
Transmediación y transformización en la ficción televisiva de Ecuador: análisis de recepción de narrativas de humor

Transmediation and transformization in Ecuador's television fiction: humor narratives' analysis of reception

Pamela J. Cruz, Universidad Tecnológica Equinoccial (pamela.cruz@ute.edu.ec)
Andrés Valarezo Quevedo, Universidad Tecnológica Equinoccial (cristian.valarezo@ute.edu.ec)
Patricia Castañeda N., Universidad Tecnológica Equinoccial (pcastaneda@ute.edu.ec)
Recibido: 2016-10-16 Aceptado: 2017-03-01

Resumen

La televisión ecuatoriana tiene 57 años, tiempo en el que la ficción ha sido parte de la programación y se ha consolidado como uno de los géneros audiovisuales más ofertados de los canales de señal abierta. Actualmente, el humor es la marca de las ficciones nacionales que se han ubicado entre las más vistas y, al mismo tiempo, se han constituido en estudios de caso sobre interacciones con las audiencias por medios de comunicación distintos a la televisión y conversión de un formato a otro formato, sin desechar personajes y locaciones. Este artículo registra los resultados de una investigación longitudinal realizada entre 2010 y 2015 por OBITEL Ecuador sobre recepción transmediática y “transformizada” de cinco ficciones nacionales de humor desde una perspectiva presente para comprender los cambios de ese proceso comunicativo. Como estrategia metodológica, se ha usado la etnografía virtual. Se concluye que las ficciones nacionales se han “transformizado” y transmediatizado por razones internas a las emisoras mientras que otras se han transmediado por la aplicación de la ley, es Facebook en el las audiencias siguen mostrando un acompañamiento mayor de las ficciones de humor que tuvieron altos índices de audiencia en otros años. En un escenario mundial donde la tecnología está modificando las formas en las que se consumen los contenidos mediáticos, los resultados de este trabajo aportan a las investigaciones sobre recepción de la televisión ecuatoriana, proceso que precisa de más estudios por las dinámicas que está alcanzando.

Palabras claves: televisión abierta, audiencias, transmediación, formatos, ficción.

Abstract

Ecuadorian television is 56 years old, time in which fiction has been part of the program and has established itself as one of the most offered genres in audiovisual channels with open signal. Currently, comedy is the mark of national fiction that have been placed among the most seen and at the same time, have been case of study about interactions with the audience for media besides television and the conversion from one format to another, without discarding characters and locations. This paper compiles the results of a longitudinal research carried out between 2010 and 2015 by OBITEL Ecuador on transmedia reception and “transform” of five national comedy fictions from an actual perspective to understand the changes of this communication process. Virtual ethnography has been used as methodological strategy. It is concluded that national fictions are “transformizing” and transmediating to broadcasters for internal reasons but other national fictions are changed only media, being Facebook the space where audiences continue showing greater support of the comedy fictions that have had high ratings in other years. In a global scenario where technology is changing the ways in which media content is consumed, the results of this work contribute to reception researches about Ecuadorian television, a process that requires more studies by the dynamics that is reaching.

Keywords: open television, audience, transmedia storytelling, formats, fiction.

INTRODUCCIÓN

Desde los inicios de la televisión abierta del Ecuador que se remontan a 1960 cuando nació con un origen comercial que se mantuvo hasta 2007, año en el que se creó el canal público, la ficción ha tenido presencia en su programación. Lo hizo por medio de telenovelas estadounidenses y nacionales (Herrera y Ayala, 2011) y, a partir de entonces, se ha diversificado en formatos, consolidándose como uno de los géneros audiovisuales con más horas de difusión entre los ocho canales de señal gratuita y de cobertura nacional.¹

Entre 2010 y 2015², la ficción captó en promedio un 38,5% del total de la programación de la televisión abierta, representando 200.732 horas al aire en las tres franjas horarias que reconoce la legislación ecuatoriana: familiar (06h00-18h00), responsabilidad compartida (18h00–22h00) y adultos (22h00–06h00).

Tabla 1.- Horas exhibidas del género ficcional entre 2010 y 2015

Año	Total horas exhibidas	Total horas de ficción
2010	7.522	3.305
2011	51.094	24.814
2012	100.108	44.936
2013	45.190	15.121
2014	222.429	67.078
2015	141.529	45.478

Fuente: Anuarios OBITEL 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 y 2016. Elaboración propia.

En ese tiempo de difusión televisiva, la oferta ficcional ha incluido más títulos internacionales que confirman a Ecuador como un importador de este género, en especial de telenovelas brasileñas, colombianas, mexicanas y, en 2009 y en 2014 respectivamente, se incorporaron las producciones coreanas y turcas en la oferta televisiva.

Como productor de ficción, el país ha realizado cinco telenovelas, ocho series, una docuficción y 17 sitcom desde 2010³. De esos formatos, una serie (Secretos), dos telenovelas (Rosita, la taxista y Los hijos de Don Juan) y siete sitcom (Mi recinto, La pareja feliz, El combo amarillo, Así Pasa, Enchufe TV, Tres familias, Estas secretarías) estuvieron entre los 10 títulos más vistos de esos seis años (OBITEL, 2016; 2015; 2014; 2013; 2012; 2011).

A excepción de la serie Secretos que se desarrolla alrededor del misterio, fantasía y drama, todos los nueve títulos restantes con altos niveles de rating abordaron desde el humor temáticas sociales del país como diferencias socioeconómicas y culturales, regionales

y de lenguaje, relaciones de género, formas de vida en sectores medio-bajos, relaciones laborales, identidad nacional, migración interna, interculturalidad, discapacidades o defensa del ambiente.

Para Guillermo Orozco et. al (2009), la ficción es una manera de narración que se ha extendido de Latinoamérica a otras partes del mundo. En ese sentido, sostienen que este género

se va convirtiendo en un espejo de aspectos importantes de la producción industrial, cultural, audiovisual de los países iberoamericanos, a la vez que va introduciendo formas y formatos creativos para contar la realidad a audiencias, cada vez más ávidas de historias, afectos y estéticas audiovisuales (2009 en Orozco y Vasallo 2010, p. 16).

En el caso de Ecuador, la televisión abierta está produciendo nuevas construcciones de sentido desde el humor, como eje de las tramas de telenovelas y sitcoms, para audiencias que pueden aceptar o rechazar esos contenidos, re-apropiarse de ellos o re-significarlos (Cfr. Franco y González, 2014). Detrás de la interacción con los contenidos ficcionales, está el carácter sociológico y regional del humor ficcional ecuatoriano que no es nuevo y está modificándose por el consumo de contenidos en múltiples dispositivos.

Sus orígenes están en los grupos de teatro de la década del 70, cuyas piezas artísticas fueron llevadas a sketches para televisión. Herrera y Ayala (2011) sostienen que lo humorístico es una marca regional de la reciente producción ficcional del país, en la que las tramas se estructuran alrededor de la “caricaturización y/o estereotipación de algunos personajes” (2011, p.295). Las ficciones de humor han sido realizadas en Quito, la capital de los ecuatorianos, y Guayaquil, la ciudad costera más poblada del país, desde donde se pretende representar el modo de ser de sus pobladores (2011, p.295).

Actualmente, la difusión del humor ficcional en la televisión abierta coincide con el auge de consumo de contenidos audiovisuales por múltiples pantallas. En un país donde el 36% de la población tiene acceso a Internet y 56,1% usa Internet por dispositivos móviles (INEC, 2016), muchos de los capítulos de esas producciones de humor han transitado a las pantallas de Youtube y sus tramas han sido comentadas en redes sociales como Facebook y Twitter. Ese tránsito es similar en los programas de entretenimiento, por lo que se habla de que la televisión ecuatoriana está en una “etapa de adaptación a las nuevas tendencias de comunicación 2.0” (Suing, et. al, 2015).

O, en palabras de Carlos Scolari, el contexto audiovisual del país está entre la televisión del broadcasting o tradicional y la televisión narrative-centered o de las nuevas formas de consumir contenidos audiovisuales; de allí que este autor plantee una estrategia de de narrativas transmedia que estén pensadas para el fan del producto y el consumidor ocasional frente a la fragmentación de las audiencias (2014).

Alrededor de ese escenario que no es propio de lo nacional sino que es una de las marcas globales de lo audiovisual, este artículo se pregunta qué cambios ha tenido la recepción transmediática y “transformatizada” de ficciones de humor analizadas entre 2010 y 2015, desde una perspectiva presente. Es en ese período que OBITEL Ecuador ha hecho un seguimiento anual de la conversión de un formato a otro formato de las ficciones nacionales de humor y las interacciones entre estas y sus audiencias, por medios de comunicación distintos a la televisión.

PISTAS DE LA RECEPCIÓN TRANSMEDIÁTICA Y “TRANSFORMATIZADA” EN EL PAÍS

Ecuador no tiene una larga trayectoria en investigaciones sobre interacción entre medios y audiencias, si se considera que las corrientes de estudios de recepciones aparecieron en los años 20 del siglo anterior (Orozco y González, 2015) y los primeros trabajos nacionales relacionados total o parcialmente con ellas aparecieron en la década del 60 (Checa, 2006). Sin embargo, dos revisiones de literatura muestran que han ido en aumento desde inicios de este siglo y han usado un enfoque funcionalista y, de manera reciente, otro de consumo cultural (Basantes et. al, 2011; Checa, 2006).

Alrededor de la telenovela se ha estudiado: la percepción y el proceso de recepción por parte de mujeres y familias de barrios quiteños populares (Cueva, 2002; Muela, 1993 en Checa, 2006); las motivaciones por las cuales personas con perfil sociodemográfico y académico diversos la consumen; su aceptación como forma deseable de existencia social entre los jóvenes (Villalba, 2004), y su influencia en la cotidianidad de los espectadores y su estilo de vida (Delgado, 2006).

También, se han hecho trabajos de las ficciones nacionales de humor pero no del proceso de recepción sino del proceso de generación de contenidos. Desde una óptica transmediática, las tramas son importantes si se considera que la transmediación incluye a los fans de la ficción televisiva que interactúan con ella y, al mismo tiempo, crean sus propias historias

y anticipan desenlaces (Jenkins, 2008 en Orozco, 2014), a partir de los contenidos; esperándose, entonces, un conjunto de construcciones simbólicas que dialogan y producen en diversas pantallas.

Sobre el contenido de las telenovelas en general, Játiva y Sánchez (2010) mencionan que tiene escenas violentas y conflictivas que se transmiten no solo en horario para adultos. Desde una perspectiva de género, se han analizado: la configuración de los imaginarios rurales desde lo urbano en la sitcom *Mi recinto* (León, 2008), la materialización de estereotipos en los personajes de *La pareja feliz* (Calderón, 2013) y los estereotipos alrededor de personajes masculinos y femeninos de las series *Combo amarillo*, *La pareja feliz*, *Mi recinto* y *Solteros sin compromiso* (Freire y Castillo, 2016). En el ámbito de la construcción de sentidos de la comedia de la televisión nacional, se han estudiado las representaciones sobre la población afroecuatoriana (Vallejo, 2016), las representaciones de la comunicación entre personajes cómicos en el mercado popular, como escenario específico (Moncayo, 2009), y los estereotipos raciales en la sitcom *Dejémonos de Vainas* (Madany, 2000).

A partir de 2010, OBITEL Ecuador ha estudiado año tras año la recepción transmediática de títulos nacionales de humor evidenciando que hay esfuerzos de algunos canales por interactuar con sus audiencias más allá de la pantalla televisiva, incorporar contenidos de ficción de humor generados para otras plataformas en su programación y producir telenovelas para la web pensando en los jóvenes (Ayala y Herrera, 2013; 2012; Herrera y Ayala, 2011). Alrededor de las audiencias, este equipo de investigación ha logrado datos del paso de los televidentes-usuarios de Internet, como repositorio de videos de las producciones ficcionales, a televidentes-fans, es decir, más que creadores de historias propias a partir de los títulos de ficción humorística televisiva, seguidores de personajes quienes hacen comentarios personales y generan limitados diálogos multiactoriales (Ayala y Cruz, 2015).

A diferencia de los estudios previos a la primera década de este siglo, que miran a las audiencias como receptoras o espectadoras, las investigaciones recientes dan pistas sobre audiencias interlocutoras, emisoras y, en cierta medida, productoras de sentidos. A partir de ese registro de recepción transmediática, también, esos trabajos han identificado cambios de formato de títulos de ficción humorística, que se han dado principalmente cuando acaba su “vida útil” pero se busca mantener el rating alcanzado y la relación con las audiencias. Específicamente, telenovelas han pasado a ser sitcoms “aprovechando

escenarios y/o personajes determinados, y el tono y la intención humorísticos que caracterizan a la telenovela” (Ayala Marín et al., 2012, p. 291).

Si bien esa llamada “transformatización” no es una estrategia transmediática porque no plantea “nuevas exigencias a los consumidores y depende de la participación activa de las comunidades de conocimientos” (Jerkins, 2008, p. 31), esta característica puede leerse desde los spin-off de la ficción estadounidense, los cuales consisten en la creación de una ficción audiovisual a partir de un personaje que está en otra ficción audiovisual y esto sucede cuando “la valorización de un personaje consiste en atribuirle, por vía de transformación pragmática o psicológica, un papel más importante y/o más “simpático”, en el sistema de valores del hipertexto” (Genette, 1989, p. 432).

En el caso ecuatoriano, no obstante, esos cambios de formato han incluido modificaciones en el abordaje humorístico por medio de esos personajes que se han extendido de una producción a otra, captando principalmente la atención de las audiencias más jóvenes (Cfr. Ayala y Cruz, 2016).

ETNOGRAFÍA VIRTUAL

Para conocer las prácticas de las audiencias de las ficciones nacionales de humor y su interacción con ellas por medio de múltiples pantallas, se optó por realizar una etnografía virtual. Esta es una metodología de investigación sobre Internet, entendido como “un artefacto cultural, que ha sido generado por personas concretas, con objetivos y prioridades contextualmente situados y definidos (...) Así los contextos locales de interpretación y uso conformarían el campo de estudio etnográfico” (Hine, 2004, pp.19).

El trabajo etnográfico empezó con la implicación en los contextos investigativos por medio de la observación o familiarización (Ardèvol et al., 2003) con Facebook y Youtube, donde OBITEL Ecuador había estudiado las interacciones cotidianas de los consumidores de ficciones nacionales de humor con altos índices de audiencia.

Según los informes anuales de OBITEL Ecuador, esas ficciones humorísticas estuvieron en el top ten de las ficciones más vistas entre 2010 y 2015. El rating, entonces, se constituyó en el criterio de selección para el análisis transmediático de las ficciones de humor por parte de ese grupo investigativo, que se registra en este trabajo como una lectura integral de ese período.

Tabla 2. Información de la muestra de ficciones nacionales de humor

Título	Emisora	Rating	Puesto top ten/año
Mi recinto	TC Televisión	15,4	7mo/2010
La pareja feliz	Teleamazonas	13,4	3ro/2011
Enchufe tv*	Ecuavisa	11,2	9no/2013
El combo amarillo	Ecuavisa	9,9	8vo/2014
Los hijos de Don Juan	TC Televisión	10,3	4to/2015

*Este humorístico fue analizado un año antes de su paso de Internet al canal Ecuavisa, donde alcanzó el rating y la ubicación señaladas en esta tabla.
Fuente: anuarios OBITEL 2011, 2012, 2013, 2015, 2016.
Elaboración propia.

El ejercicio de observación transmediático implicó la elaboración de dos tablas de registro, una para Youtube y otra para Facebook. Por medio de esos instrumentos, se agruparon a las ficciones nacionales de humor que hacen uso de cada una de esos entornos de Internet (Wallace, 2001) donde se da la interacción con sus audiencias. Se hizo seguimiento a las cuentas de usuarios – fans que mantienen cuentas activas alrededor de esos cinco títulos de ficción y se comparó con las cuentas analizadas por OBITEL Ecuador entre 2010 y 2015.

A partir de la premisa que la etnografía no estudia un lugar sino a los sujetos que producen significados (Cfr. Núñez, 2006), se procedió a incluir parámetros de análisis de las formas en las que se experimenta el uso de la tecnología de las audiencias de las cinco ficciones nacionales de humor, que es propio de una etnografía virtual (Cfr. Hine, 2004: 13). De manera aleatoria, se escogieron a los meses de enero, abril, julio y septiembre de los años en los cuales se analizó la recepción transmediática de las cinco ficciones nacionales de humor para recoger los datos.

En el caso de Facebook, los parámetros fueron: textos (post), fotografías y videos publicados en portada; y número de comentarios, valoraciones (“me gusta”) y distribuciones en Internet –el denominado “compartir”- de esas publicaciones en las cuentas oficiales y no oficiales de las ficciones nacionales de humor. Como información de identificación, se añadieron: el formato, el título de la producción, el año de análisis y los “me gusta” de los televidentes-fans. No se analizó la interacción alrededor de las publicaciones de álbumes y biografía.

En el caso de Youtube, se consideraron cuentas oficiales y canales creados por los fans. Se mantuvieron los datos de identificación de la matriz para Facebook y se

sumaron los capítulos publicados, las visualizaciones, las valoraciones positivas y negativas (“me gusta” y “no me gusta”) y los comentarios de los mismos.

Para el registro de la recepción “transformatizada”, se diseñó también una matriz de registro que incluyó datos de identificación (título de la producción, año de análisis y canal de televisión) y parámetros de análisis del cambio de formato (formato original, formato nuevo, año de producción de cada formato, personajes, locaciones y trama). Con los datos ingresados en los tres instrumentos de registro, se hizo un análisis cuantitativo de las variables que se establecieron. También, se hizo

un análisis cualitativo de la interacción de las audiencias-fans con las narraciones ficcionales de humor a partir de la selección de algunos de los comentarios dejados por la audiencia - fans.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

De los ocho canales nacionales de televisión, seis han producido al menos un título de ficción de humor, incluyendo el canal público (ECTV) y las dos emisoras administradas por el Estado (Gama TV y TC Televisión). El canal privado Ecuavisa es el mayor productor del género ficcional de humor del país donde la sitcom es el formato más elaborado.

Tabla 3.- Producción de ficción de humor en la televisión abierta nacional, 2010-2015

Canales	Título producidos - formato		
Gama TV	1. Ni por aquí ni por allá - sitcom		2. Puro teatro - sitcom
Teleamazonas	3. Mostro de amor - telenovela	5. Aída - sitcom	7. Escenas de matrimonio - serie -
	4. La pareja feliz - sitcom	6. Proyecto vivo - sitcom	
Ecuavisa	8. Rosita la taxista - telenovela	10. Así pasa - sitcom	12. El sandwichito - sitcom
	9. El combo amarillo - sitcom	11. Enchufe. tv - sitcom	13. Tres familias - sitcom
TC Televisión	14. Mi recinto - sitcom	16. Max y los whatevers - sitcom	18. Los hijos de Don Juan - telenovela -
	15. Los Tostadams - sitcom	17. Estas secretarias - sitcom	
Canal Uno	19. Los compadritos - sitcom		
ECTV	20. Los chestozos - sitcom		

Fuente: anuarios OBITEL 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016. Elaboración propia.

A partir de la contabilización de ficciones nacionales de humor por emisora de televisión, se procedió a recuperar los índices de audiencia alcanzados entre 2010 y 2015 de los cinco títulos que forman parte de la muestra de este trabajo, más su ubicación en la lista de las diez ficciones más vistas del año. Los canales Ecuavisa y TC Televisión sumaron, respectivamente, dos ficciones y Teleamazonas uno.

El mejor puesto fue alcanzado por la sitcom La pareja feliz (13,4%), aunque su audiencia fue casi de dos puntos menos al rating de la sitcom Mi recinto (15,4%) que en 2010 se ubicó siete entre las 10 ficciones nacionales e internacionales más vistas.

Ambos títulos, no obstante, dejaron de transmitirse en 2014 tras recibir sanciones de la Superintendencia de la Información y Comunicación, que consideró a los contenidos como “discriminatorios,

sexistas y burlescos” (García, 2014). Ese año se dio la aplicación plena de la Ley Orgánica de Comunicación, que entró en vigencia desde 2013.⁸ A partir de entonces esas sitcom se difunden únicamente en Internet, evidenciándose una transmedialidad que, a diferencia de la transmediación, se caracteriza por el tránsito de un producto mediático a otras pantallas y plataformas para que sea percibida, disfrutada y consumida por audiencias-usuarios (Jenkins, 2008 en Orozco, 2014).

Esta dinámica que no implica cambios de contenido pensados en las audiencias está, entonces, confluyendo con lo transmediático, originado en esa interacción de los fans con los contenidos, y lo “transformatizado”, resultado de ciertas modificaciones técnicas a la estructura de los formatos originales pensando en que sean capítulos para consumirse en la televisión o en otras pantallas.

Tabla 4.- Ficciones nacionales de humor más vistas entre 2010 y 2015, por audiencia y ubicación en top ten

Título	Formato	Emisora	Rating	Puesto top ten/año
Mi recinto	Sitcom	TC Televisión	15,40	7mo/2010
La pareja feliz	Sitcom	Telemazonas	13,40	3ro/2011
Enchufe tv*	Sitcom	Ecuavisa	11,20	9no/2013
El combo amarillo	Sitcom	Ecuavisa	9,90	8vo/2014
Los hijos de Don Juan	Telenovela	TC Televisión	10,30	4to/2015

Fuente: anuarios OBITEL 2011, 2012, 2013, 2015, 2016.
Elaboración propia.

De acuerdo con los datos obtenidos de forma anual por OBITEL Ecuador, esos cinco títulos de ficción nacional presentaron indicadores transmediáticos que evidenciaron que el consumo de los contenidos de la pantalla televisiva no se corresponde, necesariamente, con la interacción entre contenidos de otras pantallas, como las de Youtube o Facebook, y sus audiencias, según se registra en las tablas 5a y 5b.

Tabla 5a. Recepción transmediática de las ficciones televisivas de humor entre 2010 y 2015, por Youtube

Título	Formato	Año de análisis	Suscriptores	Canal	Capítulos publicados	Visualizaciones	Comentarios
Mi recinto	Sitcom	2010	-	SuperRivera95	7	59.203*	38
La pareja feliz	Sitcom	2010	-	La pareja feliz	9	267,041**	159
Enchufe tv*	Sitcom	2010	1'795.20	EnchufeTv	138	246'674.862	1,938***
El combo amarillo	Sitcom	2010	-	-	-	-	-
Los hijos de Don Juan	Telenovela	2010	-	-	-	-	-

* A mayo de 2010. ** A marzo de 2012. *** A abril de 2013.

Fuente: Anuarios OBITEL 2011, 2012, 2014.

Elaboración propia.

Así en Youtube y Facebook, es notorio que hay una ventaja numérica de Enchufetv, ficción de humor creada para la web que luego pasó a la televisión, sobre las otras producciones que en la pantalla de televisión lograron mejores ubicaciones dentro del top ten. Pese al mayor rating de Mi recinto, se observa también que La pareja feliz tuvo más visualizaciones de sus nueve capítulos en Youtube; lo que significó prácticamente quintuplicar los comentarios frente a la ficción de humor de TC Televisión.

En el ejercicio de análisis de la recepción transmediática con perspectiva presente, se observó el comportamiento de los usuarios alrededor de los contenidos ficcionales de humor en las pantallas de Facebook y Youtube durante el primer mes de cada trimestre de 2010 a 2015.

Esto permitió complementar los datos obtenidos por OBITEL Ecuador y, al mismo tiempo, registrar que la interacción entre contenidos ficcionales de humor y televidentes-fans no se limita a las cuentas oficiales de la emisora de televisión abierta si se considera que en el ejercicio de recuperación de datos se logró información de cuentas de televidentes – fans de las producciones.

En Youtube, se identificó una concentración de canales manejados por los televidentes - fans y solo un canal oficial, Enchufetv. Eso, no obstante, no implicó la creación de historias propias o la anticipación de desenlaces, puesto que se subieron los capítulos originales y alrededor de ellos los comentarios fueron a título personal con una generación limitada de diálogos con otros usuarios.

Tabla 5b. Recepción transmediática de las ficciones televisivas de humor entre 2010 y 2015, por Facebook

Título	Formato	Año de análisis	Número de "Me gusta"	Número de fotografías	Número de videos	Número de post	Número de comentarios	Número de compartidos
Mi recinto	Sitcom	2010	-	-	-	-	-	-
La pareja feliz	Sitcom	2010	21.066	-	-	-	-	-
Enchufe tv*	Sitcom	2010	745.724	-	-	-	-	-
El combo amarillo	Sitcom	2010	203.743	3	-	4	15	16
Los hijos de Don Juan	Telenovela	2010	73.703	2.054	46	70	246	-

Fuente: Anuarios OBITEL 2012, 2014, 2015, 2016.
Elaboración propia.

La mayor cantidad de videos difundidos aseguró un mayor número de visualizaciones y valoraciones. Por ejemplo, en el caso de la telenovela Los Hijos de Don Juan, el canal "Ponte Pilas" generó 11.358 visualizaciones con un solo video de esta telenovela en el mes de julio del 2015, además de 48 valoraciones positivas, dos negativas y un solo comentario.

En contraste, el canal "Walter Medina Ortiz" publicó ocho videos que generaron 40.924 visualizaciones, 131 valoraciones positivas, siete negativas y tres comentarios. Esto a pesar de tener menos suscriptores que el canal anterior.

A pesar de la publicación de videos entre 2010 y 2015, se los puede ver independientemente del tiempo en Youtube. Es decir, la cantidad de visualizaciones en este entorno puede incrementarse a pesar de los años transcurridos y eso es importante para el televidente-fan; ya que puede consumir ficciones de humor que ya no están en televisión, como sucedió Mi recinto o La pareja feliz.

También es visible que los fans suben material audiovisual sin permiso de los dueños de los derechos sin ser censurados por este motivo, evidenciando la falta de interés por parte de los canales de televisión por esta plataforma a la que han integrado de forma limitada dentro de su estrategia transmedia.

En Facebook, la interacción se da por medio de distintos elementos a través de publicaciones periódicas textuales y gráficas que crean expectativa en el televidente-fan alrededor de la telenovela o sitcom. Entre videos, post y fotografías, estas últimas son las que evidencian una interacción

más allá de dar un clic para poner "me gusta"; puesto que son compartidas y comentadas.

Sin embargo, ni la socialización de imágenes ni las opiniones de los televidentes-fans son aportes para crear historias alrededor de la trama de las ficciones de humor. Se caracterizan por ser expresiones personales sobre situaciones o personajes determinados.

Así como sucedió en Youtube, hay una diferencia en la estrategia transmediática de las ficciones de humor elaboradas para televisión y las elaboradas para Internet. Estas últimas tienen una actualización constante de contenidos, lo que resulta en una interacción mayor en términos cuantitativos frente a la recepción transmediática de las cuatro ficciones de humor.

A excepción de Los hijos de Don Juan que se estrenó en julio y tuvo publicaciones permanentes hasta octubre, se ve que las publicaciones de Mi recinto, La pareja feliz y el Combo amarillo son intermitentes.

En el caso de la transformatización, se evidencia que es un fenómeno poco común a las ficciones de humor. Entre 2010 y 2015, que es el periodo de la muestra, solo Ecuavisa apostó por la transformatización y, al mismo tiempo, fue la única cadena televisiva que optó además por migrar contenidos de Internet a su pantalla con Enchufe TV.

De la información recolectada, se observa que El combo amarillo que salió del aire en 2015, se originó en la novela Rosita la taxista. En 2014, cuando se difundió la cuarta temporada, esta sitcom se ubicó en el octavo lugar del top ten, con 9,9 puntos de rating.

Tabla 7.- Transformatización de las ficciones televisivas de humor

Título	Combo amarillo
Año de análisis	2014
Emisora	Ecuavisa
Formato inicial	Telenovela
Año producción	2010
Personajes principales	Rosita "Didi"
Locaciones	Taxi, empresa de taxis, varias locaciones de Guayaquil
Trama	Al dar un servicio de taxi, "Rosita" conoce a "Didi" que se convierte en el amor de su vida, pese a la diferencia de clases sociales.
Formato nuevo	Sitcom
Año de reproducción	2011
Personajes principales	Don Day, Marcelo Guamán, " Mi Gordo", Christian Miranda, Estrellita Vespertina, Tony, Selva Monina
Locaciones	Empresa de taxis "El Combo amarillo"
Trama	Al interior de la cooperativa de taxis " El Combo amarillo", se dan relaciones interculturales y cómicas.

Fuente: Elaboración propia.

A MANERA DE CONCLUSIÓN

A partir de los datos anteriores, se evidencia que las ficciones televisivas de humor son productos complejos si se considera el consumo de sus tramas y la interacción entre éstas y las audiencias en distintas pantallas. Conforme al objetivo doble de este artículo, registrar los resultados de la investigación longitudinal de OBITEL Ecuador sobre recepción transmediática y "transformatizada" de las ficciones nacionales y comprender los cambios alrededor de ambas dinámicas desde una perspectiva presente, se observa que en la adaptación de los contenidos ficcionales de humor a múltiples entornos de Internet están confluyendo tres dinámicas: transmediación, "transformatización" y transmedialidad. La primera de ellas ha sido en doble vía: contenidos transmediáticos de la televisión a Internet y de este a la TV, en menor medida. Aunque lo "transformatizado" es poco común, limitándose a un canal privado, es obvio que los canales de televisión no solo están pensando en la relación con sus audiencias sino en cómo mantener esa relación, en términos de rating, alargando la vida de personajes de telenovelas en nuevos formatos.

A diferencia de ambas dinámicas en las que las audiencias están presentes, la transmedialidad

tiene estrecha relación con la aplicación de la Ley Orgánica de Comunicación a contenidos como los de las sitcom *Mi recinto* y *La pareja feliz*, que migraron sin cambios de la pantalla televisiva a Youtube. Ambas ficciones de humor salieron del aire, por una sanción de la Supercom.

Con la recopilación de información, se confirmó que los niveles de audiencia alcanzados por las ficciones de humor no tienen correspondencia con la interacción que generan en entornos como Youtube y Facebook, donde no hay la aplicación de estrategias transmediáticas pensadas para interacciones complejas entre las ficciones humorísticas y sus televidentes que abran la posibilidad de que las audiencias aporten a las tramas de las producciones nacionales de humor, convirtiendo a los televidentes en televidentes – emisores e interlocutores.

En esas estrategias transmediáticas, el pensar interacciones con los televidentes – emisores e interlocutores — que trasciendan el tiempo de vida de las ficciones de humor es importante, si se considera que los consumos de los contenidos pueden ser permanentes en entornos como Youtube donde se ubicaron cuentas no oficiales que estaban activas pese a que las ficciones de humor ya no estaban al aire. Si bien estos resultados contribuyen a dar una

perspectiva presente a investigaciones sostenidas sobre recepción transmediática en Ecuador; es notorio que hacen falta más estudios porque el escenario audiovisual del país es parte de un escenario mundial donde la tecnología está modificando de continuo las formas en las que se consumen los contenidos mediáticos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguirre, P. C. (2009). *Digital Media, Laboratorios De Realidad Social*. ISD FOUNDATION, Revista Prisma Social N°13. Recuperado de http://www.isdfundacion.org/publicaciones/revista/pdf/01_N3_PrismaSocial_patriciadecarmen_javiercasco.pdf
- Ardévol, E. et al. (2003). "Etnografía virtualizada: la observación participante y la entrevista semiestructurada en línea". Recuperado de <http://antalya.uab.es/athenea/num3/ardevol.pdf>.
- Ayala Marín, A. Cruz Páez, P. (2016). "Ecuador: la ficción nacional no llega al 60% establecido por ley, pero se cuidan más los contenidos". En Orozco Gómez, G. y Vassallo de Lopes, M. (coord. Generales). *(Re)invención de Género y Formatos de la Ficción Televisiva*. Porto Alegre: Editora Sulina. 257 - 294.
- _____ (2015) "Ecuador: la ficción entre sanciones y estereotipos de género". En Orozco Gómez, G. y Vassallo de Lopes, M. (coord. Generales). *Relación de Género en la Ficción Televisiva*. Porto Alegre: Editora Sulina.
- Ayala Marín, A. (2014). "Ecuador: se dicta la ley, crece la ficción, se desafía la creatividad". En Orozco Gómez, G. y Vassallo de Lopes, M. (coord. Generales). *Estrategias de Producción Transmedia en la Ficción Televisiva*. Porto Alegre: Editora Sulina.
- Ayala Marín, A. y Herrera, C. (2013). Ecuador: la ficción y el humor se trasladan a la web. En Orozco Gómez, G. y Vassallo de Lopes, M. (coord. Generales). *Memoria Social y Ficción Televisiva en Países Iberoamericanos*. Porto Alegre: Editora Sulina.
- Ayala Marín, A. y Herrera, C. (2012). "Ecuador: entre las series de humor nacionales y las telenovelas importadas. En Orozco Gómez, G. y Vassallo de Lopes, M. (coord. Generales). *Transnacionalización de la Ficción Televisiva en los Países Iberoamericanos*. Porto Alegre: Editora Sulina.
- Basantes, B., Herrera, R. y Cruz, P. (2011). "Ecuador: un análisis de los estudios de recepción a inicios del siglo XXI". En Jacks, Nilda (coord. Editora). *Análisis de recepción en América Latina: un recuento histórico con perspectivas al futuro*. Quito: Editorial Quipus – CIESPAL.
- Calderón, C. (2013). *Análisis de contenido de la serie La pareja feliz emitido por canal 4, Teleamazonas, durante el mes de octubre de 2011*. (Tesis de grado en Comunicación Social). Quito: Universidad Central del Ecuador. Recuperada de <http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/2345>
- Checa, F. (2006). "Los estudios de recepción en Ecuador: paradojas, vacíos y desafíos". En *Diálogos de la comunicación*, N°73, 71 – 79.
- Cueva, M. (2002). *El proceso de recepción de telenovelas en un grupo de familias de Turubamba*. (Tesis de grado en licenciatura en Periodismo). Quito: FACSO – UCE.
- Delgado, K. (2006). *Influencia de las telenovelas en la construcción de los arquetipos sociales en barrio La Roldós de la ciudad de Quito*. (Tesis de grado en comunicación social, especialización Desarrollo). Quito: Universidad Politécnica Salesiana. Recuperada de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2505/1/TESIS%20COM.%20SOCIAL%20-%20KARINA%20ESTHER%20DELGADO%20ABRIL.pdf>
- Franco, D. y González, R. (2014). Introducción. A 25 años de "televisión y producción de significados. En Orozco, G. *Televidencias. Comunicación, educación y ciudadanía*. México: Universidad de Guadalajara, 11 – 24.
- Freire, I. y Castillo, A. (2016). "Las comedias de situación (sitcoms) producidas por la televisión ecuatoriana y los estereotipos de género". En *Chasqui*, N°131, 383 – 400.
- García, A. (2014). "Durante el 2014, la regulación constriñó a la comedia televisiva local". En *El Comercio*, edición del 24 de diciembre de 2014. Recuperado de <http://www.elcomercio.com/tendencias/regulacion-constrino-comedia-televisiva-ecuador.html>.
- García, J. (2015). "E-commerce day. Julio 2015". En *Boletín electrónico del INEC*. Recuperado de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/boletin/E-commerce.pdf>.
- Genette, G. (1989). *Palimpsestos*. Madrid: Tauros.
- INEC (2016). *Tecnologías de la información y comunicaciones (TIC's) 2016*. Recuperado de

- http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016.pdf.
- Hernández, M. (2013). *La Sociología del Conocimiento y sus autores*. México: UDLAP. Recuperado de <http://web.udlap.mx/co21502/2013/10/01/la-sociologia-del-conocimiento-sus-autores/>
- Herrera, C. y Ayala, A. (2011). Ecuador: la ficción nacional en la televisión abierta. Crecimiento en cantidad y limitaciones de calidad temática. En Orozco, G. y Vasallo, I. (coordinadores). *Obitel 2011 Calidad de la ficción televisiva y participación transmediática de las audiencias*. Sao Pablo: Globo, 257 – 308.
- Hine, C. (2004). *Etnografía virtual*. Barcelona: Editorial UOC.
- Játiva, R. y Sánchez, M. (2010). “Evaluación de la programación de la televisión ecuatoriana según monitoreos realizados en los últimos tres años”. En *ComHumanitas*, Vol. 1, N°1, 103 – 119.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture, La cultura de la convergencia de los medios de comunicación*. España: Paidós.
- León, D. (2008). *Imaginario de género en Mi recinto: programa de la televisión ecuatoriana*. (Tesis de maestría en Ciencias Sociales, mención género y desarrollo). Quito: Flacso Ecuador. Recuperada de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/350/4/TFLACSO-2008DILLF.pdf>
- Madanny, M. (2000). *Los afroecuatorianos: el racismo y el estigma en los medios de comunicación y la publicidad*. (Tesis de maestría en Estudios Latinoamericanos, mención en comunicación social). Quito: Universidad Andina Simón Bolívar. <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2578/1/T0103-MELA-Madany-Los%20afroecuatorianos.pdf>
- Moncayo, M. (2009). *Los procesos de comunicación en un mercado popular de la ciudad de Quito y su representación en un programa de televisión ecuatoriano*. (Tesis de maestría en Ciencias Sociales, mención en comunicación). Quito: Flacso – Ecuador. Recuperada de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/10469/1982/TFLACSO-2009MFMR.pdf>.
- Núñez, Jorge (2006). *Cacería de Brujos. Drogas ‘ilegales’ y sistema de cárceles en Ecuador*. Quito: FLACSO- Abya Yala.
- Orozco Gómez, G; Vassallo de Lopes, M. (2016) “Síntesis comparativa en los países de Obitel en 2015”. En Orozco Gómez, G. y Vassallo de Lopes, M. (coord. Generales). *(Re)invención de Géneros y Formatos de la Ficción Televisiva*. Porto Alegre: Editora Sulina. 27 – 106.
- Orozco Gómez, G; Vassallo de Lopes, M. (2015). “Síntesis comparativa en los países de Obitel en 2014”. En Orozco Gómez, G. y Vassallo de Lopes, M. (coord. Generales) *Relaciones de género en la ficción televisiva*. Porto Alegre: Editora Sulina. 27 – 84.
- Orozco Gómez, G; Vassallo de Lopes, M. (2014). “Síntesis comparativa en los países de Obitel en 2013”. En Orozco Gómez, G. y Vassallo de Lopes, M. (coord. Generales) *Estrategias de producción transmedia en la ficción televisiva*. Porto Alegre: Editora Sulina. 23 – 90.
- Orozco Gómez, G; Vassallo de Lopes, M. (2012). “Síntesis comparativa en los países de Obitel en 2011”. En Orozco Gómez, G. y Vassallo de Lopes, M. (coord. Generales). *Transnacionalización de la Ficción Televisiva en los países Iberoamericanos*. Porto Alegre: Editora Sulina. 23 – 88.
- Orozco, G. y Vasallo, M. (2010). “Observación de la ficción televisiva en ocho países iberoamericanos”. En *Comunicación y Sociedad*, nueva época, número 13, enero – junio, 13 – 42.
- Sangro, P. (2005). “El piloto de las series de televisión: análisis de ‘Aída’, primera ‘spin off’ española”. En *Comunicar*, 25. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/279917543_El_piloto_de_las_series_de_televisio_n_analisis_de_Aida_primera_spin_off_espanola.
- Scolari, C. (2014). “Presentación. ¿A dónde van las audiencias que no se quedaron?” En Orozco, G. (coord.), *TVmorfosis 3. Audiencias audiovisuales: consumidores en movimiento*. México: Productora de Contenidos Culturales Sagahón Repoll, 7 – 12.
- Suing, A., Gallardo, D. y Ortiz, C. (2015). “La televisión social en Ecuador, análisis de participación en programas de entretenimiento”. En *Comhumanitas*, Vol. 1, N°1, 149 – 169.
- Vallejos, S. (2016). *Las representaciones sobre la población afroecuatoriana en la comedia de televisión ecuatoriana*. (Tesis de maestría en Comunicación, con mención en Opinión Pública). Quito: Flacso – Ecuador.

Vargas Cordero, Z. (2016). La Investigación Aplicada: Una Forma De Conocer Las Realidades Con Evidencia Científica. Sistema de Información Científica Redalyc, *Revista Educación*, N°33, 155-165. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=44015082010>

Vera, S. (2003). *Nuestra novela de cada día*. (Tesis de maestría en estudios latinoamericanos, mención comunicación). Quito: Universidad Andina Simón Bolívar. Recuperado de <http://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/2526/1/T0250-MELA-Vera-Nuestra.pdf>

Villalba, S. (2004). *La telenovela como referente de los comportamientos y formas de relacionamiento social*. (Tesis de grado en comunicación social, especialidad desarrollo). Quito: Universidad Politécnica Salesiana. Recuperada de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2717/1/TESES.pdf>

Wallace, Patricia (2001), *La Psicología de Internet*. Barcelona: Paidós.

Notas

¹ Entre los canales del 1 al 13 de la señal en VHF (siglas en inglés de frecuencia alta), hay ocho emisoras televisivas; de ellas, cinco son privadas (Teleamazonas, Telecentro, Ecuavisa, RTS y Canal Uno), una es pública (Ecuador TV) y dos son administradas por el Estado ecuatoriano (Gama TV y TC Televisión).

² OBITEL Ecuador tuvo acceso a los datos de la programación televisiva de esos años registrados por Ibope Media, a partir de los cuales ha realizado informes anuales para la red de investigación

científica Observatorio Iberoamericano de la Ficción Televisiva (OBITEL). El primer informe fue para el anuario OBITEL 2011. Calidad de la ficción televisiva y participación transmediática de las audiencias.

³ Según la información publicada en los anuarios 2011, 2012, 2013, 2014 y 2015 de OBITEL, las cinco telenovelas ecuatorianas fueron: *Mostro de amor*, *Rosita la taxista*, *Fanatikada*, *Resak TV*, *Los hijos de Don Juan*), mientras que las ocho series fueron: *Mister Juramento*, *Secretos*, *Noveleatv*, *Parece que fue ayer*, *A qué le tienes miedo*, *El duro de la mafia*, *Ciudad Quinde*, *Escenas de matrimonio*. La docuficción fue *Euclides Vaca*, detective investigador y entre las 17 sitcom estuvieron: *Ni por aquí ni por allá*, *Mi recinto*, *La pareja feliz*, *La tremebunda corte*, *El combo amarillo*, *Los compadritos*, *Los Tostadams*, *Aída*, *Así Pasa*, *Enchufe TV*, *El sandwichito*, *Max y los wharevers*, *Estas secretarías*, *Proyecto vivos*, *Puro teatro*, *Los chestozos*, *Tres familias*.

⁴ Este título corresponde a una sitcom producida por TC Televisión, canal administrado por el Estado ecuatoriano, que se estrenó en 2001 y tuvo siete temporadas. Posteriormente, volvió al aire en 2014 y se transmite en Youtube.

⁵ Esta serie de televisión que mezcló lo humorístico y lo costumbrista, se emitió entre 1991 y 1999 por el canal privado Ecuavisa.

⁶ Para 2015, un 40,6% de ecuatorianos contaba con una cuenta de Facebook mientras un 5% usaba Youtube (García, 2015 en Boletín electrónico INEC, 2015).

⁷ No consta un análisis de la producción de ficción nacional del top ten 2013 porque se estudió la recepción transmediática de la telenovela brasileña *Avenida Brasil*, datos que se publicaron en el anuario del 2014.

⁸ Con esa normativa la Superintendencia de Información y Comunicación (Supercom) ha sancionado a comunicadores, actores y medios, entre estos los canales TC Televisión y Teleamazonas en los que se transmitían ambas ficciones de humor y salieron del aire por considerar que tenían contenidos discriminatorios. Para ampliar esta información, se sugiere la revisión de las primeras secciones de los informes de la ficción televisiva en Ecuador que constan en los anuarios de OBITEL de 2014, 2015 y 2016.

⁹ Otro ejemplo de transformatización de ficciones de humor ha sido la telenovela *El secreto de Toño Palomino* (2008) que pasó a ser sitcom *La Panadería* (2011).