad y la calidad». *Mundo Diners*, 21 de febrero de 2014. <<http://www.revistamundodiners.com/?p=3505>>.
- Mascarello, Fernando. «Desesperadamente buscando a la audiencia cinematográfica brasileña, o cómo y por qué los estudios brasileños de cine siguen siendo textualistas». *Global Media Journal* 3, No. 5 (2006). <<http://gmje.mty.itesm.mx/mascarello.htm>>. Consulta: 20 de junio de 2013.
- Mazziotti, Nora. «Estudios sobre recepción: Una exploración constante». En Florencia Saintout y Natalia Ferrante, comp., *¿Y la recepción?: Balance crítico de los estudios sobre el público*, 57-72. Buenos Aires: La Crujía, 2006.
- Orozco Gómez, Guillermo, coord. *Recepción y mediaciones: Casos de investigación en América Latina*. Buenos Aires: Norma, 2002.
- . «Travesías y desafíos de la investigación de la recepción en América Latina». *Comunicación y Sociedad*, No. 38 (julio-diciembre de 2000) (México DF: Universidad de Guadalajara): 11-36.
- . «Los estudios de recepción, de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos». En Florencia Saintout y Natalia Ferrante, comp., *¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público*, 15-30. Buenos Aires: La Crujía, 2006.
- Peralta, Evelia, y Rolando Moya Tasquer. *Quito: Patrimonio cultural de la humanidad*. Quito: Trama, 2002.
- Prometeo deportado. Consulta: 5 de agosto de 2013. <www.prometeodeportado.com>.

- Rodríguez Fuentes, Carmen. «Cinematografía e identidad». *Fotocinema: Revista científica de cine y fotografía* (2011): 76-96. Edición electrónica.
- Sampedro Blanco, Víctor. *La pantalla de las identidades: Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad*. Barcelona: Icaria, 2003. Edición electrónica.
- Saintout, Florencia. «La construcción del público desde el pensamiento nacional en la Argentina: La revista *Crisis*, un estudio de caso». En Guillermo Orozo, coord., *Recepción y mediaciones*, 111-26. Buenos Aires: Norma, 2002.
- Saintout, Florencia, y Natalia Ferrante. «Argentina: La recepción no alcanzó. Aportes para pensar una nueva agenda de comunicación». En Nilda Jacks, coord., *Análisis de recepción en América Latina: Un recuerdo histórico con perspectivas al futuro*, 21-44. Quito: CIESPAL, 2011.
- Saintout, Florencia, y Natalia Ferrante, comp. *¿Y la recepción?: Balance crítico de los estudios sobre el público*. Buenos Aires: La Crujía, 2006.
- Scolari, Carlos. «Estudios de recepción en América Latina: Más allá de las audiencias», *Hipermediaciones* (2012). <<http://hipermediaciones.com/2012/09/01/estudios-de-recepcion-en-america-latina-mas-alla-de-las-audiencias/?blogsub=confirmar#subscribe-blog>>. Consulta: mayo de 2013.
- Serrano, Jorge Luis. *El nacimiento de una noción*. Quito: Acuario, 2001.
- Silva, Erika. *Identidad nacional y poder*. Quito: ILDIS / Abya-Yala, 2004.
- . *Los mitos de la ecuatorianidad: Ensayo sobre la identidad nacional*. Quito: Abya-Yala, 1995.
- Silverstone, Roger, Eric Hirsch y David Morley, «Tecnologías de la información y de la comunicación y la economía moral de la familia». En Roger Silverstone y Eric Hirsch, edit., *Los efectos de la nueva comunicación: El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia*, 15-38. Barcelona: Bosch, 1996.
- Thompson, John. *Los media y la modernidad: Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós, 1998.
- Torres San Martín, Patricia, «La recepción del cine mexicano y las construcciones de género: ¿Formación de una audiencia nacional?», *La Ventana: Revista de estudios de género III*, No. 27 (2008): 58-103. <http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-94362008000100004>.
- . *Cine, género y jóvenes: El cine mexicano contemporáneo y su audiencia tapatá*. México DF: Universidad de Guadalajara, 2011.
- Villarroel, Mónica, Pablo Andrade y Rubén Dittus. «Chile: posibilidades y certezas de una geografía incierta». En Nilda Jacks, coord., *Análisis de recepción en América Latina: Un recuerdo histórico*, 103-30. Quito: CIESPAL, 2011.

ANEXOS

1. Mapa de ubicación de los dos sectores



2. Matriz de encuesta

Encuesta de consumo, mediación y cine¹¹³

Parte 1: Matrices socioculturales

1. Género: Masculino ... Femenino ...
2. Edad: ...
3. Barrio de residencia: ...
4. Instrucción: Primaria ... Secundaria ... Tercer nivel ... Cuarto nivel ...
5. Ocupación actual: Ama de casa ... Estudiante ... Empleado público ... Empleado privado ... Negocio propio ... Comerciante ... Otro ...
6. No. personas que conforman el hogar: 1 ... 2 ... 3 ... 4 ... 5 ... 6 ... más ...
7. Estado civil: Soltero ... Casado ... Divorciado ... Unión libre ... Viudo/a ... Otro ...
8. Lugar de procedencia: ...
9. Ingresos promedio mensual: de US \$ 1 a \$ 400 ... De US \$ 400 a US \$ 800 ... De US \$ 800 a US \$ 1.200 ... De US \$ 1.200 a US \$1.500 ... De US \$ 1.500 en adelante ...
10. Domicilio: Propio ... Arrendado ... Vivienda familiar ... Otro ...
11. Se reconoce: Blanco ... Mestizo ... Indio ... Afrodescendiente ... Mulato ... Otro ...
12. Participación: Forma parte de algún: Gremio ... Club ... Asociación ... Partido/ Movimiento político ... Grupo social ... Grupo religioso ... Ninguno ...

Parte 2: Mediaciones culturales

13. ¿Qué medio prefiere para informarse? Prensa ... Radio ... TV ... Páginas web ... Redes sociales ... Amigos ... Otros ...
14. ¿Cuántas televisiones tiene en su hogar? 1 ... 2 ... 3 ... 4 ... 5 ... Más ...
15. ¿Compra o esta suscrito a algún periódico? Sí ... No ...
16. ¿Tiene internet en su hogar? Sí ... No ...
17. ¿Cuáles son las páginas web que frecuentemente visita?
 - a): ...
 - b): ...
 - c): ...

113. La presente encuesta es parte de la investigación de “Recepción de la Identidad Ecuatoriana en el Cine Nacional” que se realizó dentro de la tesis para la obtención del título de Maestría en Comunicación en la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador. Toda la información y datos que se recogen en esta encuesta son utilizados para esta investigación académica y se garantiza la reserva absoluta de la identidad de los encuestados y sus criterios.

18. ¿Cuánto tiempo dedica al día promedio para internet? ...
19. ¿Tiene dispositivo móvil con conexión a internet? Sí ... No ...
20. ¿Qué actividades prefiere realizar en sus tiempos libres? Descansar ... Deporte ... Leer ... Ver TV ... Salir con familia ... Navegar en internet ... Ver películas ... Salir con amigos ... Nada ... Otro ...
21. ¿Cuántas veces al año va al cine? 1 ... 2 ... 3 ... 4 ... 5 ... 6 ... Más ...
22. ¿Para ver una película prefiere? Ir al cine ... Ver en TV ... Comprar Dvd ... Por internet ... Otro ...
23. ¿Qué prefiere ver en la televisión? Noticieros ... Telenovelas ... Películas ... Deportes ... Programas de entretenimiento ... Otros ...
24. ¿Cuántas horas dedica al día a ver televisión? ...
25. ¿Qué factor privilegia para decidir qué película ver? Por su temática..... Por la sinopsis ... Por su director ... Por los actores ... Porque le recomiendan ... Por el afiche ... Otro ...
26. ¿Cuántas películas compra al año en DVD? ...
27. ¿Cuántas películas mira al año por internet? ...
28. ¿Qué tipo o género de película prefiere? Comedia ... Drama ... Terror ... D. Animados ... Romántica ... Ciencia ficción ... Otro ...
29. ¿Qué complejo de cines suele frecuentar con preferencia? Multicines..... Supercines ... Cinemark ... Cineplex ... Ochoymedio ... Otro ...
30. ¿Con quién suele ir al cine frecuentemente? Solo ... Familia ... Amigos ... Compañeros trabajo ... Pareja ... Otro ...
31. ¿Cuánto suele gastar frecuentemente en cada salida al cine? US \$ 0-5 ... US \$ 5-10 ... US \$ 10-15 ...US \$ 15-20 ... US \$ 20-25 ... US \$ 25-más ...
32. ¿Ha visto alguna película ecuatoriana? Sí ... No ... ¿Cuál? ...
33. ¿Cuál es la última película ecuatoriana vio? ...
34. ¿Cuál cree usted que es la mejor película ecuatoriana? ...
35. ¿Cuál es a su criterio el mejor actor o actriz ecuatoriano ...
36. ¿Cuál es a su criterio el mejor director/a ecuatoriano? ...
37. ¿Ha visto la película *Qué tan lejos*? Sí ... No ... No recuerdo ...
38. ¿Ha visto la película *Prometeo deportado*? Sí ... No ... No recuerdo ...

Nombre: ...

Teléfono: ...

Observaciones: Disponibilidad de tiempo.

3. Guion de entrevista

Entrevista sobre recepción de la identidad nacional en el cine ecuatoriano

Tema 1: Biografía cultural

- ¿Cómo es la vida en su barrio?
- ¿Cómo han cambiado las condiciones del barrio desde su llegada hasta la actualidad?
- ¿De dónde es su procedencia y desde cuándo llegó a este barrio?
- ¿A qué se dedica profesional o laboralmente usted?
- ¿Qué actividades realiza en una semana normal, entre semana y fines de semana?
- ¿Cómo es su familia, cuénteme características?

Tema 2: Matrices socioculturales y mediaciones

- ¿Cuénteme de sus estudios (primaria, secundaria, superiores)?
- ¿Cuénteme sobre su familia, padres, hermanos, a qué se dedican?
- ¿Hábleme sobre sus creencias religiosas, pertenece a alguna comunidad religiosa?
- ¿Realiza actividades con la comunidad de su barrio, qué relación tiene con sus vecinos?
- ¿Cómo se relaciona con amigos, familia, compañeros de trabajo?
- ¿La opinión de quienes toma en cuenta para tomar decisiones importantes? ¿por qué?
- ¿Qué actividades le gusta realizar en sus tiempos libres?
- ¿Cómo se entera de lo que pasa a su alrededor, en el país, en el mundo?

Tema 3: Consumo de cine y audiovisual

- ¿Le gusta el cine?
- ¿Le gusta ver películas?
- ¿Cuáles son sus películas favoritas, artistas, directores?
- ¿Cuál es su opinión entre ver películas en el cine, en casa o comprando un DVD?
- ¿Cómo prefiere ver películas, con familia, con amigos, solo, en el día, en la noche, fines de semana?
- ¿Qué le gusta ver en televisión? ¿Qué programas prefiere? ¿Por qué?
- ¿Cuándo va al cine, ¿cómo son las salidas, qué ritual sigue?

Tema 4: Consumo de cine ecuatoriano

- ¿Cuál es su opinión sobre el cine ecuatoriano?
- ¿Qué títulos de películas ecuatorianas conoce?
- ¿Qué diferencias encuentra entre el cine ecuatoriano y el cine extranjero?
- ¿Qué actores y directores de películas ecuatorianas puede mencionar?, ¿por qué los recuerda?

¿Cómo obtiene información sobre cine?

¿Qué es lo mejor del cine ecuatoriano?

Tema 5: Identidad nacional en las películas

¿Cuál es el personaje del cine ecuatoriano que más recuerda?

¿Qué le parece?

¿Cree que ese personaje es como el ecuatoriano promedio?

¿Qué personajes nunca aparecen en una película ecuatoriana?

¿Qué personajes le gustaría ver en una película ecuatoriana?

¿Cómo somos los ecuatorianos que ha visto en el cine?

¿Cree usted que los ecuatorianos somos como nos retratan en las películas?

¿Hay exageración en las películas ecuatorianas o asimismo somos?

¿Qué personaje de una película ecuatoriana le ha gustado y por qué?

¿Qué personajes de una película ecuatoriana no le gusta y por qué?

¿Cómo es la sociedad ecuatoriana que se ve en el cine ecuatoriano?

¿Qué es lo que nos identifica como ecuatorianos en la película Qué tan Lejos?

¿Le gusta cómo se nos representa a los ecuatorianos en esa película?

¿Hay lugares, formas de vestir o comportarse o hablar que usted identifique como ecuatorianas en ese filme?

¿Qué no le gusta de como se representa al Ecuador en esa película?

¿Qué personaje ecuatoriano no le gusta en esa película?

Si pudiera. ¿qué cambiaría usted en la película para que se represente mejor al ecuatoriano y al país?

¿Cuál es la escena que usted recuerda que cree es más ecuatoriana?

4. Ficha técnica y sinopsis de *Qué tan lejos*

Ficha técnica

Guion y dirección: Tania Hermida P.
Género: Largometraje de ficción.
Formato: Cine 35mm / Color / Dolby 5.1.
Duración: 93'.
Idioma original: castellano.
Productora: Corporación Ecuador para Largo.
Año de estreno: 2006.

Sinopsis

Esperanza y Tristeza no encontrarán el país de postal que buscaban ni el amor ideal en el que creían, pero su viaje por los Andes y la Costa del Ecuador les mostrará que hay otros lugares y otros amores posibles.



5. Población e indicadores del barrio la Loma Grande

Barrio	Superficie (Hectáreas)		Población		Hogares	Viviendas	Densidad Poblacional (Hab/Ha)	GRUPOS DE EDAD												Madres solteras			Discapacidad			ETNIAS						Estado Civil								
	Total	Hombres	Mujeres	Total				Hombres	Mujeres	Menores de 5 años	Niños (6-11)		Adolescentes (12-18)		Jóvenes (19-35)		Adultos (36-64)		Tercera Edad (65 y más)		Mujeres en edad fértil 15-49	Total	Indígena	Afroecuatoriana-negra	Otra etnia	Total	Hombres	Mujeres	Total	Indígenas	Afroecuatorianos-negros		Total	Soltero/a	Casado/a	Unido/a	Separado/a	Divorciado/a	Viduo/a	
La Loma	33,14	33,14	33,14	###	2.396	2.606	1.581	1.898	151	187	322	300	292	310	695	756	707	781	193	268	1.384	191	4	8	179	276	125	151	238	114	124	108	63	45	191	597	233	123	103	120

Fuente: Municipio de Quito, Población e Indicadores del 2010 en la Administración Zonal Manuela Sáenz según barrio-sector. http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/Barrios/demografia_barrio10.htm.

Últimos títulos de la Serie Magíster

Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador

- 201** María Fernanda Racines, LOS PROYECTOS DE LEY TRIBUTARIOS «ECONÓMICOS URGENTES» EN ECUADOR
- 202** Mónica Ruiz, MEDIOS Y POLÍTICA EN PERÚ: El caso del diario *El Comercio* en las elecciones de 2011
- 203** Leidy Carolina Dorado Bravo, LA AMNISTÍA COMO ALTERNATIVA JURÍDICA AL PROCESO DE PAZ COLOMBIANO
- 204** María del Carmen Ramírez Soasti, LA PLAZA GRANDE DE QUITO: Fotografía y memoria
- 205** Raúl Moscoso, «CIUDADANOS UNIVERSALES» EN EL COMITÉ DEL PUEBLO
- 206** Gabriela Espinoza, ¿GALANTERÍA O ACOSO SEXUAL CALLEJERO?: Un análisis jurídico con perspectiva de género
- 207** María José Ramírez, LOS TRIBUTOS HETERODOXOS Y SU APLICACIÓN EN LA COMUNIDAD ANDINA
- 208** Lorena Campo, MEMORIAS EN MOVIMIENTO: Testimonios corporales sobre el diagnóstico del «trastorno bipolar»
- 209** Gustavo Andrade, LAS COMUNAS ANCESTRALES DE QUITO: Retos y desafíos en la planificación urbanística
- 210** María Elena Rodríguez, ¿QUÉ CONOCEMOS DEL DERECHO A LA SALUD?: Propuesta de marco conceptual en perspectiva crítica para Venezuela
- 211** Boris Hernández, SUMARIO ADMINISTRATIVO Y DEBIDO PROCESO
- 212** Verónica Juna, CÓMO MEJORAR EL ECOSISTEMA EMPRENDEDOR EN QUITO
- 213** Israel Celi, NEOCONSTITUCIONALISMO EN ECUADOR: ¿Judicialización de la política o politización de la justicia?
- 214** Diana Ferro, «NEOARTESANÍA» QUITEÑA: UNA PROPUESTA SUSTENTABLE. Identidad cultural e innovación frente al mito del crecimiento
- 215** Santiago Estrella, MIRADAS A LA IDENTIDAD NACIONAL EN EL FILME *QUÉ TAN LEJOS*

El cine ecuatoriano, con sus dinámicas, recorridos y problemáticas, tiene dentro de su historia hitos que destacan por llegar a los públicos y lograr audiencias importantes o por significar momentos artísticos trascendentes. El momento actual, con el impulso del Consejo Nacional de Cinematografía, supone un incremento de producciones, sin embargo, en contraste, las audiencias no han aumentado. Los estrenos son cada vez más frecuentes en las salas comerciales, pero las taquillas no van a la par. Los por qué y las posibles soluciones están en debate, a pesar de la falta de insumos, datos, contenidos e investigaciones que puedan develar las causas de esta situación.

Los estudios de recepción son una forma de acercarse al conocimiento de realidades desde la mirada de las audiencias, es decir, desde el enfoque de quienes consumen el cine. Esta investigación es una punta de lanza para adentrarse en esas miradas, que son las menos tomadas en cuenta. Escuchar de moradores de la Loma Grande que no se sienten tomados en cuenta, peor aún, representados por la mayoría de personajes que supuestamente los deberían reflejar, o escuchar de jóvenes de un conjunto residencial del norte de Quito que el cine ecuatoriano les resulta triste, repetitivo y lastimero puede volvernos al momento creativo de la discusión y a buscar respuestas respecto a cómo los cineastas se encuentran con sus audiencias.



Santiago Estrella Silva (Quito, 1979) es Licenciado en Comunicación (2004) por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, Quito; tiene un Diploma Superior en Editor de medios impresos en el Siglo XXI (2007) por la Universidad Técnica Particular de Loja (UTPL) y es Magíster en Comunicación (2014) por la Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador, Quito. Es comunicador, periodista cultural y productor audiovisual. Las entrevistas y reportajes que ha escrito en su trayectoria han ido de la mano de aportes en la producción de festivales de cine locales y en películas nacionales. Es docente en la UTPL y es consultor en temas de comunicación en Sherpa Films.

ISBN: 978-9978-84-975-0



9789978849750