



Analysis of the generation and consumption of animated audiovisual content in Ecuador¹

Análisis de la generación y consumo de contenidos animados en el Ecuador

Mario Moncayo Romero²

Recibido en septiembre 2018, aceptado en marzo 2019

ABSTRACT

Introduction With the passage of time, audiovisual productions are increasingly demanded by the public and these are part of the cultural industry of any country. However, there is a noticeable change in the production of these since currently the topics of interest are very diverse. **Objective** Analyze the generation of animated content in Ecuador **Materials and methods** The following article presents a short analysis on audiovisual production from the documentary and systemic review. **Results** A critical interpellation with this framework of action allows to verify that production is favored to date **Discussion** The cultural industry replaces everything common for original and innovative facts **Conclusions** countries undergo rapid cultural changes in the wake of globalization

Key words: audiovisual production, contemporary, media laws.

RESUMEN

Introducción Con el paso del tiempo las producciones audiovisuales son cada vez más demandadas por el público y estas son parte de la industria cultural de cualquier país. Sin embargo, existe un cambio notorio en la producción de estos ya que actualmente los temas de interés son muy diversos. **Objetivo** Analizar la generación de contenidos animados en Ecuador **Materiales y métodos** El siguiente artículo presenta un corto análisis sobre la producción audiovisual desde la revisión documental y sistémica **Resultados** Una interpelación crítica con este marco de actuación permite constatar que hasta la fecha sí se favorece la producción **Discusión** La industria cultural reemplaza todo lo común por los hechos originales e innovadores **Conclusiones** los países atraviesan cambios culturales veloces a raíz de la globalización

Palabras clave: producción audiovisual, contemporáneo, medios de comunicación, leyes.

1. Introducción

¹ El propósito del artículo es analizar sobre la producción audiovisual y de animados en el Ecuador desde el punto de vista académico-científico.

² Docente Principal de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Especialidades Espíritu Santo, Lic. En Diseño y Producción Audiovisual Magíster en Comunicación Pública de la Ciencia y la Tecnología, mdmoncayo@uees.edu.ec, ORCID: 0000-0003-2133-4483





El análisis de la producción audiovisual ecuatoriana, con puntualidad lo que ha ocurrido y ocurre en sentido diacrónico-evolutivo con la industria del animado, remite a una agenda muy en boga al interior del campo de la comunicación, al tiempo interesa a la sociedad civil en general, desde la instancia de cómo la ciudadanía valora, interpreta y toma partido sobre la producción audiovisual endógena, con énfasis en el animado y su compromiso educativo hacia las nuevas generaciones, a punto de partida de lo que establece la Ley Orgánica de Comunicación 2011 que guarda correlato con lo que refrenda la Agenda Buen Vivir y la nueva matriz productiva del estado ecuatoriano.

En este sentido, evidentemente aunque la Ley no prescribe temáticas específicas, lo que correspondería a una Política puntual de producción audiovisual, mediática y cultural (hoy inexistente), se trata de comprometer al audiovisual ecuatoriano con la dignificación social a la que aspira el modelo social actual y para lo cual, lo que produzcan, difundan y promuevan los medios como acontecimientos y propuestas lúdico-reflexivas resulta clave, máxime en un país en el cual no hay creada una industria cinematográfica del animado, y todo cuanto se produce circula y se consume & recepciona a través de canales masivos, a saber televisión pública (Ecuador TV) y privada (TC Televisión (actualmente bajo un esquema de intervención estatal), RTS, Gama TV (intervención estatal), Ecuavisa, Tele Amazonas, Canal UNO).

Este estado de la cuestión entonces de facto mediatiza insuficientemente al capital cognitivo que se pone en circulación, de ahí que como país Ecuador requiera seguir trabajando más que en leyes específicas en políticas que a modo de deber ser, pauten agendas, contenidos, abordajes, problemáticas y modos creativos-discursivos de comunicar este animado ecuatoriano desde un compromiso temático, ético, cognitivo, cultural con la identidad nacional.

En este contexto corresponde a las universidades y al campo científico-intelectual promover entonces un debate público que ponga de relieve las preocupaciones, polémicas, estados de opinión, y al tiempo poner en agenda e investigar con espíritu interpretativo los itinerarios por los que ha transitado esta producción, en diálogo con el resto de las industrias culturales y de la propia producción de comunicación pública del país.

Es necesario que dentro del tema de la producción audiovisual se tome en cuenta todo el contexto cultural, social, económico tecnológico, etc. que atraviesa el país; pues debido a estos aspectos la producción del cine ecuatoriano se ve afectada de manera directa.

El concepto de identidad, es un concepto bastante amplio de reconstruir, pero es importante conocer que existen muchas aproximaciones a las identidades. Los procesos de identidad tienen relación entre varios aspectos como: la objetividad y subjetividad, lo que es real y lo inexistente, lo homogéneo y heterogéneo, lo afectivo, lo consistente e inconsistente, las nuevas generaciones, entre otras. Es necesario mencionar que estas dimensiones son importantes de analizar al realizar un estudio sobre las producciones ecuatoriana (Molina, s.f.).

Para empezar hay que conocer que la animación es la técnica que da sensación de movimiento a imágenes, dibujos, figuras, recortes, objetos, personas, imágenes computarizadas o cualquier otra cosa que la creatividad pueda imaginar, fotografiando o utilizando minúsculos cambios de



posición para que, por un fenómeno de persistencia de la visión, el ojo humano capte el proceso como un movimiento real (Sánchez, s.f.).

Según el animador norteamericano Gene Deitch, la animación cinemática es el reconocimiento de fases de una acción imaginaria creadas individualmente, de tal manera que se crea una ilusión de movimiento cuando estas son programadas y proyectadas. En otras palabras algunos autores consideran que la animación es el “arte” de darle vida a lo inanimado.

Algunos autores prefieren el cine otros la animación, sin embargo, ambos forman parte importante de la producción audiovisual. Del mismo modo, hay que conocer que existe una diferencia entre el cine y la animación ya que mientras en el cine de imagen real se examina y descompone un movimiento real de 24 imágenes por segundo, en la producción de animación se elabora un movimiento inexistente en la realidad en 12 imágenes por segundo.

Tradicionalmente la producción audiovisual del Ecuador no ha estado sometida a ejercicios de examen crítico, ni de tipo sincrónico ni diacrónico, más allá de los esfuerzos puntuales que requieren los currículos de determinadas especialidades, diplomados y postgrados universitarios, lo cual ha tributado a esfuerzos de sistematización ensayística a cargo de instancias como FLACSO o CIESPAL, pero que en modo alguno han logrado trascender con una implementación en el ámbito de la normatividad y el deber ser. Por otra parte, el conjunto de saberes públicos que se conciben desde el campo académico-científico, están mediadas por instancias macro y micro sociales.

Entonces se logra decir que, la función social del conocimiento, queda determinada por su encargo propositivo para el cambio social y la inclusión de los agentes y actores sociales en torno a problemáticas de interés para la sociedad como conjunto.

2. Materiales y métodos

Además, el campo académico-científico establece relaciones con la función del conocimiento que se debe producir sobre la base de un esquema de normatividad de las Políticas Públicas de Ciencia y la Tecnología, las mismas que descansan en la función metodológica de la Secretaría Nacional para la Ciencia y Tecnología SENESCYT, y que están implícitas hoy en el Plan Nacional del Buen Vivir (cuyo brazo ejecutor es la Subsecretaría de Innovación y Transferencia Tecnológica). Este encargo presupone dar salida a ciertos pilares del Plan del Buen Vivir, desde la concepción de una nueva matriz productiva, a saber:

- Sostenibilidad y sustentabilidad de la gestión social.
- Inclusión social en respecto a la plena participación ciudadana, conforme a etnias, género e inter y multiculturalidad.

Por otra parte, en el cómo arribar a un concepto de políticas públicas se determina que el fracaso rotundo del modelo neoliberal y los procesos de desestatización y descentralización en torno a las funciones del Estado que vivió buena parte del mundo desde los años 90 hasta la fecha han afectado a todo, así como la emergencia luego consolidación de movimientos de izquierda y



ejercicios de gobierno democráticos y verdaderamente liberadores en América Latina, han resituado en agenda pública (investigativa, reflexiva-académica, legislativa, discursiva) con mucha fuerza el debate en torno al papel de las políticas públicas, su legitimidad como instrumentos regulatorios y mediadores de cara a una gestión pública llamada a ser más eficiente, y al compromiso con una ciudadanía y una sociedad civil más consciente como tendencia de sus áreas de ejercicio constitucional y de derechos.

En la región latinoamericana, países como Venezuela, Ecuador, Argentina, han actualizado en los últimos años este debate no sin controversias; en un espacio o escenario público cada vez más plural y ensanchado, en el cual el papel de los medios masivos y las industrias culturales está cada vez más claro, se discuten hoy estos tópicos entre políticos, politólogos, científicos sociales y actores de las más variadas procedencias.

El foco de discusión sigue siendo el mismo desde que emergiera con la modernidad la noción de un Estado garante: qué compete al estado; qué es lo público frente a lo privado; hasta dónde se instituyen y alcanzan los deberes y derechos del ciudadano; hasta dónde el poder de los medios y de las instituciones clave de la sociedad a la hora de configurar la noción de lo público y de la opinión pública; qué debemos esperar como servicios públicos, continúan siendo preguntas legítimas que abren disímiles polémicas y posturas, con alcance a la teoría, a la legislación, a los encargos sociales y al ejercicio ciudadano, ahora en un contexto global donde lo que se dirime con mayor acento es justamente el ámbito de lo nacional identitario frente a una aparente disolución del encargo tradicional del estado nación, y donde múltiples mediaciones (tecnológicas, culturales, ideológicas, sociales) conducen a desdibujar ilusoriamente los límites de lo público-colectivo.

3. Resultados

Ecuador en el punto de mira.- Una interpelación crítica con este marco de actuación permite constatar que hasta la fecha sí se favorece la producción de saberes públicos tanto a nivel general como a nivel puntual de producción audiovisual, si bien, las nuevas formulaciones a nivel académico tienden a privilegiar a la figura Licenciatura en Producción para Medios de Comunicación (según la Nomenclatura de títulos unificados), cuya oferta educativa va a suponer una constricción de lo que antes se gestaba desde carreras tales como Licenciatura en Diseño Gráfico y Producción Audiovisual, e Ingeniería en Producción y Dirección en Artes Audiovisuales.

Actores, roles e intereses, en interacción.- En este acápite conviene advertir que el conocimiento científico en la modernidad discurre por procesos de creación que van de lo individual-colectivo a lo social, de ahí que los gremios profesionales e intelectuales sean decisivos como equipos de generación de innovación y desarrollo. En tal sentido, la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil está como el resto de la formación universitaria en el país, sometida a un proceso de cambio y organización de su encargo social, dinamizando estructuras y procesos en función de una reorganización curricular, formativa y propositiva de mayor exigencia y eficiencia.



En las dinámicas actuales, el país sudamericano está privilegiando la recalificación de los claustros, aprovechando las experiencias de países vecinos como Cuba para en un tiempo récord elevar la capacidad resolutive de nuestros profesionales. Existe un compromiso social, académico y científico con la innovación para el cambio social y el impacto.

A nivel de innovación, de lo que se trata es de generar investigaciones que primero, permitan arribar a un estado de la cuestión, para luego proponer cambios a mediano y largo plazo, tendentes a potenciar los recursos cognitivos y el capital humano del que se dispone, en función de una producción audiovisual y de animados, con estructuras narrativas ágiles, novedosas, eficaces, códigos frescos, todo ello vinculado a los discursos y actualidades del país, pero sobre todo que busquen y pulsen la inclusión y participación del sujeto receptor en una realidad simbólica que lo haga crecer como ser humano.

A partir de la consulta por internet a los repositorios de investigaciones de importantes universidades del país, a FLACSO y a Ciespal, se logra identificar que la investigación en torno a la producción del animado en Ecuador no ha gozado de un estatuto de legitimidad como objeto de estudio, tampoco se disponen de estadísticas que den cuenta de cómo se comporta el consumo de animados de producción nacional por parte de los niños, adolescentes y jóvenes, si bien hay dos realidades sumamente contrastantes, de una parte los altos niveles de consumo televisivo de animados básicamente norteamericanos, aunque los mangas tienen una nada despreciable red de seguidores, de otra parte del análisis el hecho de que la producción cinematográfica y audiovisual en el país transita por un momento de despegue. A diferencia de muchos otros países de la región como México, Venezuela, Perú, Colombia, Cuba y con mayor acento Argentina y Brasil, la industria cinematográfica y audiovisual ecuatoriana está en ciernes.

Hay otra realidad en extremo útil para este estudio, se refiere a los nexos entre el cómics o historieta y el animado como discurso, en lo cual tampoco la producción endógena es robusta, si bien el continente sí ofrece ejemplos elocuentes de estos préstamos y mixturas en una y otra dirección.

Sobre el término “industrias culturales”, resulta primario remitirse al concepto que aporta UNESCO la cual advierte a las IC cuando los bienes y servicios culturales son producidos, reproducidos, almacenados o distribuidos de acuerdo a patrones industriales y comerciales; es decir, a gran escala y de acuerdo con una estrategia basada en consideraciones económicas, más que en una preocupación por el desarrollo cultural.

De igual manera, conviene tomar en cuenta la conceptualización que hace el teórico vasco, Ramón Zallo, cuando plantea que estas se reconocen a través de un «conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas para un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social”³

³ Zallo en Bustamante: De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación... Viejos y nuevos señuelos para la investigación de la cultura. Diálogos de la Comunicación, no 78 enero- julio 2009.



Atravesadas históricamente por un debate en la teoría social sobre su legitimidad y sus aspectos positivos y negativos, el investigador apuesta como George Yúdice⁴ por “recordar que las industrias culturales no sólo son instrumento de los conglomerados de entretenimiento que amenazan “aplanar” sonidos, estandarizar imágenes, coreografiar gestos, logotipizar la vida e imponer el inglés. Son también patrimonio histórico y vivo, y recurso que proporciona empleo e ingresos, actividad económica que produce retornos tributarios, pero sobre todo son medios para coordinar los deseos, aspiraciones y preocupaciones ciudadanas, de todo aquello que viene de fuera y queda al margen del espacio público, y así hacerlo asequible para que a partir de allí siga gestándose la creatividad, y transformándose en el combustible más importante de la nueva economía. Hoy en día no pueden crecer, recrearse o democratizarse las sociedades sin sus industrias culturales.”

Barbero, desde su pensamiento filosófico, considera a los teóricos de la Escuela de Frankfurt como tajantes en sus análisis de la cultura mediada por la política masificadora que surgió con el movimiento Nazi. Quienes expusieron al capitalismo no solo a un estudio de lo económico, sino también a un estudio político y de igual manera cultural; con la revelación de mostrar la estructura de un sistema generalizador. Dicha revelación dilucidaba la superposición entre las diferentes esferas sociales.

Además, la historia aparenta ser reproducida socialmente en diferentes países latinoamericanos, que simulan un vacío de representatividad de lo popular, sus actores, espacios y conflictos, sociedades poco representadas pero que indudablemente gozan de una larga trayectoria de aporte cultural a sus respectivas naciones.

“Pensar el proceso de dominación social ya no como imposición desde un exterior y sin sujetos, sino como un proceso en el que una clase hegemónica en la medida en que representa los intereses que también reconocen de alguna manera como suyos las clases subalternas” (Barbero, 2001). La cultura y sus mediaciones, dice Martín Serrano: “pretenden ofrecer un paradigma adecuado para estudiar todas aquellas prácticas, sean o no comunicativas, en las que la conciencia, las conductas y los bienes entran en procesos de interdependencia.” (Serrano, 1993).

Guillermo Orozco, plantea que las mediaciones son un “proceso estructurante que configura y reconfigura tanto la interacción de los auditorios con los medios como la creación por el auditorio del sentido de esa interacción.” (Orozco, 1993).

Las mediaciones se han desarrollado en áreas de la comunicación y pueden considerarse dos distinciones básicas: “una que toma como centro el estudio de la más mediación como operación simbólica o cognitiva y/o asociada a los procesos ideológicos y reproductivos; y otra que va desde aquellos enfoques que conciben la mediación como factor intermediario del proceso de comunicación, hasta aquellos, más complejos, que la definen como procesos estructurantes desde donde se le otorga el sentido a los procesos comunicativos” (Gámez, 2005).

Disponible en: <http://www.cinelatinoamericano.org/assets/docs/78BustamanteEnrique.pdf>.

⁴ George Yúdice. Las industrias culturales: más allá de la lógica puramente económica, el aporte social. Disponible en: <http://www.campus-oei.org>



Manuel Martín Serrano habla de aquella que se enfoca en la mediación como factor intermediario en el proceso de comunicación al desmenuzarlo en dos sistemas: el sistema social y el sistema de medios de comunicación.

El término industria cultural es empleado por Horkheimer y en primera instancia en la Dialéctica de la Ilustración publicado en 1947. Horkheimer y Adorno escriben sobre como el mercado de masas impone estandarización y organización de los gustos del público y necesidades que imponen estereotipos y baja calidad. Lo que la industria cultural persigue sobre los individuos es la representación de lo nuevo como propuesta innovadora de formas siempre distintas de algo siempre idéntico (Adorno, 1967).

La máquina de la industria cultural rueda sobre sí misma, ella es quien determina el consumo y excluye todo lo que es nuevo, lo que configura como un riesgo inútil, al haber concedido la primacía a la eficacia de sus productos (Wolf, 2005). La Industria Cultural asienta sus bases en la escuela de Frankfurt y la práctica del nazismo dejó ver en el capitalismo una estructura política y cultural. (Barbero, 2001).

“La diversidad cultural es una cuestión clave del final del segundo milenio y principios del tercero, para América Latina y el resto del orbe. A su vez, en el mundo contemporáneo los medios masivos de comunicación o, más en general, las industrias culturales, se cuentan entre los principales actores que pueden propiciar la diversidad simbólica en el mundo.” (Sánchez, 2006)

Las IC han crecido más que otros sectores económicos en América Latina, como en los EE.UU que son industrias que representan los terceros y cuartos lugares en recursos internos movilizados y en mercados externos en obtención de divisas. (Gettino, 2001).

Los sectores culturales y de la comunicación viven una transformación radical como la vivida en la invención de la imprenta. (Gettino, 2001). Los diferentes equipos de multimedia y de telecomunicaciones de alta tecnología que existen en la actualidad elevan las proyecciones de la comunicación a ámbitos que solo pueden ser medibles con la experimentación misma.

La inversión no debe darse tan solo en lo tecnológico, sino también en el incremento de convenios intrarregionales que permitan fluir los bienes y servicios de producción cultural. (Gettino, 2001).

“El conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica”, (Canclini, 1992:9. Citado por Medina, 1995:58).

Las prácticas culturales en América Latina han sido orientadas hacia espacios como los medio de comunicación y las áreas públicas. También se encuentra la literatura y la música. Canclini (1992) asevera que la cultura se encuentra atada al “ciclo de producción y circulación de bienes”, con la Economía de la Política de la Cultura, la misma que a fin estudia relaciones de poder, relaciones sociales que producen y distribuyen los bienes culturales.



Actualmente las industrias culturales se consideran como espacios en donde la mayor prioridad es el manejo de la formación del público y la ciudad, es decir, los sectores de información, los temas de interés colectivo y a su vez las diversas discusiones en los sectores sociales (Canclini, 2001). “Las industrias culturales han pasado a ser predominantes en la formación de la esfera pública y la ciudadanía, como lugares de información, sensibilización a las cuestiones de interés común y deliberación entre sectores sociales”. (García Canclini, 2001).

“Pero fue en las últimas tres décadas cuando las industrias culturales se volvieron protagonistas de los imaginarios sociales. Por eso, participar en el intercambio mediático es ahora decisivo para ejercer la ciudadanía”. (García Canclini, 2001). Para Canclini la recepción es consumo cultural. “Conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos” (Canclini, 2006: 80). “La cultura como capital simbólico es también una herramienta de gestión de los cambios sociales, un componente transversal de las sociedades innovadoras que aportan identidad, cohesión y visibilidad de las comunidades reconocidas” (Zallo, 2011:41).

“Nuestra economía de la cultura debe subordinar los imperativos económicos a las estrategias de democratización de la cultura e, igualmente subordinar la visión de la economía de la cultura –financiaciones, sectores, políticas regionales...- al lado de la cultura de desarrollo” (Zallo, 2011:21). De las Industrias Culturales se desprenden otros conceptos teóricos como las Industrias Creativas, las Industrias de Contenido, entre otras.

Las industrias creativas nacen en Australia en los años 90. Es en donde se funda la Creative Industries Task Force, cuyo objetivo principal es la masificación en lo económico de las industrias creativas británicas del Reino Unido. (Schlesinger, 2007, citado por Bustamante, 2009). Las “industrias creativas agrupan todas las formas artísticas de la alta cultura a la popular, como la artesanía, el design, el patrimonio cultural, el turismo cultural, los equipos culturales (museos, teatros, cines), así como el trabajo conjunto de la cultura, el turismo y la educación como forma de llegar al desarrollo sustentable”(Castro, 2008:16).

“Para el consumidor no hay nada por clasificar que no haya sido ya anticipado en el esquematismo de la producción” (Adorno & Horkheimer, 1947: 22). “La socialidad se genera en la trama de las relaciones cotidianas que tejen los hombres al juntarse, que es a la vez lugar de anclaje de la praxis comunicativa, y resultado de los modos y sus colectivos de comunicación, esto es de interpretación/constitución de los actores sociales, y de sus relaciones (hegemonía/contra hegemonía) con el poder” (Barbero, 2002).

Junto con autores respetables de Economía Política de la Comunicación, se pueden mencionar a Peter Holding, Graham Mordico, Dallas Smythe; junto con ellos William Baumol, Bernard Miede y Raymond Williams. En América Latina los primeros casos de estudios de la Economía Política de la Comunicación “surgen de forma autónoma directamente condicionados por el debate latinoamericano como crítica marxista... a las teorías de la dependencia y el imperialismo



cultural, ya sea en diálogo con autores como los de la Escuela Latinoamericana de la Comunicación, donde se incluyen figuras como Armand Mattelart, Herbert Schiller” (Bolaño, 2011:257). La Economía Política de la Comunicación, tiene sus orígenes en el siglo XX. “Lo que se conoce hoy como economía política de la comunicación surge de forma independiente en diferentes partes y bajo diferentes influencias, como crítica marxista al pensamiento comunicacional, como paradigma crítico alternativo para el conjunto del campo académico en comunicación” (Bolaño, 2009:15).

Según Jesús Martín Barbero (2002:15) “la hegemonía comunicacional del mercado en la sociedad es la comunicación convertida en el más eficaz motor del desencanche e inserción de las culturas –étnicas, nacionales o locales- en el espacio/tiempo del mercado y las tecnologías globales”. “En el ámbito del análisis económico, lo que hoy conocemos como economía política surgió de la crítica a la Economía Política Clásica, de Adam Smith y seguidores, por parte de Karl Marx y otros pensadores, ante las limitaciones de aquella para dar cuenta del cambio histórico que significó el paso del capitalismo mercantil al capitalismo industrial” (Bolaño y Mastrini, 2002:41).

Producción simbólica/formas simbólicas

Enfoque tripartito de Thompson: Thompson propone tres fases básicas en el proceso de comunicación mediática: producción/difusión de las formas simbólicas, construcción del mensaje y recepción/apropiación de estas formas simbólicas.

- **Formas simbólicas:** “Son acciones, objetos y expresiones significativas de varios tipos en relación a contextos y procesos históricamente específicos y socialmente estructurados dentro de los cuales y por medio de los cuales, esas formaciones simbólicas son producidas, transmitidas y recibidas” (Thompson, 1995, p.181).

- **Producción de mensajes:** Resultante de proceso de comunicación mediática y se fundamenta en la formación y transmisión de formas simbólicas, las mismas que son distribuidas por emisores que manejan institucionalmente los contextos sociales, económicos y culturales.

- **Expresión:** Manuel Martín Serrano afirma: “las afectaciones físicas que experimentan los materiales orgánicos o inorgánicos, a consecuencia de las operaciones que el actor lleva a cabo en ellos, para transformarlos en materia relevante” (s/f: 78).

- **Valores:** “El valor se refiere a aquellos objetos y fenómenos que tienen una significación social positiva y juegan una doble función: como instrumento cognoscitivo y como medios de regulación y orientación de la actividad humana” (Ojalvo, 2000:2).

-**Recepción:** “La recepción es una interacción entre los mensajes masivos y su audiencia que se encuentra mediada desde diversas fuentes y contextualizada material, cognitiva y emocionalmente, que se despliega a lo largo de un proceso complejo situado en varios escenarios que incluye estrategias y negociaciones de los sujetos con el referente meditativo de



la que resultan apropiaciones variadas que van desde la mera reproducción hasta la resistencia y la contestación” (Orozco, 2001: 23).

- **Apropiación:** es el proceso de hacer propiedad de uno, algo que es nuevo, y que con el tiempo se integra a las vidas de los sujetos (Thompson 2002. Citado por Rueda, 2009: 7). Específicamente esto hace referencia a la tecnología, es decir, que esta forma parte de los individuos y sus mensajes.

4. Discusión

La industria cultural reemplaza todo lo común por los hechos originales e innovadores. La producción ecuatoriana aumenta notablemente y esta

Las particularidades identitarias son elementos que determinan la personalidad de un país, los cuales son considerados conscientemente y estratégicamente para la construcción de significados. Por lo tanto, definir una tipología para análisis de las producciones animadas nacionales es estratégicamente importante.

5. Conclusiones

Además, los países atraviesan cambios culturales veloces a raíz de la globalización, por lo tanto el análisis desde el punto de vista científico- académico es crucial para la comprensión de la producción audiovisual en el Ecuador ya que gracias a su identidad cultural y la industria cultural estas producciones se ven altamente afectadas

Referencias bibliográficas

- Sel, Susana (2010). Coordinadora. Políticas de Comunicación en el Capitalismo Contemporáneo. América Latina y sus encrucijadas. Colección Grupos de Trabajo. Clacso.
- Colectivo de autores. (2005). Comunicología. Temas Actuales. La Habana: Félix Varela.
- Wolf, M. (2005). La investigación de la comunicación de masas. Barcelona: Paidós, S.A.
- Barbero, J. M. (1998). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. España: Paraninfo.
- Serrano, M. M. (2009). La producción social de comunicación. Volumen I. La Habana: Félix Varela.
- Serrano, M. M. (2009). La producción social de comunicación. Volumen II. La Habana: Félix Varela.
- Bernal, J. (1939). La Función Social de la Ciencia.
- Matterlad, A., Matterlad M. (1995). La invención de la comunicación. Parte I. España: Bosch.



- Matterlad, A., Matterlad M. (1995). La invención de la comunicación. Parte II. España: Bosch.
- Thompson, J. B. (1993). Ideología y cultura moderna. Parte I. Tomado de la Universidad Autónoma de México. La Habana: Félix Vera.
- Thompson, J. B. (1993). Ideología y cultura moderna. Parte II. Tomado de la Universidad Autónoma de México. La Habana: Félix Vera.
- Wolf, M. (1994). Los efectos sociales de los media. Barcelona: Paidós.
- Martín-Barbero, Jesús (1999): Aventuras de un cartógrafo mestizo en el campo de la comunicación. Revista Latina de Comunicación Social, 19.0 Recuperado el 30 de Enero de 2015 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999fjl/64jmb.htm>
- Alonso, M., Saladrigas, H. (2008). Para investigar en comunicación social. Guía didáctica. La Habana: Félix Vera.
- Suárez, J. (2013). *Tomo I. Cine mudo ciudad parlante: Historia del cine guayaquileño*. Guayaquil: Programa Editorial de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil.
- Granda Noboa, W. (2006). La cinematografía de Augusto San Miguel: lo popular y lo masivo en los primeros argumentales del cine ecuatoriano. Guayaquil 1924-1925. (Tesis inédita de maestría). Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, Ecuador.
- Wells, P. (2007). Fundamentos de la Animación. Barcelona: Parramón.
- Cámara, S. (2004). El Dibujo Animado. Barcelona: Parramón.
- Williams, R. (2001). The Animator's Survival Kit. Faber & Faber.
- Blair, Preston y Walter, T. (1949) Animation. Foster Publisher. California.
- Finch, C. (1973). The art of Walt Disney. AbradaleAbrams, Burbank (California).
- García, R. (1995). La magia del dibujo animado. Mario Ayuso, Ed., Madrid.
- García, R. (2000). La magia del dibujo animado. Actores del lápiz. Ponent, Alicante.
- Johnston, O. y Thomas, F. (1981). Disney Animation. The Illusion of Life. Abbeville Press Publishers, Nueva York.
- Taylor, R. (1996). The Encyclopedia of Animation Techniques. Runnig Press, Philadelphia (Pennsylvania).
- Thomas, B. (1968). Maravillas de los dibujos animados. Valencia: Gaisa.
- Granda, W. (AÑO) Cronología del cine ecuatoriano. CIUDAD: EDITORIAL
- Altman, R., Suárez, C. R. (2000) Los géneros cinematográficos. CIUDAD: Paidós Ibérica Ediciones S.A.
- Sánchez, J. L., Gubern, R. (2007) Historia del Cine: Teoría y Géneros Cinematográficos, Fotografía y Televisión. CIUDAD: Grupo Anaya Comercial.



Vincet, P. (2009) Los Géneros Cinematográficos. Géneros, escuelas y corrientes en el cine. CIUDAD: Grupo Robin Book

Williams, R. (2001) The Animator's survival kit: A Manual of Methods, Principles and Formulas for Classical, Computer, Games, Stop Motion and Internet Animators. New York: Faber and Faber.

Calvo, G. (1955) Augusto San Miguel: Una vida luminosa. Buenos Aires: EDITORIAL. Esto es un artículo de la revista Audiovisualidad. Pág. 35. Nombre del archivo: 20025-31731-1-PB.pdf