



**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE ARTE,
CULTURA E HISTÓRIA (ILAACH)**

CINEMA E AUDIOVISUAL

**EL IMPACTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y
COMUNICACIÓN EN EL CAMPO AUDIOVISUAL LATINOAMERICANO:
ECUADOR.**

ESTUDIO DEL CASO: WEBSERIE ENCHUFETV

MIJAIL LUIS INTRIAGO VALDIVIESO

Foz do Iguaçu
2016

**INSTITUTO LATINO-AMERICANO DE ARTE,
CULTURA E HISTÓRIA (ILAACH)**

CINEMA E AUDIOVISUAL

**EL IMPACTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
EN EL CAMPO AUDIOVISUAL LATINOAMERICANO:**

ECUADOR.

ESTUDIO DEL CASO: WEBSERIE ENCHUFETV

MIJAIL LUIS INTRIAGO VALDIVIESO

Trabajo de Conclusión de Curso presentado al Instituto Latino-Americano de Arte, Cultura e Historia de la Universidad Federal de Integración Latino-Americana, como requisito parcial para la obtención del título de Bacharel en Cinema e Audiovisual.

Orientadora: Prof. Máster Tainá Xavier Pereira Huhold

Foz do Iguaçu
2016

MIJAIL LUIS INTRIAGO VALDIVIESO

**EL IMPACTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN
EN EL CAMPO AUDIOVISUAL LATINOAMERICANO: ECUADOR.
ESTUDIO DEL CASO: WEBSERIE ENCHUFETV**

Trabajo de Conclusión de Curso presentado al Instituto Latino-Americano de Arte, Cultura e Historia de la Universidad Federal de Integración Latino-Americana, como requisito parcial para la obtención del título de Bacharel en Cinema e Audiovisual.

BANCA EXAMINADORA

Orientadora: Prof. Máster Tainá Xavier Pereira Huhold
UNILA

Prof. Dr. Eduardo Dias Fonseca
UNILA

Prof. Máster Francieli Rebelatto
UNILA

Foz do Iguaçu, ____ de _____ de _____.

Dedico este trabajo a Diosito, como yo le digo, por nunca abandonarme; a mis padres, Australia y Luis que, desde el cielo siempre me estuvieron apoyando; al "papi Boli", que me apoyó en mis tiempos más difíciles en Ecuador y a mi mejor amigo y casi co-orientador, Juan.

AGRADECIMENTOS

Agradezco primeramente a Dios, a quien le pedí fuerzas en todo momento y siempre obtuve respuesta, gracias por mantenerme en pie aún en los peores momentos y por sorprenderme con bendiciones más de una vez.

Agradezco a mis padres, Australia y Luis, porque su amor y su apoyo nunca dejaron de estar presentes a pesar de su ausencia física. Y el ejemplo de lucha constante a pesar de las circunstancias proviene de mi amada madre, que me mostró que rendirse no debe estar en nuestro diccionario.

A mi papi Boli, que durante mis años de universidad, fue mi ejemplo a seguir, un hombre sabio más allá de las palabras, que siempre me insistió para nunca rendirme en mis estudios y al cual quiero dejar orgulloso con este trabajo.

Agradezco a mi mejor amigo Juan, alguien que no sólo me tuvo paciencia, sino que supo entender mis dudas y complicaciones. Sus vibras nerd y su constante apoyo en todo momento son los que me ayudaron a terminar de escribir este trabajo.

A mi profesora orientadora y amiga, Tainá, que también me tuvo paciencia y creyó en mí, su apoyo fue constante durante todo este tiempo.

A mi familia, sobretodo a mi tía Nela Valdivieso y mi prima Lelia Valdivieso, sin ellas no hubiera podido realizar el viaje a Brasil para comenzar mis estudios.

A mi hermana Dayana y primo Esteban quienes, de su muy auténtica manera, siempre estuvieron preocupados por mí e incluso vinieron a visitarme cuando tuvieron la oportunidad.

A mi ñaño y representante, Jorge, que soportó a "Molestina", o sea, a mí, por 5 años cuando necesité hacer algo urgente en Ecuador. Aquí está el fruto de tu ayuda hermano.

A mis hermanos Varinia, Vanessa, Jéssica, Bryan que siempre en vacaciones se aseguraron de que pueda descansar y disfrutar de su apoyo y compañía. Jéssica me demostró que nunca es tarde para estudiar y ser un profesional, a pesar de lo que diga la gente.

A mi hermana Margarita, que vino dos veces a visitarme y brindarme su apoyo y a la cual admiro mucho por su ejemplo de lucha y constancia.

A mi yunta/pana/sister Andie, que me dio un tiempo libre de ella para poder terminar el trabajo, sé que le costó y sé que seremos amigos por siempre.

A mi querida madrina, Narcisa Pita, que a pesar de la distancia y el poco tiempo disponible, me ayudó en mi estadía aquí.

A mis mejores amigas, que se volvieron mis hermanas en la Unila, Adriana y Cynthia, cuando no salía con una, salía con la otra, y sino, salía con las dos. Siempre estuvieron presentes durante estos 5 años. Gracias por el aguante y las conversaciones de horas. Bueno, las fofocas también.

A mi otra hermana, Debbie, que se tomó el trabajo de enviarme todos los días Palabra de apoyo, durante todo mi último semestre. Su apoyo nunca se quebrantó y no hubo día que olvidaras el mensaje.

A tantos otros amigos y compañeros hechos a lo largo de este curso llamado vida y que aunque con algunos ya no hablo, de alguna manera u otra en algún momento causaron un impacto positivo en mi vida: Priscila, Roberto, Naty, Frans, Vico, Lizet, Kathy, Katherin, Phelipe, Alvaro, Diego, Daniela, Lisbet, Carol, Denis, Emilce, Julien, Sonia, Inés, Verónica, Andrea, Yansy, Loren, Eliana.

A mis colegas de casa, que se volvieron mis amigas de largas conversaciones, Natalia, Kelda y Estefanía, que me aguantaron en casa a pesar de que contadas veces salí del cuarto.

A mis colegas de curso, en especial Sheyla, João, Ana, Julie, que hicieron la vida de estudiante lejos de casa mucho más amena.

A las profesoras y profesores de la carrera que impartieron sus conocimientos de manera clara, ayudándonos siempre que podían y aclarando cualquier duda que tengamos, convirtiéndose así en nuestros amigos en la lucha. Gracias Fran, Eduardo, Dinaldo, Bernardo, Virginia, Kira, Pablo, Bruno.

Al director de EnchufeTV, Jorge Ulloa, que hizo un hueco en su complicada agenda para poder concederme una entrevista de una hora.

A todas aquellas personas que trabajaron en la UNILA y que siempre estuvieron presentes para los estudiantes, ayudándonos con dudas, compras, etc. En especial a Ivania y Fabiana.

Finalmente, como PLACA CONMEMORATIVA DE ETERNA GRATITUD, a UNILA y a MI PAIS, por darme esta oportunidad única de conocer a través de la integración y la formación, cómo realmente es convivir con mis hermanos latinoamericanos. Las situaciones aquí vividas son una experiencia única y enriquecedora.

***A la manera que el río hace sus propias riberas,
así toda idea legítima
hace sus propios caminos y conductos.
Ralph W. Emerson***

INTRIAGO, Mijail. **El impacto de las nuevas tecnologías de información y comunicación en el campo audiovisual latinoamericano: Ecuador.** Estudio del caso: webserie EnchufeTV. 2016. 78 páginas. Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação em Cinema e Audiovisual – Universidade Federal da Integração Latino-Americana, Foz do Iguaçu, 2016.

RESUMEN

El presente Trabajo de Conclusión de Curso pretende demostrar como gracias a las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTIC), surge el formato audiovisual webserie. Además de comprobar que estas tecnologías ayudan a que los medios audiovisuales converjan en el país, creando una apertura por parte de las productoras audiovisuales nacionales con respecto a nuevos creadores y productos audiovisuales que establecen una relación entre lo local, a través de acentos, jergas, etc., y los modelos narrativos y referencias hegemónicas en el campo audiovisual, en otras palabras, usando una identidad cultural que es globalizada. Para esto, se estudiará el caso de EnchufeTV, serie web ecuatoriana con millones de suscriptores y miles de millones de visualizaciones, que además de usar la Internet como plataforma, vende paquetes de su producto audiovisual a canales de televisión del país y del extranjero. Teniendo esto en cuenta, se analizarán dos episodios de la webserie. A través de este análisis, se pretende comprobar los puntos establecidos anteriormente y generar un trabajo que concientice al pueblo ecuatoriano sobre el apoyo a la producción audiovisual local en el país.

Palabras-clave: Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación. Webserie. EnchufeTV. Ecuador. América Latina. Convergencia de medios. Producción audiovisual. Identidad cultural. YouTube.

RESUMO

Este Trabalho de Conclusão de Curso tem como objetivo demonstrar como graças ao uso das novas tecnologias da informação e da comunicação (NTIC), surge o formato audiovisual webserie. Além de verificar que estas tecnologias ajudam para que os meios audiovisuais no país possam convergir, criando uma abertura por parte dos produtores audiovisuais nacionais no que diz respeito a novos criadores e produtos audiovisuais que estabelecem uma relação entre o local, através de sotaques, gírias, etc., e os modelos narrativos e referências hegemônicas no campo audiovisual, ou seja, usando uma identidade cultural que é globalizada. Para isso, será estudado o caso do EnchufeTV, serie web equatoriana com milhões de inscrições e milhares de milhões de visualizações, que não só usa a Internet como plataforma, mas também vende pacotes do seu produto audiovisual para canais de televisão do país e do estrangeiro. Com isto em mente, dois episódios da webserie serão analisados. Através desta análise, pretende-se verificar os pontos anteriormente estabelecidos e gerar um trabalho que conscientize o povo equatoriano sobre o apoio para a produção audiovisual local no país.

Palavras-chave: Novas Tecnologias da Informação e Comunicação. Webserie. EnchufeTV. Equador. América Latina. Convergência das mídias. Produção audiovisual. Identidade cultural. YouTube.

INTRIAGO, Mijail. **The impact of the new information and communication technologies on the Latin-American audiovisual field: Ecuador.** Case study: webserie EnchufeTV. 2016. 78 pages. Trabalho de Conclusão de Curso em Graduação em Cinema e Audiovisual – Universidade Federal da Integração Latino-Americana, Foz do Iguaçu, 2016.

ABSTRACT

This Course Conclusion Work aims to demonstrate how, thanks to the utilization of the new information and communication technologies (NICT), the audiovisual format webserie emerges. In addition to verifying that these technologies help the audiovisual media converge in the country, making the national audiovisual producers be more flexible when it comes to new creators and audiovisual products that establish a relation between the local, through accents, slang, etc., and the hegemonic narrative models and references, in other words, using a cultural identity that is globalized. To prove this, this work will study the case of EnchufeTV, an Ecuadorian webserie with millions of subscribers and thousands of millions views, which in addition to using the Internet as its platform, it sells packages of its audiovisual product to national and international television channels. With this in mind, two episodes of the webserie will be analyzed. Through this analysis, a verification of the proposed ideas will be proved, making the people in Ecuador aware about the support the local audiovisual production has in the country.

Key words: New Information and Communication Technologies. Webserie. EnchufeTV. Ecuador. Latin America. Convergence of the media. Audiovisual production. Cultural identity. YouTube.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Acceso a Internet en los hogares de Ecuador	31
--	----

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - "Luke Skywalker" en el Show de Señorito Yoda.....	52
Figura 2 - Batman contando su vida al estilo de la webserie Draw My Life.....	52
Figura 3 - Jason imitando el estilo de contar historias de HolaSoyGerman.....	54
Figura 4 - Freddy Krueger preparándose para un cambio de look en Extreme Makeover.....	55

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 - La Evolución de la Brecha Digital en el Mundo 1990 - 2007.....	23
Tabla 2 - Sitios Web más visitados en América Latina en 2016.....	27
Tabla 3 - Webseries en América Latina.....	40

LISTA DE ABREVIATURAS Y SIGLAS

ANCINE	Agência Nacional do Cinema
CEPAL	Comisión Económica para América y el Caribe
CNCine	Consejo Nacional de Cinematografía
CNT	Corporación Nacional de Telecomunicaciones
ENEMDU	Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo
IMCINE	Instituto Mexicano de Cinematografía
INCAA	Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales
IPS	Instituto del Pensamiento Socialista
ITV	Instituto Superior de Estudios de Televisión
NTIC	Nuevas Tecnologías de Información y Comunicación
ONG	Organización No Gubernamental
PTS	Partido de los Trabajadores Socialistas
RCN	Radio Cadena Nacional
TIC	Tecnologías de Información y Comunicación
SITEAL	Sistema de Información de Tendencia Educativas en América Latina
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
UNILA	Universidade Federal da Integração Latino-Americana

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	15
2. CAPÍTULO I.- LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y SU RELACIÓN CON EL CAMPO AUDIOVISUAL: AMÉRICA LATINA Y ECUADOR	19
2.1. LAS NTIC Y SU IMPACTO EN EL CAMPO AUDIOVISUAL	24
2.2. INSERCIÓN DE LAS NTIC EN AMÉRICA LATINA Y ECUADOR	26
3. CAPÍTULO II.- LAS WEBSERIES: IMPACTO DE ESTE FORMATO AUDIOVISUAL EN AMÉRICA LATINA Y ECUADOR	33
3.1. EL CAMPO AUDIOVISUAL EN AMÉRICA LATINA Y ECUADOR ANTES DE LAS WEBSERIES	35
3.2. LAS WEBSERIES EN AMÉRICA LATINA Y EN ECUADOR	38
4. CAPÍTULO III.- LAS WEBSERIES EN ECUADOR. ESTUDIO DEL CASO: ENCHUFETV	44
4.1. LA PARODIA GLOBALIZADA: ANÁLISIS DE DOS EPISODIOS DE ENCHUFETV	50
CONSIDERACIONES FINALES	57
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61
ANEXOS	63
ANEXO A. ENTREVISTA A JORGE ULLOA, DIRECTOR DE ENCHUFETV	64

1. INTRODUCCIÓN

La presente investigación nació como resultado de una duda que siempre hubo con respecto al por qué Ecuador tiene tan poca producción audiovisual local cuando se lo compara con otros países de la región latinoamericana. La idea de realizar un trabajo al respecto llegó después de años de formación en Cinema e Audiovisual en la UNILA, donde más de una vez, en los estudios sobre el campo audiovisual en América Latina, se pudo percibir que aún le falta avanzar mucho al país en ese campo.

Al percibir que, contradictoriamente, en la Internet se encuentra un producto audiovisual ecuatoriano con más de tres mil millones de visitas y aproximadamente doce millones y medio de suscripciones en su cuenta, que produce y exhibe episodios de pocos minutos de duración, pero con la meta de lograr una calidad casi cinematográfica en sus gráficos, ambientaciones, narrativas, etc., se decidió realizar una investigación académica al respecto. El producto al cual se hace referencia aquí es EnchufeTV, serie web realizada por la productora Touché Films, de los socios creadores Martín Domínguez, Christian Moya, Andrés Centeno y Jorge Ulloa, también de Ecuador, que nace en el 2011 tras un cuestionamiento sobre el cambio a la producción audiovisual ecuatoriana. En un año ya contaba con setenta y un mil suscriptores, y a los dos años este número ascendió a más de cuatro millones de suscripciones, lo que promovió su expansión a la televisión con Ecuavisa, uno de los canales más importantes del país, otros canales de televisión internacionales, y además la realización, en el año 2016, del filme: *Enchufe sin visa*.

Para poder realizar una investigación sobre el tema de la webserie EnchufeTV en Ecuador, se tuvo que estudiar las nuevas tecnologías de información y comunicación en el país, y, en este mismo sentido, para poder estudiar estas tecnologías en Ecuador, se tuvo que abarcar América Latina primero, ya que, los casos en la región son muy similares y no hay gran cantidad de trabajos sobre este tema que traten específicamente sobre el país.

La razón por la que se tomó la decisión de estudiar las tecnologías de información y comunicación es que, gracias a ellas, y a su proceso largo de inserción en América Latina, se llega al formato webserie, y de esta manera, a EnchufeTV. Cuando se habla de nuevas tecnologías, se hace referencia a los últimos avances tecnológicos en el mundo, como por ejemplo; la Internet de banda ancha, la fibra

inalámbrica, etc. y sus aplicaciones en la relación productor-consumidor. Estas tecnologías se centran en los procesos de comunicación y manejo de la información, además tienen interrelación con más áreas tecnológicas como por ejemplo el hogar digital, la inteligencia artificial, etc. (ANDERSON, 2006). Ecuador, gracias a la inversión realizada por el Gobierno actual en infraestructura tecnológica; ampliación en el acceso a banda ancha, y; cobertura, cuenta con un mayor acceso a las nuevas tecnologías de información y comunicación según la Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo (ENEMDU). Cabe destacar, que es en la zona rural del país donde hay mayor incidencia de analfabetismo digital¹, ya en las zonas urbanas es bastante menor y así ha sido en el periodo 2012 – 2015. Se asume que esta brecha seguramente ha disminuido hasta el presente año, y que estos porcentajes también deberían haberse reducido, ya que no hay trabajos posteriores al de ENEMDU actualmente. Los estudios más recientes con respecto al analfabetismo digital en Latinoamérica provienen de mediados de la década del 2000, y han sido recogidos por la página oficial del Sistema de Información de Tendencias Educativas en América Latina (SITEAL)², en ellos se observa que Ecuador era una de los países con mayor incidencia de analfabetismo digital de la región, tomando como ejemplo el acceso a Internet en el hogar. En esta página se puede observar que Ecuador es el sexto país con menor acceso a Internet por hogar, quedando por encima de El Salvador y abajo de Panamá.

Con la información mencionada, se quiere plantear la hipótesis de que el mercado de producción y exhibición audiovisual en el país y en la región se está transformando y está dando pasos en dirección hacia un futuro marcado por la convergencia de los medios. Es en las nuevas tecnologías de información y comunicación que se encuentran las soluciones a los problemas delimitados anteriormente, ya que será gracias a un mayor acceso a Internet; mayor abaratamiento de costos de equipos digitales; nuevos formatos audiovisuales; nuevas plataformas de exhibición, etc., que las producciones audiovisuales de Ecuador y los

¹ El analfabeta digital es el individuo que desarrolla sus actividades personales, educativas y profesionales sin vincularse con tecnologías o medios digitales, limitando sus acciones y/o quehaceres a recursos tradicionales y concretos, principalmente relacionados con la lectura y escritura, centrados en el empleo del lápiz y el papel. (ROSAS, MARIA CRISTINA. El analfabetismo digital, 2012). Disponible en: <<http://www.alainet.org/es/active/57191>>. Acceso en: 03 jul. 2016.

² Se escogió la página de SITEAL porque es un espacio en el que se ofrece información estadística y documentos de análisis para el seguimiento de la situación educativa en la región latinoamericana.

países de la región surgirán en mayor número y con menores impedimentos.

El siguiente trabajo tiene como objetivo demostrar la importancia de las nuevas tecnologías de información y comunicación y la convergencia de los medios en Ecuador y de manera más general, en el resto de América Latina, a la hora de ofertar nuevas alternativas para ser parte del campo audiovisual como productor o consumidor. Para llegar a ese fin, se investigará sobre estas tecnologías en general para después definir mejor su impacto en el campo audiovisual y su inserción en América Latina y Ecuador específicamente. También se demostrará el por qué la convergencia de los medios es importante para llegar a un mejor entendimiento de los resultados de la inserción de las nuevas tecnologías en la región. Se comprobará que el formato audiovisual webserie ha permitido un mayor crecimiento en el porcentaje de producciones audiovisuales digitales en la zona, en el caso de Ecuador, relacionando el porcentaje de acceso a telefonía e Internet con el porcentaje de productos audiovisuales digitales en la capital, Quito. Se analizará una entrevista concedida por el director de EnchufeTV, Jorge Ulloa, sobre la situación de su producto audiovisual en Ecuador. Por último, se realizará el análisis de dos episodios de EnchufeTV que tratan de forma cómica sobre la convergencia de los medios y cómo, al no poder crear largometrajes de “talla hollywoodense”, crean episodios cortos haciendo parodia de productos audiovisuales de consumo de masas tanto de la televisión como del cine, pero dialogando con la identidad cultural local, es decir, usando sus acentos, jergas, etc., generando así, una identidad globalizada. De esta manera, logrando establecer una relación global-local dentro de la webserie.

Al no haber una investigación académica sobre el impacto de las nuevas tecnologías de información y comunicación en el campo audiovisual de Ecuador, ni tampoco sobre el surgimiento y desarrollo de las webseries en América Latina, es de vital importancia un trabajo como éste para generar un mayor entendimiento por los órganos encargados del campo audiovisual en el país y en la región. El desconocimiento de estos temas, se puede percibir al descubrir por medio de entrevista con el director que, a pesar de EnchufeTV ser el producto audiovisual más visto en la historia del audiovisual ecuatoriano, sus creadores no cuentan ni siquiera con los pocos apoyos gubernamentales que reciben los órganos encargados de la producción audiovisual del país.

Para poder realizar el presente trabajo, se recurrió mayormente a la

investigación bibliográfica, citando trabajos principalmente de Octavio Getino, Chris Anderson, Paulo Antonio Paranaguá, Henry Jenkins, Néstor García Canclini, Alessandra Meleiro, Rosangela Dias y, Stuart Hall, realizando resúmenes y reseñas de los libros y artículos leídos. También se realizó la lectura, el análisis y las reseñas de documentos gubernamentales relacionados con el campo audiovisual y con las nuevas tecnologías de información y comunicación en el país respectivamente. Se realizó una entrevista semi-estructurada a Jorge Ulloa, director de EnchufeTV, a través de Internet, la cual fue transcrita, citada y anexada en el trabajo. Y, se escogieron dos episodios de la webserie investigada para su respectivo análisis.

Con respecto a los capítulos que se podrán encontrar en este trabajo, se puede mencionar que en dos de ellos se optó por ir de temas más generales a temas más específicos. Durante la lectura del primero de éstos se encontrará la definición o definiciones de las nuevas tecnologías de información y comunicación, los resultados de su inserción en el mundo, y su importancia, antes de pasar a tratar sobre su impacto en el campo audiovisual en el primer subcapítulo, y su expansión en América Latina y en Ecuador en el segundo subcapítulo. Ya en el segundo capítulo, habrá informaciones generales sobre lo que son las webseries, en el primer subcapítulo, se realizará un breve paso por datos importantes sobre los medios tradicionales en Ecuador y la región, antes de la llegada de las webseries, para luego en el segundo subcapítulo, entrar más en detalle sobre el impacto de las webseries en la zona y en el país. En el tercer capítulo, se hará un breve paso por el presente del formato audiovisual webserie en Ecuador hasta entrar específicamente al tema EnchufeTV, con un subcapítulo en el cual se analizarán dos episodios escogidos de la webserie que ejemplificarán lo demostrado en los dos primeros capítulos, además de relacionar los datos que el director de la webserie con el contenido de los episodios de EnchufeTV. Finalmente en las consideraciones finales se presentará la conclusión de esta pesquisa y la importancia del tema y sus posibles repercusiones.

2. CAPÍTULO I.- LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN Y SU RELACIÓN CON EL CAMPO AUDIOVISUAL: AMÉRICA LATINA Y ECUADOR

En la última década se verifica en Ecuador el avance de la circulación de contenidos audiovisuales locales por medio de plataformas como YouTube, Vimeo, etc. En ese proceso están en juego algunos cambios en la dinámica de la producción audiovisual, posibles gracias a la aplicación de nuevos recursos técnicos. La webserie EnchufeTV estrenada en el año 2011, puede ser señalada como ejemplo de este proceso: creada por cuatro compañeros ecuatorianos recién graduados en Cine y Audiovisual, Jorge Ulloa, Leonardo Robalino, Christian Moya y Martín Domínguez, la webserie, que comenzó a ser producida con recursos escasos, llega hoy a más de 12 millones de espectadores y ya cuenta con un equipo de casi cincuenta personas. Para una mejor comprensión del contexto de aparición de productos audiovisuales de esta naturaleza, se hace necesario estudiar los impactos generados por la aplicación de las tecnologías de la información y comunicación en el campo audiovisual.

El desarrollo de las tecnologías ha supuesto un cambio radical en la forma en que el arte como tal es dada a conocer al mundo. Para Benjamín (1989), la reproductividad técnica del arte le ha quitado su esencia única, su aura. Adecuando esa frase al contexto de las nuevas tecnologías, podríamos decir que hay semejanzas en lo que se refiere a como ahora el arte es no sólo separado de su esencia, del aura que rodea la obra cuando es presenciada en su lugar y su tiempo, sino que es transformado de acuerdo al nicho para el cual está siendo dirigido.

La interacción de lo culto con los gustos populares, con la estructura industrial de la producción y circulación de casi todos los bienes simbólicos con los patrones empresariales de costos y eficacia, está cambiando velozmente los dispositivos organizadores de lo que ahora se entiende por "ser culto" en la modernidad (CANCLINI, 1990, p, 61).

Gracias a la reproductibilidad técnica del arte, surge una hibridación de matrices culturales, como por ejemplo: una música clásica escuchada en un simposio, puede escucharse en casa en un cd y ser masificado de esta forma, pero con la ayuda de las nuevas tecnologías, esa misma música puede ser mezclada con ritmos regionales, traducida, usada para fines paródicos, etc., y, en el caso de la webserie analizada, surge una hibridación de lenguajes audiovisuales sobre la cual se profundizará en el capítulo tres. El sociólogo brasileño Renato Ortiz (1994) citado por

Getino (2007, p. 205), explica de manera más profunda:

Las innovaciones tecnológicas tienen evidentemente una influencia capital en la mundialización de la cultura, formando la infraestructura material para que ella se consolide. Computadora, fax, satélites, posibilitan la comunicación a distancia, favoreciendo el desarrollo de las cadenas televisivas planetarias y de las firmas globales. [...] Hasta hace algún tiempo, las diferentes ramas de la industria cultural, desde el punto de vista tecnológico, evolucionaban de manera independiente. Filmes, programas de TV, música, conversaciones telefónicas no se mezclaban. Con la llegada de la telemática, los medios de comunicación se articulan a un único flujo. Sonido, imagen y texto son convertidos en bits y reconvertidos a sus respectivos contenidos cuando llegan a destino. Actividades paralelas se vuelven conexas.

Ya que las nuevas tecnologías abarcan una serie de avances y descubrimientos en el campo de las ciencias tecnológicas, se debe aclarar que el presente trabajo para lograr su propósito, se centrará en el estudio y análisis de las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTIC). Se entiende por nuevas tecnologías a aquellas tecnologías que han sido creadas e incorporadas en la sociedad en las últimas décadas, y que se han desarrollado de manera constante diseminándose por el planeta. Gracias a la diseminación de estas tecnologías tenemos productos como: la computadora portátil, los celulares, la Internet, la transmisión móvil, etc. Las NTIC no tienen una definición exacta ya que han estado presentes por poco más de dos décadas en el mundo moderno (DANS, 2014, p. 9-10), sin embargo, existen varias definiciones que podemos encontrar en textos académicos, revistas de tecnología, artículos de Internet, etc.

Cabe destacar que para algunos autores como Rodríguez y Sáenz (1995, p. 102), las Nuevas Tecnologías son los medios de comunicación en sí, y como se maneja la información con los avances de la tecnología:

Podemos entender por nuevas tecnologías a todos aquellos medios de comunicación y de tratamiento de la información que van surgiendo de la unión de los avances propiciados por el desarrollo de la tecnología electrónica y las herramientas conceptuales, tanto conocidas como aquellas otras que vayan siendo desarrolladas como consecuencia de la utilización de estas mismas nuevas tecnologías y del avance del conocimiento humano.

No obstante, para autores como Colom y otros (1988, p. 23), las nuevas tecnologías tienen que ver más con los medios electrónicos que crean, almacenan, recuperan y transmiten la información en grandes cantidades y a grandes velocidades. Castells (1986, p. 13-14) se refiere a éstas tecnologías como una serie de descubrimientos científicos y desarrollos tecnológicos que más tiene que ver con

los procesos de producción y gestión que con los mismos productos, mientras Medrano (1993, p. 9) se refiere a las nuevas tecnologías como equipos o sistemas técnicos que sirven de soporte a la información, las nuevas tecnologías se refieren más a las máquinas que hacen posible el manejo de información a grandes velocidades en grandes cantidades y no tienen una conexión más estrecha con los medios de comunicación.

Se encontraron dos definiciones sobre el uso del término nuevas tecnologías donde se hablaba de ellas como una mezcla entre equipos avanzados dedicados al manejo de información, sistemas técnicos y medios de comunicación.

Quando hablamos de Nuevas Tecnologías nos referimos fundamentalmente a tres grandes sistemas de comunicación: el vídeo, la informática y la telecomunicación; no sólo a los equipos (hardware) que hacen posible esta comunicación sino también al desarrollo de aplicaciones (software) (GARCÍA-VALCÁRCEL, 1996, p. 12).

Las tecnologías de la información y las comunicaciones, que constituyen uno de los motores fundamentales de la sociedad actual, son básicamente tres: la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías del sonido y la imagen. Su gran pujanza actual se debe a continuos cambios, avances científicos en los campos de la microelectrónica, la fibra óptica, los satélites y los grandes desarrollos del software.

A su vez, la combinación de estas tecnologías básicas dedicadas al proceso y a la transmisión de la información, facilitada por las tendencias a codificar todo tipo de información mediante signos numéricos binarios, da lugar a otras tecnologías tan paradigmáticas del mundo actual como la radiotelevisión digital, la telemática y el multimedia. Todas ellas constituyen las TIC, tecnologías de la información y la comunicación (MAJÓ Y MARQUÉS, 2002, p. 14).

Como se puede ver, estas tecnologías, a pesar de tener un corto tiempo de existencia como tales, han comenzado a causar cambios radicales en la forma en que la sociedad actual interactúa, se informa, y hace parte del mundo digital y tecnológico. Acerca del desarrollo de las NTIC en las últimas décadas, Blázquez y otros,(1994, p. 257-258) señalan que "ha sido el más importante de la Historia, [...] porque la nueva técnica descubierta o desarrollada se ha universalizado, y ha terminado por afectarnos a todos en múltiples facetas de la vida".

Las NTIC se han diseminado por el planeta y han terminado afectando a todos en maneras que antes no se habría imaginado. En el campo audiovisual no es diferente, gracias a un mayor acceso a Internet y a la reducción de costos de las herramientas de producción, ha habido una proliferación de nuevos trabajos audiovisuales que vienen de todas partes del mundo y de todo tipo de personas, algo

que en tiempos anteriores era exclusivo de un pequeñísimo porcentaje de la población mundial. Con respecto a esto se puede observar que:

El mejor ejemplo de esta democratización es el ordenador personal, que ha puesto todo, desde las imprentas hasta los estudios cinematográficos y de grabación, al alcance de cualquiera. El poder del ordenador personal significa que las categorías de «productores» —personas que ahora pueden hacer lo que hace unos años sólo podían hacer los profesionales— se han multiplicado por mil. Hoy millones de personas tienen la capacidad para filmar un cortometraje, grabar un disco o publicar sus ideas, y mucha de ellas lo hacen (ANDERSON, 2006, p. 38).

América Latina también ha entrado a formar parte de la red de las NTIC, aunque en comparación a los países de Europa y países de América del Norte como Estados Unidos o Canadá, su acceso a éstas tecnologías sea mucho menor. Sobre este desfase al cual se denomina brecha digital, Hoffman (2003) citado por Getino (2007 p. 208), explica:

Uno de los indicadores de esa brecha cualitativa es el ancho de banda, o sea la capacidad de conectividad internacional. Ahí las desigualdades son dramáticas. Por ejemplo, Bélgica tiene 200 veces más el ancho de banda que todo Brasil. Luxemburgo, con su medio millón de habitantes, tiene más ancho de banda que todo el continente africano. La paradoja de la brecha digital es tal que aun cuando a los países del Sur están avanzando en el acceso y uso de las nuevas tecnologías, la brecha sigue abriéndose porque los países del Norte tienden a avanzar a un ritmo más rápido aún. Más que una brecha digital, esas discrepancias forman parte y son reflejo de lo que podríamos llamar brecha de desarrollo, o sea, las enormes desigualdades en los niveles económicos y sociales entre los países ricos y los países pobres; una brecha, hay que aclarar, que tiene su correlato en las discrepancias entre las diferentes capas de cada sociedad.

En la tabla 1 se puede observar la evolución de esta brecha digital en el mundo desde el año 1990 hasta el año 2007.

Tabla 1. La Evolución de la Brecha Digital en el Mundo 1990 - 2007.

La evolución de la brecha digital

AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: ACCESO A TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS COMUNICACIONES EN COMPARACIÓN CON OTRAS REGIONES DEL MUNDO
(Por cada 100 habitantes)

	Líneas telefónicas			Teléfonos celulares			Usuarios de Internet		
	1990	2000	2007	1995	2000	2007	1995	2000	2007
Promedio Mundial	9,8	16,0	19,0	1,6	12,1	50,3	0,7	6,5	20,6
Regiones desarrolladas	42,4	55,1	47,6	7,8	47,8	100	3,9	29,9	63,5
América Latina y el Caribe	6,3	14,6	17,9	0,8	12,2	67,0	0,1	3,9	25,7
África subsahariana	1,0	1,4	1,5	0,1	1,7	22,9	0,1	0,5	3,7
Asia oriental	2,4	13,7	28,5	0,5	9,9	43,8	0,1	3,6	18,7

Fuente: CEPAL, sobre la base de Naciones Unidas, base de dato de indicadores de los objetivos de desarrollo del Milenio (en línea), 2010.

A pesar de existir una brecha entre las regiones desarrolladas y América Latina y el Caribe, se puede destacar el menor tamaño de ésta en relación a África subsahariana y Asia Oriental. Podemos ver que desde 1990 al 2007 el incremento del acceso a Internet y Telefonía en el planeta es notable, sin considerar que del 2007 hasta la época actual ese número se ha incrementado a una velocidad aún mayor (KATZ, 2015, p. 29). Con respecto a la importancia de la telefonía e Internet en el campo audiovisual, se puede observar que:

En la actualidad, la disputa entre las empresas de TV y las de telefonía por el control de las comunicaciones audiovisuales ocupa uno de los mayores niveles de tensión en los debates de los ámbitos parlamentarios donde se discuten nuevos proyectos de legislación para el sector (Argentina, Brasil, Venezuela, Colombia, etc.). La misma constituye el centro de atención en el sector audiovisual, dada la importancia estratégica que el mismo tiene para el futuro de los negocios de los grandes conglomerados de la comunicación y de las finanzas en el interior de cada sociedad y a nivel internacional (GETINO, 2007, p. 206).

Actualmente, como se mostrará más adelante, ha habido un crecimiento en la cantidad de producciones audiovisuales en la región proporcionada, por un lado, por diferentes políticas de apoyo o regulación estatal en el campo del audiovisual, como fue en el caso de Argentina y Brasil, por el otro, por la democratización de las herramientas de producción y de la diseminación de las NTIC.

En los siguientes subcapítulos profundizaremos más en la relación de las Nuevas Tecnologías con el Campo Audiovisual y la Inserción de estas tecnologías en América Latina y en Ecuador específicamente.

2.1. LAS NTIC Y SU IMPACTO EN EL CAMPO AUDIOVISUAL

En el campo audiovisual, las nuevas tecnologías trajeron consigo el surgimiento de las *nuevas medias*, término que se refiere a cualquier media que utilice cualquier aparato o equipo digital para producir, transmitir o exhibir contenidos audiovisuales (MELEIRO, 2010, p. 104), además de traer consigo una disminución de costos de los equipos o aparatos digitales, que hace posible que personas que cuenten con menores recursos accedan a éstos, y de esta manera, aparece una mayor cantidad de creadores de productos audiovisuales.

La democratización de la producción de contenido se estructura a partir de la reducción de los costos de producción y distribución, lo que permite afirmar con base en la teoría económica, que mas bienes son ofertados para una demanda mayor, debido a la reducción del costo y, consecuentemente, del precio de la venta (Ibid., p. 120, traducción propia).

La llegada de las NTIC ha sido de carácter revolucionario en el campo audiovisual, no sólo ha permitido que el acceso a las herramientas de producción sea mayor, sino que además, ha logrado que aquello que se produzca pueda ser distribuido al mundo entero a través de Internet, que además, según Meleiro (Ibid., p. 106), utilizando el medio digital como alternativa de distribución y almacenamiento dispone para el usuario una variedad mucho mayor de opciones a menores costos. Para Anderson (2006, p. 39), “el hecho de que alguien pueda crear un contenido sólo es significativo si otros pueden disfrutarlo. El ordenador personal ha convertido a todos los usuarios en productores o editores, pero fue Internet lo que permitió a todos actuar como distribuidores”. Y no solo ha sido posible la creación y distribución de todo tipo de productos a través de Internet, sino la inserción de los países más desarrollados en el conocimiento de la cultura y las costumbres de otros países.

Se publican más libros y ediciones de mayor tiraje que en cualquier época anterior. Hay obras eruditas y a la vez masivas, como *El nombre de la rosa*, tema de debates hermenéuticos en simposios y también bestseller³: había vendido a fines de 1986, antes de exhibirse la película filmada sobre esa novela, cinco millones de ejemplares en veinticinco lenguas. Los relatos de

³ Producto con gran aceptación entre el público, logrando ser uno de los más vendidos.

García Márquez y Vargas Llosa alcanzan más público que las películas filmadas sobre sus textos [...]. Nunca hubo tantos artesanos, ni músicos populares, ni semejante difusión del folclor, porque sus productos mantienen funciones tradicionales [...] y desarrollan otras modernas: atraen a turistas y consumidores urbanos que encuentran en los bienes folclóricos signos de distinción, referencias personalizadas que los bienes industriales no ofrecen (CANCLINI, 1990, p. 18-19).

De la misma forma, se amplía en los países menos desarrollados el acceso a productos culturales hegemónicos que consolidan códigos globalizados. Sobre esto habla Jenkins (2006, p. 24) cuando dice que “nuestras vidas, relaciones, recuerdos, fantasías y deseos también fluyen por los canales de los medios. La vida del amante, la madre o el profesor discurre por múltiples plataformas”. Al tener acceso a las NTIC, se entiende que también se tiene acceso a la multiplicidad de identidades de sus usuarios.

Gore, ex-vicepresidente de Estados Unidos, se mantenía firme en su convicción de que el hecho de hacer posibles los contenidos generados por la audiencia tenía el potencial de diversificar el discurso cívico: «Personalmente creo que, cuando este medio se conecte con los narradores populares que están ahí afuera, ejercerá un impacto sobre el tipo de cosas que se discuten y sobre la manera en que se discuten» (Ibid., p. 240).

Tal proceso se vuelve posible debido a uno de los principales cambios que trajeron estas tecnologías consigo: la mudanza de plataforma usada para exhibir los contenidos audiovisuales generados por la audiencia. La Internet ha llegado a ser uno de los más importantes exhibidores de contenido audiovisual en el planeta, y “el día en que Internet llegue a ser un verdadero rival de la televisión parece próximo” (ANDERSON, 2006, p. 192). Sin embargo, ese día aún no llega, pero está, diez años después, cada vez más cerca, sobretodo porque ahora se tiene mayor acceso a un sin fin de producciones de todo tipo, que aunque tal vez no alcancen las grandes masas, llegan a muchas pequeñas cantidades selectas de personas con selectos gustos.

El uso de las NTIC en el campo audiovisual, ha significado también un reto a la hora de poder adaptar estas tecnologías a los medios tradicionales, como por ejemplo, la televisión. Se puede observar en Getino (2007, p. 206) que:

Los problemas de la producción, de los intercambios y del mercado en el campo televisivo también se relacionan con la capacidad para utilizar en beneficio propio el desarrollo de las nuevas tecnologías audiovisuales. Ya no se trata solamente de las que vinculan a la TV por cable con las telecomunicaciones, sino con todas aquellas posibilidades tecnológicas que comenzaron a desarrollarse en las postrimerías del siglo pasado y que

cambiarán sustancialmente el panorama del audiovisual en el siglo XXI.

Ahora es mucho más fácil que se pueda crear y asistir diversos contenidos de diferentes tipos por los cuales la televisión nunca se preocupó. Sistemas operativos de computadores y marcas de cámaras están actualizados y preparados gracias a su atención a grupos de personas con interés en el campo audiovisual, tanto que, como nos explica Anderson (2006, p. 45), “las videocámaras digitales y los programas de edición electrónica (gratis con cada copia de Windows y Mac) están ofreciendo al cineasta aficionado una serie de herramientas, que antes estaban reservadas a los profesionales”. Es de este modo que la relación del acceso a las NTIC y el campo Audiovisual es estrecha:

La convergencia del audiovisual, la informática y las telecomunicaciones, en lo que se ha venido denominando Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) permite adelantar que será en este campo donde habrán de desarrollarse en los próximos años las mayores competencias y enfrentamientos internacionales por su control y dominio. Ello explica, entre otras cosas, el contexto de privatizaciones, desregulación y liberalización de los monopolios estatales de la radiodifusión y las telecomunicaciones que se dieron y aún continúan dándose en casi toda América Latina (GETINO, 2007, p.207).

Esta relación ha permitido el crecimiento de tipos de productos tecnológicos audiovisuales: como por ejemplo las cámaras digitales con mayor calidad y costo más accesible, de tipos de plataforma: como por ejemplo la Internet, de tipos de formatos audiovisuales: como por ejemplo las series web, un formato de gran importancia para este trabajo y en el cual se profundizará en el segundo capítulo.

2.2. INSERCIÓN DE LAS NTIC EN AMÉRICA LATINA Y ECUADOR

Como se pudo observar en el subcapítulo anterior, las NTIC están presentes en el campo audiovisual, y ahora se observará su presencia en América Latina a través del acceso a la Internet.

En la región, la ocupación de la red mundial de computadoras es muy diversa, donde espacios de bloggers⁴, páginas de Internet dedicadas a la venta de productos usados y nuevos, noticieros locales que son digitales (algunas veces casi en su totalidad), son ejemplos de posibilidades con las cuales antes no se contaba. En la siguiente tabla podemos ver las páginas más visitadas en América Latina en el

⁴ Personas dedicadas a escribir, criticar, actuar o interactuar de manera intensa en la web.

2016.

Tabla 2. Ranking de sitios web más visitados en América Latina en 2016.

	YouTube	Google	Facebook	Yahoo	Mercado Libre	Live	Wikipedia	Noticias	Amazon	Taringa
Argentina	1	2	3	7	5	6	10	11	19	8
Bolivia	2	1	3	9	-	5	7	17	13	8
Brasil	2	1	3	9	11	7	13	5	39	-
Chile	1	2	3	11	21	9	12	5	26	14
Colombia	1	2	3	6	13	5	9	8	14	15
Costa Rica	2	1	3	11	36	10	12	4	8	21
Ecuador	1	3	2	9	21	7	10	8	13	16
El Salvador	1	3	2	10	-	9	11	5	14	17
Guatemala	4	1	3	7	-	12	11	5	9	21
Honduras	1	2	3	6	-	7	8	9	5	15
México	2	1	3	6	10	5	8	4	12	16
Nicaragua	3	1	2	8	-	11	10	5	12	17
Panamá	2	1	3	10	Encuentra24.com*	7	6	17	4	28
Paraguay	2	1	4	15	-	6	7	5	8	20
Perú	2	1	3	9	15	5	7	6	18	10
Puerto Rico	3	1	2	6	CL Online*	11	12	8	5	33
República Dominicana	2	1	4	10	-	7	9	6	5	39
Uruguay	1	2	3	14	5	7	10	9	13	6
Venezuela	2	1	3	11	5	8	12	6	14	30

No se encontró información sobre Cuba y Haití en la página. *Tienen sus propias versiones alternativas de Mercado Libre.

Fuente: Elaboración propia en base a información encontrada en Alexa.com en Julio del 2016

Se escogió Alexa.com para esta investigación por ser una página web que provee información sobre la cantidad de visitas que recibe un sitio web y su capacidad de generar un ranking propio. Es operada por Alexa Internet, Inc, una compañía subsidiaria de Amazon.com. En este sitio web se puede ver el ranking mundial o por país seleccionado de páginas más visitadas, no obstante, no todos los países del mundo están en la lista.

Como se puede ver, las páginas más visitadas de América Latina son YouTube, Google y Facebook, mientras que Yahoo, Mercado Libre y Live se ubicaron en muchos de los países entre los siguientes lugares. Ya páginas como Wikipedia, Amazon y Taringa se ubicaron entre los últimos puestos de los diez primeros lugares. Las páginas de noticias, que variaban por país, también se ubicaron entre los diez primeros puestos en todos los países mencionados. En seis de las páginas más visitadas en la zona, los usuarios pueden no ser simplemente receptores de información o contenido, sino también ser parte de la producción de ese contenido.

Es importante destacar que Mercado Libre⁵ y Taringa⁶ son páginas web latinoamericanas que, gracias a su interacción con el público, han escalado en la lista de cada país entre los sitios web más visitados localmente. Además, la mayoría de páginas web de los noticieros se han convertido en las más visitadas de la región, al ofrecer información actualizada de lo que acontece en su respectivo país y el mundo. Todas las páginas locales antes mencionadas, como se puede observar en la tabla 2, compiten incluso con páginas como Google, YouTube y Facebook en América Latina. Cabe destacar que la mayoría de las páginas más visitadas son de Estados Unidos, país que intenta mantener el control sobre las NTIC en el mundo. Sobre esto Getino (2007, p. 207) explica:

Si la información es poder, quien tenga la hegemonía planetaria sobre este campo de intereses económicos, políticos y culturales, podría tenerla también del poder mundial. Un sueño al cual, apunta en nuestros días –basta leer la prensa diaria- el mesianismo de algunos gobiernos y sociedades.

La importancia del uso de las NTIC en América Latina, se debe que es a través de éstas tecnologías que accedemos a la mayoría de la información global actualmente, aún así, la región solo representa un 5,7% en usuarios a nivel mundial, muy por debajo de los países industrializados (Ibid.). De esta misma forma, la información ya no es mono-direccional, el hecho de poder crear contenido que pueda ser acceso en cualquier parte del mundo es revolucionario porque no es algo con lo que antes se contaba, y sólo se soñaba al respecto en aquellos rincones del mundo sin una voz. En el caso de América Latina podemos también ver que la página de contenido audiovisual YouTube está en su mayor parte entre el primer y segundo lugar de las páginas más visitadas en cada país. Esto se debe a que de todas las páginas

⁵ Página web dedicada a la compra y venta de productos nuevos y usados de forma gratuita y paga (para mantener los productos como primeras visualizaciones cuando se realizan búsquedas).

⁶ Página web con todo tipo de contenido escrito, la primer red social latinoamericana.

del sector, ninguna de éstas que antes citamos permite la distribución de contenido audiovisual, además, YouTube tiene la ventaja de que es una de las pocas plataformas audiovisuales que permite subir videos de forma gratuita, sin contar con que es no sólo una de las páginas web de contenido audiovisual más visitadas en América Latina, sino en todo el mundo, lo cual permite que el producto distribuido a través de la página tenga un alcance mucho mayor. Para Meleiro (2010, p. 107, traducción propia) “él éxito de YouTube demuestra un deseo significativo de participación en el registro de los hechos, en la producción de contenido documental y de entretenimiento y, en especial, en la difusión y en el compartir de ese contenido”. Queda claro que al menos ahora es posible ser parte de este mundo audiovisual, como se observa en Anderson (2006, p. 45):

Hace algunos decenios, había dos razones por las cuales no nos atrevíamos a filmar películas: 1) no teníamos acceso a las herramientas necesarias, y 2) no poseíamos el talento necesario. Hoy sólo hay una excusa (e incluso ésta no es tan sólida como era).

En Ecuador, la producción de imágenes representativas de la sociedad y la cultura son realizadas en su mayoría por cortometrajistas y documentalistas, y, debido a que, a diferencia de otros países de la región, en el país no existe el habitual monopolio del mercado a través de la alianza de distribuidores y exhibidores, si el producto ofertado trata temas o tratamientos de interés para el público de las grandes ciudades, las salas de cine están dispuestas a exhibir estos productos locales. Sin embargo, con la escasa ayuda del Gobierno, ha resultado difícil poder realizar esta oferta (GETINO, 2007, p. 111). Además, como en muchos otros países, la televisión abierta sigue ocupando un espacio relevante, al ofrecer de manera gratuita una variada y amplia programación, con énfasis en la fórmula de las telenovelas (MELEIRO, 2010). Es importante destacar que en el país, los ocho canales nacionales, tanto los cinco privados como los otros tres públicos, tienen en su programación solamente telenovelas internacionales, siendo en su mayoría de origen mexicano, siguiéndole las novelas colombianas y, en menor cantidad, telenovelas brasileñas, turcas, venezolanas, y argentinas⁷. Es interesante notar que hay muy poca producción de telenovelas ecuatorianas en el país.

En el año 2004, en una visita a la casa de un señor que vive en la

⁷ Información obtenida a través de la información encontrada en las páginas web de cada canal ecuatoriano de cobertura nacional: Canal UNO, RTS, Ecuavisa, Teleamazonas, GamaTV, TC, OromarTV, EcuadorTV. Acceso en: 01 oct. 2016.

ciudad de Manta en Ecuador, como parte del grupo de estudiantes de secundaria que realizaba un censo nacional de vivienda que tenía como objetivos dotar de información sobre la magnitud, estructura, crecimiento, distribución de la población ecuatoriana y de determinar el volumen y características de las unidades de vivienda de esta población⁸, se pudo percibir que los cuartos y los demás sectores de casa estaban divididos por cortinas porque no tuvieron o no quisieron pagar por más para tener la casa completada, sin embargo, tenían un televisor de 40 pulgadas, de pantalla plana colgado en la sala. La curiosidad suscitó la cuestión del por qué esto es algo tan común en las casas de barrios pobres en Ecuador, ya que el censo permitió visitar muchas casas de ese barrio a lo largo del día, a esto el dueño de la casa dijo: “El televisor es la única ventana que por un momento nos hace olvidar de esta crisis para salir a conocer ese mundo al que sólo tenemos acceso por medio de la televisión”. La visita fue realizada antes de que llegue la Internet y la telefonía móvil al país de forma constante. En la actualidad, se puede notar que las NTIC también traen nuevos hábitos de consumo cultural, por ejemplo, ahora gracias a la Internet y la telefonía fija y móvil, hay nuevas formas de poder salir de la “cruel” realidad. Por otro lado, a diferencia de los medios tradicionales, la Internet permite al usuario escoger lo que quiere ver y la hora en que quiere verlo. (LUCHETTI, 2008, p. 58). Conforme muestra Getino (2007, p. 206), el nuevo medio permite ir más allá de la audiencia, incluyendo la venta de productos en línea:

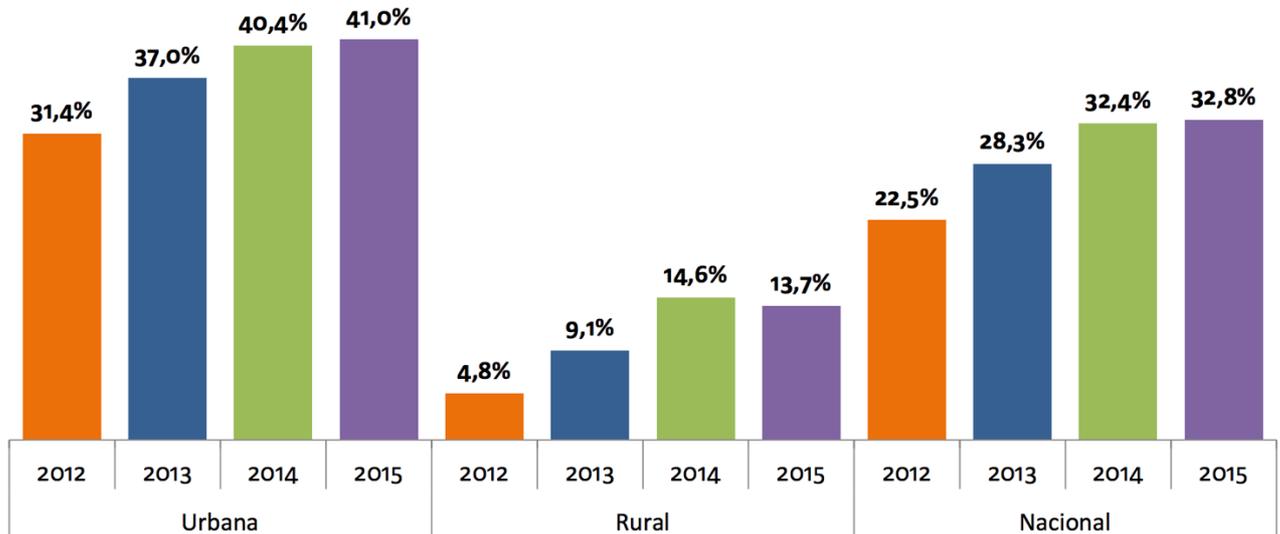
En lo referente a la fibra óptica, cuyo empleo ha crecido rápidamente en muchos países de la región, tanto en el sector de las telecomunicaciones como en el de la TV por cable, existen estudios que destacan a este medio como el de mayor rentabilidad potencial a mediano plazo, dentro del sector de la comunicación. A cargo de las empresas telefónicas o de los sistemas de cable, o bien, mediante la asociación entre ambos sectores, la implementación de esta tecnología permitirá efectuar en cada hogar la venta directa de productos y servicios, además de acceder a centenares de canales dedicados al cine, los deportes, la música, los videojuegos y los bancos de datos y de información (GETINO, 2007, p. 206).

Se puede decir que el tráfico de diferentes tipos de productos en la Internet, como por ejemplo, productos audiovisuales, a través de teléfonos inteligentes o computadores (en Ecuador, como en muchos otros países, no hay acceso al contenido de los canales de televisión a través de Internet) se ha incrementado de manera considerable actualmente. También se puede destacar que el acceso a

⁸ Página del Gobierno Ecuatoriano - Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Censo 2001. Disponible en: <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_content&view=article&id=232&Itemid=176&lang=es> Acceso en: 03 abr. 2016.

Internet en los hogares del país aumentó un notable porcentaje desde el 2012 hasta el 2015, como se puede apreciar en el siguiente gráfico.

Gráfico 1. Acceso a Internet en los hogares de Ecuador.



Fuente: Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2012-2015)

Como en la mayoría de los países de América Latina, es en la zona urbana del país, principalmente en Quito, la capital ecuatoriana, y Guayaquil, la segunda ciudad más importante del país, donde están la mayoría de hogares con acceso a Internet del país. Sobre esta diferencia entre la zona rural y la zona urbana, Paranguá (2003, p. 60) sostiene que "al final del siglo, la avanzada urbanización de América Latina no ha borrado la diferencia entre el campo y la ciudad, aunque la dicotomía cambia a veces de signo ideológico".

No es de gran asombro entonces, descubrir que la mayoría de bloggers, de creadores de contenido audiovisual, y de personas con conocimiento en el manejo de las NTIC sean de estas ciudades. "La producción con tecnologías y presupuestos de bajo costo posibilitó la continuidad de actividades productivas en el último período" explica Getino (2007, p. 110) sobre el caso de estas nuevas tecnologías en Ecuador. Las NTIC permitieron la creación de un nuevo tipo de formato audiovisual que, además, ha sido de gran éxito en América Latina por ser de duración más corta y de distribución más accesible y usando plataformas digitales, adecuándose así, a nuevas formas de recepción audiovisual, ya sea en computadores personales o aparatos de telefonía móvil, en casa o en el trabajo. Nuevos productos fueron creados para adecuarse a una audiencia que permanece menos tiempo

interesada en un mismo producto, navegando entre diferentes contenidos, muchas veces dividiendo su atención con otras tareas laborales o domésticas. El nuevo formato al que se refiere aquí, es la serie web o webserie, y uno de los programas de mayor éxito en este formato en América Latina, por su cantidad de visualizaciones y suscripciones, es el ecuatoriano EnchufeTV.

3. CAPÍTULO II.- LAS WEBSERIES: IMPACTO DE ESTE FORMATO AUDIOVISUAL EN AMÉRICA LATINA Y ECUADOR

Uno de los resultados de la llegada de las NTIC, ha sido la aparición de las webseries, formato audiovisual digital que está emergiendo con fuerza en el mundo, ya que el camino digital está resultando mucho más viable a la hora de producir, exhibir, y distribuir. Machado (2011, p. 188-189, traducción propia) dice que en el cine industrial, por ejemplo, existe una crisis y que a esta crisis se le puede atribuir el hecho de que los costos de producción crecen cada vez más, a diferencia de los costos en el área de la informática y electrónica donde pasa exactamente lo opuesto. Cada vez están apareciendo cámaras digitales con mayor resolución o recursos digitales de post-producción más accesibles a pequeños productores que antes solo estaban disponibles para grandes redes de televisión. Por otro lado, en el campo televisivo, según Poyatos (2014, p. 16-17), la creación de un producto audiovisual está regulada por una serie de políticas de la televisora, horarios fijos, contenidos con temáticas limitadas. “Los servicios televisivos ofertan transmisiones mono-direccionales – 'punto/masa' – y tienen en la industria de contenidos la base principal de su actividad” (GETINO, 2007, p. 206). Poniendo un ejemplo, mientras que una cadena televisiva emite una determinada serie capítulo a capítulo donde el espectador solo puede ver lo que el emisor le ofrece y en horarios establecidos, con las webseries, las temáticas pueden variar sin restricción alguna y al pertenecer a Internet, sin horario fijo.

Los medios personalizados fueron uno de los ideales de la revolución digital a comienzos de la década de 1990: los medios digitales vendrían a "liberarnos de la tiranía" de los medios de comunicación de masas, permitiéndonos consumir tan sólo contenidos que hallásemos personalmente significativos (JENKINS, p. 243).

Cabe destacar, que en lugar de "liberarnos de la tiranía", como sostiene Jenkins, los medios de comunicación de masas, como por ejemplo, la televisión, han logrado establecer una relación con los medios personalizados, en este caso las webseries. Se profundizará sobre esta relación en el tercer capítulo.

Las webseries surgen como el resultado de la búsqueda de un producto audiovisual más asequible económicamente para su creación, su exhibición, y su distribución, menos regulado por reglas establecidas por los medios tradicionales, y más abierto temáticamente en un tiempo donde el receptor ya puede y quiere elegir

qué ver y cuando verlo y el emisor quiere tener la libertad de preocuparse mayormente por su obra. Son definidas como seriales audiovisuales creados para ser emitidos por Internet según Morales y Hernández (2012) citado por Poyatos (2014, p. 16), y se dividen en tres tipos, las *tradicionales*, que son las que han heredado el formato de la ficción televisiva; los *videoblogs* o vlogs, producciones donde el protagonista, conocido como video blogger o vlogger⁹, se dirige a una única cámara y narra historias o comparte conocimiento, y; las *interactivas*, que se caracterizan por el uso de la tecnología digital para permitir la participación del público en la configuración de su trama. El público objetivo de las webseries es en su mayoría usuarios multitarea que mientras asisten un episodio, navegan la Internet, usan las redes sociales, entre otras cosas, por este motivo las webseries tienen episodios de corta duración para así captar la atención del internauta durante la duración de éste (Ibid., p. 9). Como Anderson (2006, p. 198) predecía sobre lo que ahora se llama webserie:

El auge del vídeo portátil que comenzó con el reproductor digital iPod y los móviles que graban vídeos, estará acompañado de contenidos de formato breve que se podrán ver en los intervalos entre otras actividades: en el autobús, mientras esperamos a un amigo o durante una pausa de trabajo.

Otra característica importante de las webseries es que la proyección de cada capítulo o temporada va determinado por la producción y financiación de éstas. Las webseries más populares suben episodios semanalmente, como por ejemplo: CollegeHumor, con más de once millones de seguidores en su canal de YouTube, serie web estadounidense que usa la parodia y la comedia sobre diferentes temas actuales que, en su mayoría, tienen que ver con su propio país; Smosh, webserie estadounidense con más de veintidós millones de suscriptores, que también usa la parodia y es del género comedia, etc. Otras webseries solo logran subir sus episodios cada vez que logran terminarlos. Se puede percibir que la nueva dinámica de difusión de productos audiovisuales se adapta, tanto a las producciones con pocos recursos, como a las producciones con poca o ninguna regularidad de producción.

⁹ Los vloggers, a diferencia de los bloggers, utilizan el formato video como herramienta principal para interactuar en la web.

3.1. EL CAMPO AUDIOVISUAL EN AMÉRICA LATINA Y ECUADOR ANTES DE LAS WEBSERIES

Para poder hablar del fenómeno del formato webserie en América Latina y Ecuador, se tiene que hablar un poco de la situación del audiovisual en la región y en el país. Sobre el cine latinoamericano, Paranaguá (2003, p, 33) sostiene que en los primeros años América Latina fue relegada a la posición de consumidor, espectador de una producción importada.

En América Latina, el mercado se estructura en función de la producción norteamericana, por obra y gracia de distribuidoras afiliadas a las *Majors*¹⁰ de Hollywood y de exhibidores dependientes de las películas importadas. Los empresarios latinoamericanos, que empezaron siendo a la vez importadores, exhibidores y ocasionalmente productores, consideraron más lucrativo consolidarse como burguesía comercial que como burguesía industrial (SCHNITMAN, 1984 apud PARANAGUÁ, 2003, p. 34).

El consumo de productos estadounidenses sigue siendo mucho mayor que la producción local en el mercado cinematográfico de América Latina. Según Getino (2007, p. 37), “un balance preliminar sobre el panorama global del cine latinoamericano, permite sostener que el mayor problema con el cual él se enfrenta es el de su financiamiento”, de esta manera, en la región, este medio, se mantenía en ciertos países como Brasil, con 30 títulos anuales; Argentina, con 67, y; México con 20-25, con una producción local estable del 2000 al 2003. En los anuarios estadísticos, sin embargo, se puede observar que en el año 2015 la cantidad de títulos en estos países aumentó de manera considerable, Argentina produjo 182 títulos, Brasil la superó con 201 y México llegó a los 140¹¹. En el resto de países de América Latina se registra una cantidad menor variando de país a país, dependiendo de factores como: políticas públicas que fomenten la producción audiovisual; inversión del sector privado, etc. (Ibid., p. 34-35). En el caso específico de Ecuador, según Getino (Ibid., p. 111), “existen varios servicios de producción y postproducción, pero que por lo general son utilizados por productoras norteamericanas –o de otro origen- para realizar alguno de sus filmes en el país y por las actividades del audiovisual publicitario”. En lo que respecta a filmes ecuatorianos, aún no se puede hablar de una industria cinematográfica ecuatoriana, incluso no existe una trayectoria clara de la historia del

¹⁰ Número reducido de estudios cinematográficos que dominan la industria del cine estadounidense.

¹¹ Información disponible en las páginas web del Instituto Nacional de Cine y Artes Audiovisuales (INCAA) de Argentina, la Agência Nacional do Cinema (ANCINE) de Brasil y el Instituto Mexicano de Cinematografía (IMCINE) de México.

cine en Ecuador, ya que la información que se da del cine ecuatoriano en la década de 1988 a 1999, mediante una encuesta oficial de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, o por sus siglas en inglés, UNESCO sobre cinematografías nacionales en la región, es información opaca proporcionada por el Gobierno, y que poco tiene que ver con la realidad del cine ecuatoriano en ese entonces (Ibid., p. 108). Las primeras filmaciones en el país datan de principios del siglo pasado y fueron en su gran mayoría de desfiles militares y celebraciones oficiales. Las primeras cintas de ficción pertenecieron a la época del cine mudo y fueron dirigidas por extranjeros de Italia, Francia o España. Se afirma que el primer filme sonoro del país, "Se Conocieron en Guayaquil", de Francisco Villar, fue realizado en 1950 y se convirtió en un éxito comercial, sin embargo, pocas películas ecuatorianas fueron las que vieron la luz. La gente prefirió, ya en la década de los 60, las películas que el cine mexicano ofrecía, por lo que se realizaron en Ecuador algunos intentos de co-producción con aquel país, aunque eran publicitadas como películas ecuatorianas, pero que tampoco dieron buenos resultados. Ya en los años 70:

A falta de recursos estatales en la actividad fílmica, fueron las grandes compañías extranjeras y algunas locales quienes financiaron en esos años documentales destinados a formar una conciencia pública sobre el papel fundamental que aquellas cumplían en favor 'del desarrollo nacional' (Ibid, p. 109).

Es importante recalcar que, como se puede percibir, en el país, como en muchos otros países de la región, no se ha apoyado a la actividad fílmica desde sus inicios, siempre corriendo ésta a cargo de empresas extranjeras que han utilizado los escenarios del país y la fisonomía de la población para proyectos que poco o nada tenían que ver con el país.

Se podría decir que es en 1999, que se abre la etapa más prolífica del cine ecuatoriano con la película "Ratas, ratones y rateros" de Sebastián Cordero. Película en la que los protagonistas, que son de sectores de la sociedad menos favorecidos, representan a través de sus historias, acentos, clases sociales, los problemas que el país vivía en esa década, convirtiéndose en un hito en la historia del cine ecuatoriano y en una de las películas ecuatorianas más premiadas y populares de la historia del país¹².

El promedio de largometraje por año en Ecuador era de uno cada tres

¹² Información encontrada en la página de Ibermedia, el espacio audiovisual iberoamericano. Disponible en: <<http://www.programaibermedia.com/ibermediatv/ratas-ratones-rateros/>>. Acceso en: 11 nov. 2016.

años, situación que ha mejorado en los últimos años gracias a la iniciativa de creación del Consejo Nacional de Cinematografía (CNCine) en el año 2006 para fomentar el desarrollo del cine nacional, según la información en su página web¹³. Esta institución se encarga de financiar proyectos que hayan sido anteriormente aprobados de acuerdo a sus estatutos, sin embargo, en la mayoría de los casos el financiamiento no es total y se financian solamente proyectos que tengan como objetivo el campo del cine y sean hechos por gente con experiencia previa. Sobre la relación que la webserie EnchufeTV tiene con el cine en Ecuador, el director de EnchufeTV, Jorge Ulloa, en entrevista concedida para esta investigación en 2015, Anexo A, nos explica:

(El cine) Es un nicho al que se supone que hay que entrar para poder ser algo acá, y es un obstáculo (para EnchufeTV) que tal vez no se ha superado y sabes qué, tal vez no nos interesa que sea superado porque no vivimos de ellos, vivimos de la gente que nos quiere y por la que hacemos esto. La gente del nicho cinematográfico local nos ve como chamos que hacen videos chistosos en el Internet cuando en realidad es el producto audiovisual ecuatoriano más visto en la historia y más internacionalizado en la historia del país.

Por otro lado, la televisión, según Getino (1996, p. 49-50), en Ecuador, como en el resto de Latinoamérica, es el principal medio del espacio audiovisual. En el país, apareció financiada por una institución religiosa en los años cincuenta y desde sus comienzos, debido a la compra de acciones de canales o empresas de televisión, siempre tuvo la presencia de inversiones norteamericanas (Ibid, p. 50). La proporción de programas importados llegaba al 65% en 1985 en la televisión de señal abierta (Ibid, p. 77). Entendiendo que para que en los canales nacionales tenga más relevancia presentar contenidos culturales locales representativos de las diferentes comunidades del país, en el año 2013, el Gobierno, a través de la Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador, tuvo que tomar medidas regulatorias para que en todos los canales de televisión de Ecuador haya al menos un 5% de programación que represente la diversidad cultural ecuatoriana:

Todos los medios de comunicación tienen el deber de difundir contenidos que expresen y reflejen la cosmovisión, cultura, tradiciones, conocimientos y saberes de los pueblos y nacionalidades indígenas, afroecuatorianas y montubias, por un espacio de 5% de su programación diaria, sin perjuicio de que por su propia iniciativa, los medios de comunicación amplíen este espacio. El Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y la Comunicación establecerá los mecanismos y la reglamentación para el cumplimiento de esta obligación. La falta de cumplimiento de este deber por parte de los medios de comunicación, será sancionada administrativamente por la Superintendencia

¹³ Página Web del Consejo Nacional de Cinematografía de Ecuador. Disponible en: <<http://www.cncine.gob.ec/homecncine.php?c=43>>. Acceso en: 02 nov. 2016.

de la Información y la Comunicación con la imposición de una multa equivalente al 10% de la facturación promediada de los últimos tres meses presentada en sus declaraciones al Servicio de Rentas Internas, sin perjuicio de que cumpla su obligación de difundir estos contenidos (Ley Orgánica de Comunicación, 2013, art.- 36)¹⁴.

Aún en la actualidad, si se enciende un televisor en Ecuador, los canales de señal abierta ofrecen más contenido internacional, tanto de Estados Unidos como de otros países latinoamericanos, que contenido nacional, y cuando hay programación nacional es en su gran mayoría una "versión ecuatoriana" de otros programas famosos en el extranjero. Cabe destacar que en la actualidad, según Getino (2007, p. 205), son los países de la región los principales consumidores de diversas tecnologías audiovisuales que provienen de muchas empresas norteamericanas, y además compradores de la mayor parte de los contenidos ofertados por estas empresas. Sobre la poca inversión y apertura que los canales de televisión tienen con los productos audiovisuales locales, Jorge Ulloa, el director de EnchufeTV, comenta:

Hay como un rechazo a las cosas nuevas, o sea, un rechazo a probar cosas que no han estado probadas. Ve aquí en el país, que se dedican un montón a traer enlatados¹⁵ (programas extranjeros que han tenido mucho rating afuera). Todo reality show ya se hizo afuera con el mismo nombre, lo compran y lo hacen aquí. Toda ficción que se quiere hacer como original del canal, aquí hecha en Ecuador, es en realidad una ficción enlatada de afuera, dejémonos de vainas (hablemos con la verdad).

En Ecuador, hay una cantidad considerable de complicaciones a la hora de entrar a formar parte de los medios tradicionales ya sea como director, productor, exhibidor, etc. Esta es una razón importante para buscar nuevas opciones, en este caso, de formatos y plataformas audiovisuales que puedan ser utilizados y que sean viables a la hora de intentar competir con el cine y la televisión en el país. Como se vio anteriormente, las NTIC van al encuentro de esas necesidades, posibilitando nuevas formas de producir y utilizar el audiovisual.

3.2. LAS WEBSERIES EN AMÉRICA LATINA Y EN ECUADOR

En América Latina, como en otras partes del mundo, la llegada de las

¹⁴ Ley Orgánica de Comunicación de Ecuador. Disponible en: <<http://www.presidencia.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/LeyDeComunicacion-espaniol.pdf>>. Acceso en: 02 nov. 2016.

¹⁵ Programas comercializados internacionalmente. Es práctica común en las redes de televisión de América Latina la exhibición de estos programas, en especial los estadounidenses y mexicanos.

webseries coincidió con la aparición de video bloggers, o más conocidos como vloggers como por ejemplo: Germán Chelo, comediante chileno que usa su talento y creatividad para atraer seguidores en su perfil y que es uno de los vloggers más famosos en la región con más de veintinueve millones de suscriptores en su perfil de YouTube llamado HolaSoyGerman; Mariand Castrejon, otra vlogger, conocida en el medio como Yuya, que da consejos de moda también en YouTube y que tiene más de dieciséis millones de seguidores, etc. Los vloggers usan este formato para compartir sus conocimientos en diferentes áreas, su talento o muchas veces solo para tener fama. La mayoría tiene su estable número de seguidores, en ese tipo de webserie hay muchos temas para escoger, desde recetas de cocina hasta secretos de moda más económica, etc. Anderson (Ibid., p. 193), explica que el crecimiento de la capacidad de la televisión por cable es insignificante si se compara el crecimiento en la creación de videos y de las micro-audiencias potenciales para todo tipo de contenidos en los últimos diez años.

Además de los vloggers, existen pequeñas productoras que se han encargado de usar este formato para poder contar sus historias ficticias. Son ejemplos considerables en América Latina: Porta dos Fundos, con más de doce millones de suscriptores, que según la información en su página web, es una webserie de comedia brasileña que funciona en la página de YouTube y fue creada por cinco amigos insatisfechos con la falta de libertad creativa de la televisión del país; LAF Producciones, webserie chilena de comedia con poco más de cuarenta mil suscriptores, que dice hacer porno humorístico pero en realidad son sketches de comedia para todo público, etc. En la siguiente tabla, se observa que la mayoría de los países de América Latina ha aprovechado el formato de las webseries, y el abaratamiento de los costos de producción y exhibición que las Nuevas Tecnologías han traído consigo. Las webseries citadas fueron escogidas por ser ejemplos de los diferentes tipos de géneros de este formato audiovisual existentes en América Latina.

Tabla 3. Webseries en América Latina.

WEBSERIES EN AMÉRICA LATINA			
<u>PAÍS</u>	<u>WEBSERIE</u>	<u>CANAL/PRODUCTOR</u>	<u>SUSCRIPTORES/ VISUALIZACIONES</u>
ARGENTINA	Marx ha vuelto	TvPTS El Canal de la Izquierda	16,567 / 21,801,413
BOLIVIA	Bolivia desde los Cimientos	ONG / creaRSA	17 / 3,123
BRASIL	Porta dos Fundos	Porta dos Fundos	12,775,417 / 2,867,416,290
CHILE	HolasoyGerman	Germán Chelo	30,019,463 / 2,863,372,179
COLOMBIA	Entre Panas	CervezaPokerColombia	52,919 / 41,443,461
COSTA RICA	La Vuelta	Viddy Films	18,056 / 1,569,498
ECUADOR	EnchufeTV	TouchéFilms	12,680,456 / 3,583,095,381
EL SALVADOR	Los de Arriba	La Sexta Historia	7 / -
GUATEMALA	Ahora qué	El Tripod, Guatemala	34 / -
HONDURAS	Gol Peleado	Gol Peleado	233 / 11,655
MÉXICO	Yuya	Mariand Castrejón	16,526,923 / 1,706,478,670
PANAMÁ	Lo Desconocido	TVN Panamá	35,979 / 21,496,514
PARAGUAY	Zafados	Zafados	148 / 3,126
PERÚ	El Regalo	El Regalo Webserie	65 / 6,802
PUERTO	ILIA	Juliana Maité	103 /

RICO			14,331
URUGUAY	Motiva.TV	Motiva Tv	71 / -
VENEZUELA	Manifiesto	Ing Films & Arts Productora	- / 20,583

No se encontró información sobre Cuba, Haití, Nicaragua y República Dominicana. En algunos perfiles de las webseries encontradas no aparecía número de suscriptores y en otros no aparecía número de visualizaciones.

Fuente: Elaboración propia en base a datos encontrados en YouTube, Vimeo, y Google en Septiembre del 2016

Se escogió YouTube, Vimeo, y Google para la búsqueda ya que muchas de las webseries no tienen página web, pero todas tienen perfil en YouTube o Vimeo, y las pocas que tienen sitio web, fueron investigadas en Google.

Como se puede observar, a excepción de algunos países, en América Latina se ha tomado ventaja del formato webserie. Casi todos los países tienen una o más webseries, unas más famosas que otras, pero hay para todos los gustos. En la mayoría de los países de la región, son las webseries de género ficción las que dominan. Se tiene *Marx ha vuelto*, del año 2014, hecha en Argentina, que tiene apenas cuatro episodios que además tienen una duración de trece minutos, demostrando la versatilidad del formato webserie. Esta serie web, producida por el Instituto del Pensamiento Socialista (IPS), forma parte de una iniciativa del Partido de los Trabajadores Socialistas (PTS) para difundir las ideas marxistas en todo el país¹⁶. La webserie cuenta la historia de Martín, quien mientras lee el Manifiesto Comunista, tiene un encuentro con Karl Marx, y desde este encuentro las ideas revolucionarias de Marx se involucran en los diversos aspectos de la vida de Martín. Otro ejemplo es *Entre Panas*, 2016, de Colombia, que es una especie de novela de género comedia de episodios muy cortos donde algunos amigos pasan por situaciones en las que las soluciones suelen ser inesperadas y cómicas, y es producida por una compañía cervecera del país, Cerveza Poker. Además se puede citar: *La Vuelta*, una webserie de Costa Rica, del año 2013, que cuenta la historia de unos amigos en búsqueda de marihuana y las situaciones que suceden durante ésta; *Los de Arriba*, webserie de El

¹⁶ Información disponible en: <<http://www.pts.org.ar/Marx-ha-vuelto-miniserie-de-ficcion-basada-en-el-Manifiesto-comunista>>. Acceso en: 22 nov. 2016.

Salvador, del 2013, que es la historia de dos chicas que se enamoran dentro de una familia conservadora; *Gol Peleado*, 2015, webserie de Honduras de temáticas juveniles, juegos de fútbol, y primeros amores; *Lo Desconocido*, 2016, webserie panameña de ficción basada en hechos reales, que también tiene partes del género documental, como entrevistas con personas que vivieron la trama; *Zafados*, 2013, webserie de Paraguay que cuenta la historia de dos hermanos en búsqueda de material para su próxima producción audiovisual en Asunción; *El Regalo*, webserie peruana del 2012, que cuenta la historia de un muchacho y el día de su día a día y su regalo a su novia y las consecuencias detrás de la compra del regalo, en tan solo tres episodios; *Ilia*, webserie puertorriqueña del 2015 que narra la historia de Ilia, una chica de Puerto Rico que regresa a su país después de haber vivido en el extranjero y pasa por situaciones a las que ya no estaba acostumbrada; *Manifiesto*, 2014, webserie venezolana que trata sobre la historia de tres jóvenes que sanan su conciencia al cruzar la Cordillera Andina, mientras que el presidente de una multinacional lucha por mantener su patrimonio minero y su imagen pública. Ya en menor cantidad, también se usa el formato de la webserie, pero en estilo de género documental, de esto se tiene ejemplos como Bolivia, con *Bolivia desde los cimientos*, 2015, que muestra los trabajos de la ONG Asociación Nuevos Caminos en Bolivia, y que es producida por ésta y una productora boliviana llamada creaRSA; MotivaTV, 2015, webserie documental deportiva de Uruguay, que sigue los entrenamientos de los mejores deportistas del país y *Ahora qué*, 2014, webserie de Guatemala que se centra en un vlogger y es de género comedia.

Es importante destacar que un mayor número de suscriptores no siempre se traduce en un mayor número de visualizaciones. Se observa en el gráfico que HolaSoyGerman de Chile, tiene el mayor número de suscriptores de todas las webseries citadas, más de treinta mil, sin embargo, es la tercera con mayor número de visualizaciones después de EnchufeTV de Ecuador y Porta dos Fundos de Brasil. Yuya de México, se posiciona en segundo lugar con más de dieciséis mil suscriptores, pero queda en cuarto lugar por número de visualizaciones. "Lo popular no se define por una esencia a priori, sino por las estrategias inestables, diversas, con que construyen sus posiciones los propios sectores subalternos" (CANCLINI, 1990, p.18).

Como se puede notar, la webserie no es un formato audiovisual que se ha usado por muchos años en América Latina, de hecho, la más antigua de las webseries nombradas data del año 2012. Sin embargo, este formato audiovisual que

ha impulsado una gran participación de creadores audiovisuales principiantes y algunos más expertos en toda Latinoamérica, y eso se puede observar por la calidad de producción, la temática y la narrativa empleada por las diferentes webseries, pudiéndose notar cuales tuvieron mayor inversión económica que otras en cuestión de calidad de video, cantidad de cámaras, ángulos, duración de videos, cantidad de videos, etc. Ya no hay límites a la hora de crear y los obstáculos han disminuido a la hora de ofrecer todo tipo de contenidos. Citando a Meleiro (2010, p. 106, traducción propia), se observa que:

Si antes los costos de almacenaje y distribución eran altos, haciendo que solamente determinados productos con perfil popular pudiesen ser ofertados, hoy es posible ofrecer al usuario una variedad mucho mayor de opciones, debido principalmente a la utilización del medio digital como alternativa de distribución.

Al preocuparse menos por los costos gracias al abaratamiento de los productos, de los costos de almacenaje y distribución, el creador del producto audiovisual en cualquier país de América Latina y el mundo puede ofrecer lo que quiera, no hay límites en cuestión de historias, de género, etc. Esto ofrece al usuario receptor una cantidad casi infinita de opciones, en este caso, de productos audiovisuales digitales ofrecidos en Internet, en su gran mayoría, en YouTube.

Para concluir, es importante destacar que la mayoría de las webseries latinoamericanas antes mencionadas tiene en común el expresar las formas de ser y vivir de sus respectivos países. Tratando de no perder su identificación local, en estas webseries se usa el acento de la región donde fue producida, se tratan temáticas sobre la realidad del lugar, etc., adecuándola a una narrativa basada en el modelo narrativo dominante estadounidense: EnchufeTV, Gol Peleado, El Regalo, Entre Panas, La Vuelta, etc. En el siguiente capítulo se profundizará sobre la relación entre la identidad cultural nacional y la identidad global, hecha posible gracias a las NTIC, usando como ejemplos los dos episodios analizados de la webserie EnchufeTV.

4. CAPÍTULO III. LAS WEBSERIES EN ECUADOR. ESTUDIO DEL CASO: ENCHUFETV

Como se ha podido comprobar a través del primer y segundo capítulo, la llegada de las NTIC al campo audiovisual ha significado un aumento de las producciones audiovisuales en América Latina a través del formato en Internet, la webserie. De este modo, en la actualidad la mayoría de países de América Latina tiene los recursos para poder producir sus propias webseries, con equipos económicamente más asequibles y con un costo de exhibición nulo, en el caso de usar páginas web como YouTube o Vimeo.

Una de las webseries que en su perfil de YouTube tiene mayor número de visitas y suscripciones en América Latina, es de origen ecuatoriano, EnchufeTV. Se llama Enchufe porque desde sus inicios buscó ir más allá de la forma en la que se manejan los medios tradicionales, queriendo establecer una conexión con el espectador, una interactividad, que sólo pudieron encontrar en la Internet. Su primera intención no fue usar la página de YouTube para exhibir sus videos, pero utilizar su propia página web, que sería Enchufe.tv, para publicar sus videos semanalmente. La TV al final de su nombre se debe a dos hechos: que fue creado para la televisión, pero, al no haber sido aceptado en ese medio, pasó a usar la plataforma de YouTube en Internet, y; que al llegar al Internet, intentó ser Enchufe.com pero esa página ya estaba comprada. Al percatarse del poder de alcance de YouTube en Internet en lo que respecta a exhibición, tomaron la decisión de crear un perfil en esa página donde subirían sus videos y en su página web colocar más información sobre sus patrocinadores, sus contactos para contratos y otras informaciones relevantes sobre la webserie.

En Ecuador no hay un historial muy grande de webseries, ya que es un formato audiovisual relativamente nuevo en comparación a otros formatos audiovisuales, aún más en el país, concentrándose la creación de éstas mayormente en las dos ciudades principales del país, Quito y Guayaquil. Existen webseries como: "Ciudad Quinde", dirigida por Andrés González, una producción nacional educativa creada por la Superintendencia de Control de Poder del Mercado, realizada en el

2014¹⁷. Esta webserie cuenta como un pueblo sufre las políticas monopólicas de una empresa que controla servicios, medicinas y actividades económicas. La particularidad de esta webserie es que fue el público que decidió cuál sería su final, y su objetivo fue, a diferencia de todas las series web mencionadas en el análisis, educar al público sobre el correcto manejo de mercados económicos, cómo competir justamente entre empresas y prevenir el abuso del poder. Se podría decir que esta webserie se asemeja más al contenido de la tv pública, mientras las otras, incluyendo EnchufeTV, tienen como objetivo la producción de mercado. Otra webserie es "Yerba mala nunca muere", del año 2016, del director Andrés Pellacini, serie web que fusiona la historia con la ficción para crear un relato fantástico. Su personaje principal nació en el año 1210 y pasa por un sinnúmero de obstáculos, uno de ellos, el de ser maldecido con la inmortalidad¹⁸. "Kikirimiau", también de 2016, del director Daniel Llanos, es una webserie de suspenso donde se explora el mundo del engaño, siendo su trama principal la venganza del personaje acusado injustamente de fraude por un político deshonesto con fama de honesto¹⁹. Una webserie que clama ser la primera web novela en América Latina es "Resaka.tv", creada en 2012, dirigida por Nitsy Grau y producida por el Instituto Superior de Estudios de Televisión (ITV) en coproducción con TC Mi Canal²⁰, es la historia de Miguel Monroe, personaje ficticio que quiere ser artista y para lograrlo se ve envuelto en más de un problema. Es importante mencionar que es una escuela de televisión la que crea esta webserie, demostrando así el alcance que este formato audiovisual ha logrado tener en Ecuador. Esta webserie al ser coproducida por un canal de televisión, logró en 2014 ser transmitida por televisión en el horario nocturno de TC Mi Canal²¹. Cabe destacar que las webseries antes mencionadas, no utilizan YouTube como plataforma de exhibición, sino CNTplay, página de exhibición de productos audiovisuales web nacionales perteneciente a la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT) o sus propias páginas web. Ya en YouTube, existen webseries nacionales como "En4", del 2015, que pertenece al

¹⁷ Información encontrada en página oficial de la webserie. Disponible en: <www.ciudadquinde.tv>. Acceso en: 11 nov. 2016.

¹⁸ Información encontrada en perfil de Yerba mala nunca muere. Disponible en: <http://www.cntplay.com/index.php/detalle_serie?id=117>. Acceso en: 11 nov. 2016.

¹⁹ Información encontrada en perfil de Kikirimiau. Disponible en: <http://cntplay.com/index.php/detalle_serie?id=75>. Acceso en: 11 nov. 2016.

²⁰ Canal abierto y público de Ecuador.

²¹ Página de Resaka.tv. Disponible en: <http://www.resaka.tv/videoplayer_capitulos.php?codigo=1>. Acceso en: 11 nov. 2016.

perfil "Piloto Automático"²², que trata sobre un grupo de amigos que conversan sobre temas casuales y viven situaciones cómicas. Es de extrema importancia resaltar que Ciudad Quinde, Yerba mala nunca muere, Kikirimiau, Resaka.tv y En4, fueron creadas meses o años después de EnchufeTV, cuando esta webserie ya contaba con millones de suscriptores y era compartida en diversas redes sociales en el país y fuera de él, por lo cual, se podría decir que ya las productoras nacionales vieron que era viable y posible arriesgarse a crear productos audiovisuales en este formato aún sin la ayuda de políticas públicas que las apoyen. Sobre la velocidad de los cambios tecnológicos en el campo audiovisual y su relación con las políticas públicas del sector, Getino (2007, p. 208), dice al respecto:

Lo cierto es que los cambios tecnológicos y de relaciones de propiedad y poder sobre las industrias culturales y, en mayor medida, en las industrias del audiovisual, siempre han tenido una rapidez mayor a la de los procesos reflexivos y a la elaboración de prognosis sobre el futuro del sector. En este sentido su velocidad ha desplazado la legitimidad de las políticas públicas, colocándolas en un lugar relegado, restándoles efectividad para acompañar los cambios e, inclusive, adelantarse a los mismos, teniendo como finalidad el servicio que estas industrias y medios deben cumplir antes que nada en beneficio de cada comunidad.

Otras webseries, menos populares en el país, son del tipo vloggers, y no realizadas por productoras. Como ejemplo se puede mencionar: "YQueChuchas"²³, del 2011, con poco menos de medio millón de suscriptores y miles de visitas, que tiene como protagonista a Julio Pañi, un vlogger que habla sobre temas del día a día entre los jóvenes, tanto del país como fuera de él y lo hace de manera cómica; "La GabyTV"²⁴, del 2015, que muy al estilo de "Viviendo con las Kardashians"²⁵, es el perfil en YouTube de Gabriela Pazmiño, una presentadora de televisión y política ecuatoriana en el que va mostrando su vida privada a sus fans, este perfil tiene menos de doscientos mil suscriptores.

A pesar de que en la actualidad el formato audiovisual webserie haya ganado popularidad en el país, ninguno se acerca al alcance que EnchufeTV ha tenido en número de visualizaciones en su perfil en YouTube, en cantidad de suscriptores, e

²² Perfil de Piloto Automático. Disponible en:

<<https://www.youtube.com/channel/UC3xdsaaNgRQOT7D39XHgz>>. Acceso en: 11 nov. 2016.

²³ Perfil de YQueChuchas. Disponible en: <<https://www.youtube.com/user/YqueChuchas>>. Acceso en: 11 nov. 2016.

²⁴ Perfil de La GabyTV. Disponible en: <https://www.youtube.com/channel/UCuEPOuidL-cpSsU_vCQ3trg>. Acceso en: 11 nov. 2016.

²⁵ Reality show que pasa en la televisión de Estados Unidos, que tiene como tema principal el día a día en la vida de las hermanas Kardashian, celebridades en ese país.

incluso en exhibiciones y grabaciones en otros países de América Latina. La webserie ha realizado dos sketches en co-producción con Dynamo, productora audiovisual de Colombia y lo mismo con la productora del famoso comediante Eugenio Derbez en México, con la finalidad de acercarse más a sus fans, que provienen en su mayoría de esos dos países²⁶. Además, gracias a su popularidad, logró cumplir su meta de entrar en la televisión:

Desde hace un montón de tiempo nos reunimos con todas las televisoras del país, todas nos ofrecieron algo, pero aún viéndonos como chamos (jóvenes menores), así como niños que están haciendo videos en Internet, entonces asumían que podían ofrecernos cualquier cosa para crear contenidos para ellos. Nunca llegamos a un acuerdo cerrado, excepto con Ecuavisa (canal de señal abierta pero no del gobierno de Ecuador) que se pasaban solo enlatados, entonces hicimos un enlatado de la primera temporada de Enchufe para televisión (Declaración de Jorge Ulloa, Anexo A, 2015).

Y no solamente entraron en la televisión nacional, realizaron también su primer largometraje, llamado "Enchufe Sin Visa", que fue estrenado en mayo del 2016 en su perfil de Vimeo, por un costo de 7.99 dólares la compra, o 3,99 el arriendo por 48 horas para verla *en línea*. Enchufe Sin Visa es una película de comedia, género que caracteriza a EnchufeTV, y trata sobre el viaje de seis latinos a Estados Unidos por diferentes razones, los cuales se verán inmersos en situaciones que los migrantes viven en el país cuando llegan por primera vez²⁷. Los personajes principales tendrán que lidiar con diferencias en el idioma, la gastronomía, las costumbres sociales y hasta el acoso de las autoridades migratorias que estarán tras ellos paso a paso, pero a pesar de las adversidades, harán hasta lo imposible por cumplir sus sueños.

La situación actual de la industria del audiovisual está marcada por el hibridismo de las alternativas. El cine lentamente se vuelve electrónico, pero, al mismo tiempo, el video y la televisión también se dejan contaminar por la tradición de calidad que el cine trae consigo al ser absorbido (MACHADO, 2011, p. 195).

Además de entrar a la televisión del país, y lograr realizar su primer largometraje, EnchufeTV, gracias a su gran popularidad, vendió enlatados de su primer temporada en YouTube a canales internacionales como: Comedy Central Latinoamérica, canal de televisión de Estados Unidos; Radio Cadena Nacional (RCN),

²⁶ Publicación del periódico nacional El Universo. Disponible en: <<http://www.eluniverso.com/vida-estilo/2015/08/09/nota/5059147/enchufetv-busca-mayor-audiencia-internacional>>. Acceso en: 11 nov. 2016.

²⁷ Publicación del periódico nacional El Comercio. Disponible en: <<http://www.elcomercio.com/tendencias/enchufetvsinvisa-comedia-migrantes-ecuador-produccion.html>>. Acceso en: 11 nov. 2016.

canal de televisión de señal abierta de Colombia; Latina Televisión, canal de televisión abierta de Perú; Televen, canal de televisión privado de señal abierta de Venezuela, y; Galavisión, canal de televisión por suscripción de Estados Unidos²⁸.

Es de mucha importancia para la investigación, destacar que hubo un cambio importante en la dinámica de los enlatados en el caso de Ecuador, pasando de comprador a vendedor, no sólo de uno sino de varios canales extranjeros gracias a la popularidad alcanzada por EnchufeTV. También recibe de parte de YouTube la cantidad de treinta mil dólares mensuales por los noventa millones de reproducciones al mes en su página (Declaración de Jorge Ulloa, Anexo A, 2015), demostrando que hay maneras de obtener remuneración cuando se logra un gran alcance de suscripciones y visualizaciones aún en plataformas gratuitas como YouTube.

Los episodios de EnchufeTV tratan temas bastantes variados, pero siempre enfocados en el lado cómico de las situaciones abordadas. Sobre sus referencias a la hora de abordar estos temas, Ulloa (Anexo A) explica:

Nuestros referentes son Spielberg, Nolan, Woody Allen en sus obras más locas. Son referentes recontra (súper) mainstream. En Internet tenemos un referente súper base desde el inicio que es la webserie CollegeHumor, que es este canal gringo (estadounidense) de sketches que es súper parecido al nuestro pero gringo y es mucho más antiguo. Y Freddy Wong, que es un surcoreano radicado en Los Angeles que prácticamente tiene un montón de sketches..., es un tipo que copiaba de todas las películas de acción. O sea prácticamente desglosó como hacer que un disparo real versus un disparo que se vea digital y lo bacán (mejor) es que el tipo lo comparte y lo muestra... Entonces nuestros referentes mas grandes como te digo es CollegeHumor, Freddy Wong, Spielberg y el mainstream hollywoodense.

Cabe introducir aquí, la importante cuestión de la identidad cultural, la relación global-local presente en las palabras del director de EnchufeTV. Al respecto se sostiene que:

Algunos teóricos sostienen que el efecto general de estos procesos globalizantes ha sido el debilitamiento o socavación de las formas nacionales de identidad cultural. Plantean que hay evidencia de una pérdida de identificaciones fuertes con la cultura nacional, y el fortalecimiento de otros vínculos culturales y de otras lealtades por "encima" y por "debajo" del nivel del estado-nación (HALL, 2003, p. 389).

Las referencias mencionadas por Ulloa se pueden percibir al ver los dos episodios. Además, de la región, el equipo de EnchufeTV tiene como referencia a Chespirito, comediante mexicano reconocido en toda América Latina y en muchas

²⁸ Información encontrada en la programación de los canales mencionados, entrando en la página web de dichos canales.

partes del mundo, del cual han tomado varios personajes para hacer parodia de ellos. En el ámbito nacional, Jorge Ulloa (Anexo A) explica que EnchufeTV tiene como referencias a Lorca y a Murnó, personajes de Loja, cantón al sur de Ecuador, quienes hablaban como en su pueblo natal, con sus jergas y acentos, y aún así, se hicieron "universales", según las palabras de Ulloa. Esto se puede percibir también en todos sus episodios, donde se puede escuchar los diversos acentos y las diferentes jergas que existen en el país, ya que cuentan con actores de varias zonas del país. Cuando fue cuestionado sobre el porqué de usar sus acentos y jergas en la webserie, Jorge (Anexo A) respondió:

Somos ecuatorianos, queremos hablar que somos ecuatorianos, queremos dar a conocer al mundo que somos ecuatorianos, o sea, los mexicanos no tienen miedo de decir *chanfle*, *torta de jamón*, *aguas frescas*. Nosotros también podemos decir *chuta*, *bacán*, y que la gente nos entienda, a la final, o sea, por qué negarnos.

EnchufeTV ha sabido utilizar las NTIC para tener un claro número de quienes son sus seguidores, del lugar que son y como mantenerlos así. Crearon una aplicación llamada Enchufe.TV²⁹, en la cual además de exhibir los videos de su perfil de YouTube, ofrecen acceso a contenido exclusivo como videos de los protagonistas, imágenes de las grabaciones, los actualmente populares gifs o imágenes en movimiento, y otras experiencias que solamente quienes tengan la aplicación pueden disfrutar. En la aplicación, también se puede aportar con ideas para nuevos sketches, tener contacto con otros seguidores de la webserie, crear contenido, etc. Tal proceso ejemplifica las nuevas relaciones con la audiencia, Morales (2012, p. 142-143) sostiene que:

El desarrollo de las comunicaciones en Red viene forjando así un proceso de democratización y especialización de las vitrinas de exhibición de mensajes audiovisuales. La rigidez de la producción televisiva va desapareciendo, en pro de nuevos modelos para el acceso y formas de ficción más dinámicas para establecer relaciones con las audiencias.

Se puede decir que la cuestión de las NTIC no es importante por sí sola sino por las posibilidades de expresión que crea, un ejemplo de esto es el fenómeno de la webserie ecuatoriana analizada, EnchufeTV, que está igualmente relacionada a ese desarrollo tecnológico y además a la dinámica cultural globalizada como se puede observar en la declaración de Ulloa sobre sus referencias

²⁹ Información encontrada en la página de la aplicación. Disponible en: <<http://enchufetv.info/>>. Acceso en: 11 nov. 2016.

audiovisuales principales: Steven Spielberg, Woody Allen, Christopher Nolan, etc., que pertenecen al cine dominante hegemónico.

4.1. LA PARODIA GLOBALIZADA: ANÁLISIS DE DOS EPISODIOS DE ENCHUFETV

Como se ha mencionado, la webserie EnchufeTV utiliza diversos códigos de géneros humorísticos, muchas veces recurriendo a la citación de productos audiovisuales estadounidenses o latinoamericanos a través del procedimiento de la parodia. Se sabe que tal procedimiento es bastante recurrente en el audiovisual latinoamericano, cuyos ejemplos más notables pueden ser presentados en puestas en escena del personaje Cantinflas por el actor Mario Moreno Cantinflas, Chespirito, por el actor Roberto Gómez Bolaños o en los personajes de Grande Otelo y Oscarito en producciones de la llamada Chanchada Brasileña, en la cual se profundizará más adelante. En ambos casos, se observan personajes marginales que traen una fuerte herencia de novela picaresca³⁰, que antes había ya sido traída al cine por Chaplin o Buster Keaton.

Los flujos culturales y el consumismo global entre las naciones crean la posibilidad de "identidades compartidas" - como "clientes" de los mismos bienes, de los mismos servicios, y como "audiencias" de los mismos mensajes e imágenes - entre personas que están alejadas unas de otras en el tiempo y el espacio. A medida que las culturas nacionales se vuelven más expuestas a influencias externas, se vuelve más difícil preservar las identidades culturales intactas, o prevenir que se debiliten a raíz del bombardeo cultural y la infiltración (HALL, 2004, p. 390).

Entendiendo que la palabra parodia será un concepto importante para el análisis de dos de los episodios de la webserie EnchufeTV, que la utiliza en muchos de sus sketches, y en especial, en los episodios analizados se debe explicar su significado. Vieira (1983, traducción propia), define a la parodia así:

La palabra parodia nos remite inmediatamente a un objeto que existe con anterioridad a la misma y se convierte en la razón de su propia existencia. Del objeto de arte original, ya sea una pieza teatral, musical, una novela o una película, al objeto nuevo, ocurre un proceso de transformación en el cual la parodia busca imitar lo original de forma cómica. Es una imitación, que a menudo da la impresión de algo grosero, de segunda mano, con elementos

³⁰ Género literario narrativo que surgió como crítica por un lado de las instituciones degradadas de la España imperial y por otro de las narraciones idealizadoras del Renacimiento, donde el "héroe" no es el personaje al que todo le va bien, sino el personaje *pícaro*. Definición encontrada en la edición en línea del libro *Qué es la Novela Picaresca* de Alfonso Zamora Vicente, 2002. Disponible en: <http://www.cervantesvirtual.com/servlet/SirveObras/12604282009040405209624/p0000001.htm#I_0_>. Acceso en: 11 nov. 2016.

de humor, de lo absurdo y de lo ridículo. Como una de las formas de sátira, la parodia se coloca en una posición siempre crítica hacia el discurso mismo al que se dirige. Sin embargo, en el caso del cine brasileño, la parodia se convierte en una sátira de sí mismo, criticando al propio cine brasileño. Aquí, la primera intención de la parodia sería mucho más la capitalización de los residuos de éxito del modelo original antes que criticar su discurso (traducción propia).

Los episodios escogidos para ser analizados son un claro ejemplo de la definición de parodia, como se verá más adelante. Los nombres de estos episodios son: "Mezclas Raras"³¹ y "Mezclas Raras II"³². En ellos se puede comprobar que además de hacer parodia del producto dominante en el cine: las películas estadounidenses; EnchufeTV aborda programas de televisión latinoamericanos, ritmos musicales populares en la actualidad, historietas de súper héroes, e incluso otras webseries de la región que lideran en audiencia en el país, razón por la cual se escogieron estos episodios. De esta manera, con la parodia, usan la dominación de esos productos en los principales medios audiovisuales para sacar provecho, de forma cómica, de la propia fragilidad de la industria cultural nacional.

Mezclas Raras es un episodio del año 2014, con más de catorce millones de visualizaciones. Aquí EnchufeTV realiza varios sketches parodiando películas de Hollywood como: *Titanic* (James Cameron, 1997), la cual mezcla con uno de los géneros musicales que más suena en América Latina, el *reggaetón*; *Star Wars* (George Lucas, 1977-2005), que es mezclada con el popular show de televisión peruano *Laura en América*; *Hannibal* (Ridley Scott, 2001), mezclada con un programa de cocina; la historieta *Batman*, mezclada con la webserie irlandesa *Draw My Life*; y, *James Bond*, que es el presentador revelándose al final. El narrador al mismo tiempo representa, en los dos capítulos, al "especialista", la voz externa que de cierta forma "estampa" la "veracidad" y "seriedad" de lo que se presenta en los episodios citados, de esta manera parodiando también a los programas científicos. El contraste de la seriedad del narrador al presentar el episodio refuerza la comicidad de la propuesta. En este episodio, EnchufeTV abarca el tema más allá de la dominación en las salas de cine, sino que toca la ocupación en el espacio televisivo, los fenómenos de Internet, y hasta lo más sonado en la radio.

³¹ Episodio disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=7LcwClduhZo&t=168s>>. Acceso en: 11 nov. 2016.

³² Episodio disponible en: <<https://www.youtube.com/watch?v=QGSHhUrSvWA>>. Acceso en: 11 nov. 2016.

Figura 1. "Luke Skywalker" en el Show de Señorito Yoda.



Fuente: Perfil en YouTube de EnchufeTV, 2016.

Figura 2. Batman contando su vida al estilo de la webserie Draw My Life.



Fuente: Perfil de YouTube de EnchufeTV, 2016.

La parodia que realiza EnchufeTV se asemeja a la estrategia brasileña de la Chanchada entre los años 1940 y 1960, donde para aproximarse a un público mayor, los directores parodiaban grandes éxitos, en su mayoría de Hollywood (DIAS, 1993, p. 13, traducción propia). Esto es porque el cine en América Latina es estructuralmente marcado por la dominación del producto estadounidense.

El ideal, el sueño, era no solamente igualar al cine americano, visto como un estándar máximo alcanzado por esa arte, sino también como consecuencia, negar la capacidad de realizarse un cine brasileño, como si el cine no tuviese un lugar en la producción cultural de Brasil. Este tipo de crítica refleja bien la situación de colonización cultural encontrada entre nosotros.

En otras palabras, si usted tiene talento para películas, no se debe quedar en Brasil. Debe ir para Hollywood, ya que esa es la tierra del cine. Esa actitud subordinada está presente en la chanchada y, como hemos visto, se refleja también en algunas parodias de las películas americanas (VIEIRA, 1983, traducción propia).

Cabe aquí destacar que la tradición de la parodia en el cine latinoamericano viene de una época muy anterior a la Chanchada brasileña. Paranaguá (1985, p.18) sostiene que ya en 1913 hubo un filme realizado en Venezuela, la primer producción con argumento del país, que es una parodia. El filme es "La Dama de las Cayenas", película de 1913 de los directores Enrique Zimmerman y Lucas Manzano. Esta película es una parodia del filme de Hollywood "La Dama de las Camelias" (Dir: George Cukor, 1937), que es una adaptación de la novela romántica del mismo nombre, del año 1848, del autor Alejandro Dumas.

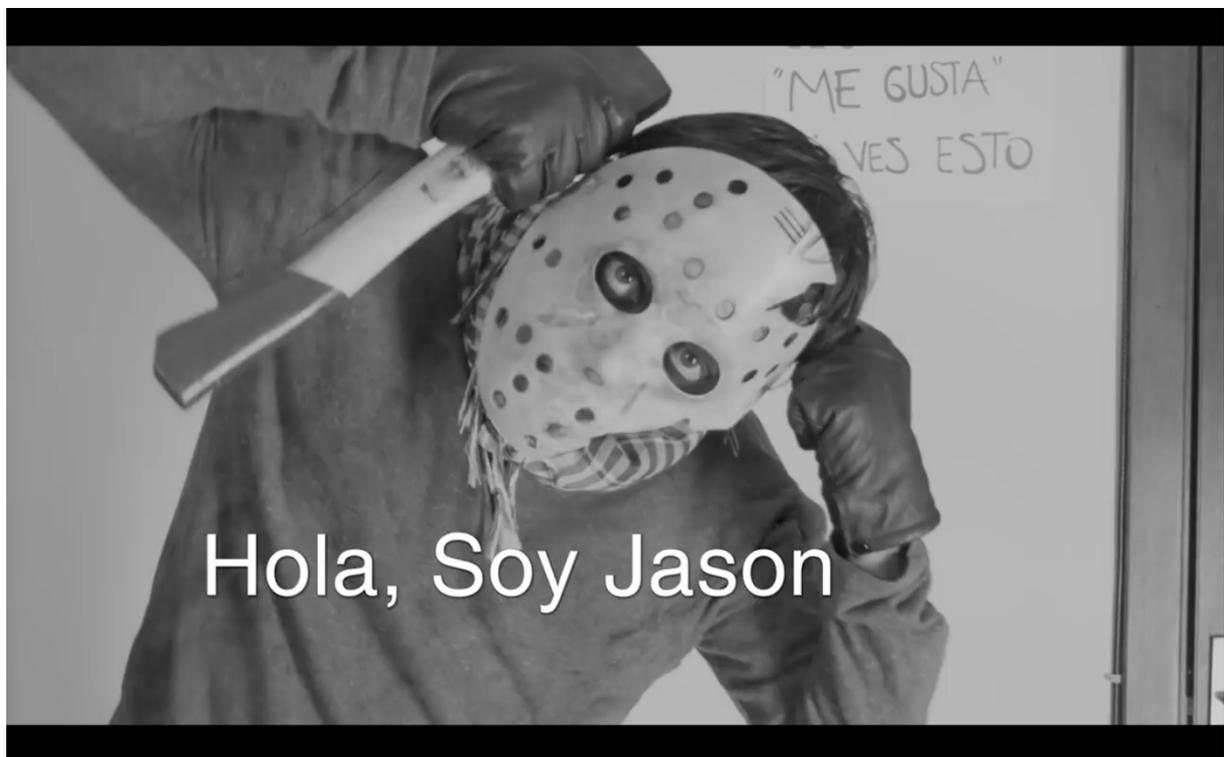
La diferencia es que EnchufeTV, al aprovecharse de las NTIC, utiliza su formato audiovisual en Internet para tocar, además, el tema de la ocupación del espacio televisivo en Ecuador, poniendo en evidencia que la televisión en países con menor producción audiovisual local es dominada por otros países latinoamericanos. Como ejemplo de esto, se observa que en el episodio Mezclas Raras, se parodia al programa de televisión peruano Laura en América, que se transmitía por el canal estatal TC Televisión y llegó a ser uno de los programas con mayor audiencia en la televisión nacional hasta que el mismo presidente de Ecuador, Rafael Correa, exigiera que lo sacaran del aire en el año 2009³³ al considerarlo un programa "basura", que no era adecuado para un canal público estatal.

En el episodio Mezclas Raras II, también del año 2014, a diferencia

³³ Artículo del periódico peruano El Comercio. Disponible en: <<http://elcomercio.pe/tvmas/television/presidente-ecuador-exige-retiro-programa-laura-bozzo-television-estatal-noticia-334889>>. Acceso en: 11 nov. 2016.

del episodio antes mencionado, EnchufeTV parodia también otra webserie popular latinoamericana, *HolaSoyGerman*. Esta webserie es mezclada con la película de terror estadounidense *Jason*; el popular programa televisivo brasileño *Pare de Sufrir* es mezclado con otra película de Estados Unidos, *El Exorcista*; la serie televisiva estadounidense *Breaking Bad*, aparece mezclada con otro programa televisivo estadounidense, *Art Attack*; y, un personaje de otra película de terror estadounidense, *Freddy Krueger*, es mezclado con una serie televisiva del mismo país, *Extreme Makeover*.

Figura 3. Jason imitando el estilo de contar historias de HolaSoyGerman.



Fuente: Perfil de YouTube de EnchufeTV, 2016.

Figura 4. Freddy Krueger preparándose para un cambio de look en Extreme Makeover.



Fuente: Perfil de YouTube de EnchufeTV, 2016.

En este episodio, EnchufeTV no solamente parodia productos audiovisuales internacionales en los medios tradicionales, sino que también cita un producto del formato webserie latinoamericano, específicamente de Chile. Se podría decir que en EnchufeTV existe un proceso de globalización de la parodia, en la medida en que los realizadores cruzan referencias de nacionalidades diversas y las pasan por el "filtro" de la popularidad en Ecuador. Sobre el significado de la globalización se puede observar lo siguiente:

La "globalización" se refiere a aquellos procesos que operan a escala global, los cuales atraviesan fronteras nacionales, integrando y conectando comunidades y organizaciones en nuevas combinaciones de espacio-tiempo, haciendo que el mundo, en la realidad y la experiencia, esté más interconectado (HALL, 2003, p. 387).

Es importante destacar que en los episodios analizados, ningún producto audiovisual nacional es parodiado o siquiera mencionado, lo que demuestra el efecto de la globalización en este tipo de productos, hasta en su trama, que se aprovechan de las NTIC también para abastecerse de los mensajes e imágenes de las culturas ricas y consumistas (Ibid., p. 390). Como los nombres de los episodios, EnchufeTV "mezcla" los rasgos físicos de sus personajes de diferentes partes del país, sus acentos y formas de hablar, con productos audiovisuales no locales, que

proviene de diferentes partes de América Latina y el mundo y que han probado ser de gran popularidad en el país, siempre enfatizando el uso de la narrativa estadounidense. Sobre los temas abordados, la marcada identidad de los personajes y la respectiva estrategia de producción, se podría considerar que también aquí EnchufeTV se asemeja al procedimiento de la Chanchada brasileña, sobre la cual Dias (1993, p.17, traducción propia) explica:

En una industria cultural, los productores deben considerar gustos, preferencias y valores de la población para garantizar la eficacia del producto. Se trata de un emprendimiento lucrativo que agrega los elementos heterogéneos, dispersos en la cultura social. En ella se integran, deliberadamente, los consumidores que actúan principalmente como distribuidores y reproductores del producto cultural, transformado en mercadería.

Existe una relación entre el proceso globalizado de la parodia presente en los episodios citados y la formación de identidades *post-modernas*, y es que la tendencia hacia una mayor interdependencia global está conduciendo al quiebre de las identidades culturales locales y está produciendo una fragmentación de códigos culturales (HALL, 2004, p. 390). En la webserie abordada esta relación es perceptible en los episodios analizados, existe una fragmentación de códigos culturales que se realiza con la dinámica de las mezclas: productos originales, como la saga de las películas hollywoodenses de Star Wars, son mezclados con otros productos, como el talk show peruano Laura en América; personajes originales, como el popular héroe Batman, son mezclados con fragmentos de identidades locales, al hacer que el personaje hable con el acento y jergas locales del actor que lo interpreta, etc.

Para concluir este capítulo, es importante destacar que EnchufeTV, para mantenerse como una de las webseries con mayor número de suscripciones y visualizaciones de la región, ha sabido hacer uso de las NTIC para abastecerse de conocimiento sobre la cultura audiovisual global. Será la dinámica de la industria cultural que guíe la selección de contenidos de la webserie, y, la formación de una identidad propia de todos sus episodios que logre que esta serie pueda consolidarse en el país, como asegura su director, como el producto audiovisual más visto en la historia nacional. Al ser la primera de muchas webseries existentes actualmente en Ecuador, logra, de esta manera, un apoyo que no había antes de EnchufeTV para nuevas webseries, nuevos productores, etc., y también, para que la televisión y el cine, por ejemplo, no se cierren a experimentar con productos nacionales.

CONSIDERACIONES FINALES

Se ha llegado al final de esta investigación, durante la cual se ha podido comprobar:

En el capítulo uno, que la convergencia del audiovisual, de la información y de las comunicaciones dio como resultado la aparición de las NTIC. Tecnologías que en el campo audiovisual han sido de gran importancia, generando en éste: nuevos formatos de productos audiovisuales, como por ejemplo las webseries; nuevas plataformas de exhibición, como por ejemplo YouTube; el abaratamiento de los costos de equipos de producción audiovisual digital; el incremento de la producción audiovisual digital en Internet en América Latina. Además, en este mismo capítulo se pudo verificar que en la región, se han creado diversos sitios web donde la gente interactúa intercambiando información, además de crear su propio contenido y exhibirlo en Internet, y que estos sitios web están en la lista de las diez páginas más visitadas de cada país. Comprobando así que el acceso a las NTIC ha sido de vital importancia en el proceso de cambio de como la sociedad interactúa, tanto local como globalmente.

En el capítulo dos, que el formato audiovisual digital webserie, ha permitido el incremento en Internet de gran cantidad de productos audiovisuales en casi toda América Latina. Por medio del conteo de las suscripciones y visualizaciones de las webseries también se ha comprobado la gran popularidad de este formato no sólo en la región, sino en el mundo, demostrado con ejemplos de las webseries más seguidas y vistas en la Internet. Además, en el capítulo se comprueba que el incremento en el número de webseries se debe a que su creación es menos complicada gracias al abaratamiento de los equipos de producción, al fácil acceso a plataformas de exhibición gratuita como YouTube o Vimeo, etc., ventajas traídas con las NTIC. Recalcando aquí, que los medios tradicionales como la televisión o el cine, no permiten, ni de manera cercana crear y exhibir contenido audiovisual con esta misma facilidad. Para terminar, en el capítulo se demuestra que la webserie ecuatoriana, EnchufeTV, es de hecho, como su director, Jorge Ulloa, afirma en el Anexo A, el producto audiovisual ecuatoriano más visto en la historia del país.

En el tercer y último capítulo, que desde la webserie EnchufeTV en Ecuador se ha incrementado la producción de webseries locales, esta vez, apoyadas por las mismas productoras de los canales de televisión, y hasta incentivadas por

organismos del Gobierno como por ejemplo la Superintendencia de Control de Poder del Mercado. Además, que EnchufeTV ha logrado que se inviertan los papeles, convirtiendo a Ecuador por medio de este producto audiovisual, en vendedor y no solo comprador de enlatados. Ulloa menciona que la televisión ecuatoriana está llena de productos audiovisuales comprados del extranjero, hecho que fue comprobado en el capítulo dos al demostrar que el porcentaje de éstos era mucho mayor que el porcentaje de productos nacionales en la televisión nacional. Sin embargo, en el caso de EnchufeTV, es lo contrario, siendo el producto en YouTube, a través del cambio de formato para televisión, vendido a canales en el extranjero y también dentro del país.

La bibliografía utilizada en la investigación fue relevante en cada punto del trabajo, ayudó a encontrar las relaciones que se querían establecer, variando desde temas más amplios como el impacto de las NTIC en el mundo, hasta temas más específicos como las identidades culturales locales. Además se comprobó a través del análisis la hipótesis presentada en la introducción: en el país la producción y exhibición audiovisual se ha incrementado, aprovechándose de los nuevos formatos audiovisuales traídos con las nuevas medias, causando en el mercado audiovisual local un crecimiento que ha sido marcado por la convergencia de los medios, ya que algunas de las webseries mencionadas son producidas por canales de televisión. La investigación demostró que en Ecuador: el acceso a Internet ha crecido de manera más intensa que en años anteriores, aunque de manera más notable en las zonas urbanas que en las zonas rurales; que un mayor porcentaje de la población está logrando acceder a equipos digitales de buena calidad por un precio más asequible, etc., y que en las nuevas plataformas de exhibición que la Internet ha traído consigo, la cantidad de productos audiovisuales ecuatorianos ha aumentado considerablemente en comparación a la casi nula presencia, en este caso en YouTube, de webseries del país antes de la aparición de EnchufeTV.

Se logró el objetivo de demostrar la importancia de las NTIC y la convergencia de los medios, colocando como ejemplo dos episodios de EnchufeTV, mediante los cuales, se pudo verificar el uso de la parodia para "burlarse" de productos audiovisuales populares en los medios tradicionales del país, variando desde productos del cine estadounidense como por ejemplo: Jason y Titanic; de la televisión de otros países como Laura en América de Perú y Pare de Sufrir de Brasil; hasta productos populares en Internet en el país, como las webseries Draw My Life de Irlanda y HolaSoyGerman de Chile. De esta forma, se observa que los realizadores

de EnchufeTV hacen uso de la dinámica *picaresca*, al colocarse, como productores de contenido audiovisual en un mercado dominado, en el papel de aquel héroe perdedor, débil pero astuto, que se beneficia de sus propias debilidades al hacer uso de la fortaleza del adversario para hacerse fuerte.

Se demostró que el formato audiovisual webserie logró inserirse en América Latina, creando una tabla con algunas de las webseries encontradas por cada país, solamente con excepción de Cuba, Haití, Nicaragua y República Dominicana. Y en el país, después de EnchufeTV, se originaron diferentes tipos de webseries, tanto de producción personal, como realizadas por productoras audiovisuales nacionales, con producción concentrada en su mayoría, en las ciudades con mayor acceso a telefonía e Internet del país.

Gracias a la entrevista concedida en el año 2015 por el director de EnchufeTV, Jorge Ulloa, se pudo comprobar que, aunque la webserie ha causado un incremento de interés en la exhibición de productos audiovisuales del país, aún no existen políticas públicas que incentiven la producción de este formato audiovisual. Se descubrió, a través de la página oficial del CNCine, que las producciones cinematográficas son las únicas que cuentan con apoyo del Gobierno, aunque Jorge Ulloa manifestó que casi siempre los que ganan esos incentivos son las personas que ya han dirigido éxitos en películas del país. Además, que en la televisión tampoco se quieren arriesgar con gente nueva o productos no probados, prefiriendo comprar productos extranjeros de *éxito comprobado* afuera para pasarlos en el país.

Con lo demostrado a través de esta investigación, se comprueba que es necesario que el mercado audiovisual del país regrese su mirada a la producción audiovisual nacional, incentivando el apoyo de productoras nacionales y hasta extranjeras establecidas en el país para creadores *frescos* que por falta de oportunidades, tienen que buscar otra forma de ganarse la vida al no poder competir con directores de renombre del país por no tener los mismos chances. Además, es necesario que también se establezcan políticas públicas que apoyen la creación de más productos audiovisuales en formato webserie, la cual se comprobó durante el análisis, que es más barata de producir que otros formatos audiovisuales.

Es probable que se pueda sacar provecho del formato audiovisual webserie, incentivando a nuevos productores audiovisuales, con un menor apoyo económico, el cual se incrementaría dependiendo de cómo le vaya a la webserie en suscripciones y visualizaciones en su plataforma de exhibición, la Internet.

Cabe mencionar también la importancia de la formación académica en el campo audiovisual en Ecuador, gracias a esta formación es que EnchufeTV pudo ser concebida como idea cuando los realizadores estaban a punto de formarse en el Instituto Cinematográfico (INCINE). Esta relación entre formación académica y producción audiovisual en el país también se puede percibir en el caso de Resaka.tv, la webserie co-producida en 2012 por el Instituto Superior de Estudios de Televisión (ITV). Por último, pero no menos importante, sin la debida formación académica en un curso superior, la realización de este análisis no habría sido posible. Destacando la gran importancia de esta formación para el desarrollo del campo audiovisual en Ecuador. Sería importante que se desarrollen investigaciones sobre este tema, ya que de esta manera se podrían realizar avances más grandes y consistentes para el desarrollo del audiovisual ecuatoriano.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

LIBROS

ANDERSON, Chris. **La Economía Long Tail**. Primera edición. Estados Unidos: Hyperion, 2006.

BENJAMIN, W. Discursos Interrumpidos I. **La Obra de Arte en la Época de su Reproductibilidad Técnica**. Taurus. Buenos Aires, 1989.

BLÁSQUEZ, J. y OTROS. **Nuevas Tecnologías de la Información y Comunicación para la Educación**. Alfa. Sevilla, 1994.

CANCLINI, N. **Culturas Híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad**. Editorial Grijalbo, S.A. de C.V. México D.F., 1990.

CASTELLS, M. **El Desafío Tecnológico. España y las nuevas tecnologías**. Ed. Alianza Editorial. Madrid, 1986.

COLOM, A. et al. **Tecnología y Medios Educativos**. Cincel. Madrid, 1988.

DANS, E. **Las nuevas tecnologías audiovisuales frente a los procesos tradicionales de comunicación**. Edita: Sociedad Latina de Comunicación Social – edición no venal - La Laguna (Tenerife), 2014 – Creative Commons.

DIAS, R. **O mundo como chanchada: cinema e imaginário das classes populares na década de 50**. Ed. Relume - Dumará. Río de Janeiro, 1993.

GARCÍA-VALCÁRCEL, A. Las Nuevas Tecnologías en la Formación del Profesorado. En: TEJEDOR, F. y VALCÁRCEL, A. **Perspectivas de las Nuevas Tecnologías en la Educación**. Narcea. Madrid, 1996.

GETINO, Octavio. **La Tercera Mirada. Panorama del audiovisual latinoamericano**. Editorial Paidós, SAICF. Primera Edición. Buenos Aires, 1996.

_____. **Cine Iberoamericano. Los Desafíos del Nuevo Siglo**. Ed. La Crijua Ciccus. Buenos Aires, 2007.

HALL, Stuart. **La Cuestión de la Identidad Cultural**. Edición en Español. Editora: Amorrortu. Buenos Aires, 2003.

JENKINS, Henry. **La Cultura de la Convergencia de los Medios de Comunicación**. Edición en Español. España: Ediciones Paidós Ibérica S.A., 2008.

KATZ, Raúl. **El ecosistema y la economía digital en América Latina**. Coordinación editorial de Fundación Telefónica: Rosa María Sáenz Peña. Primera edición: agosto de 2015.

LUCHETTI, A. **allTV – a primeira TV interativa da Internet 24 horas ao vivo**. Ed. Neoband Soluções Gráficas Ltda. São Paulo, 2008.

MACHADO, Arlindo. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. Coleção Campo Imagético.

Editorial: Papyrus. 6ta Edición. Campinas – SP, 2011.

MAJÓ, J. y MARQUÉS P. **La Revolución Educativa en la Era de Internet**. Praxis. Barcelona, 2002.

MEDRANO, G. **Nuevas Tecnologías en la Formación**. Eudema. Madrid, 1993.

MELEIRO, Alessandra. **Cinema e Mercado**. Escrituras Editora. São Paulo, 2010.

PARANAGUÁ, Paulo. **O cinema na América Latina: longe de Deus e perto de Hollywood**. Editora: L&PM Editores. São Paulo, 1985.

_____. **Tradición y Modernidad en el Cine de América Latina**. Editora: S.L. Fondo de Cultura Económica de España. México D.F., 2003.

POYATOS, Adriana. **Las Webseries Independientes: Objetivo comercial e impacto social**. Universidad Politécnica de Valencia. Gandía 2014. (Escuela Politécnica Superior de Gandía.

RODRÍGUEZ, J. y SÁENZ, O. **Tecnología Educativa. Nuevas Tecnologías Aplicadas a la Educación**. Marfil. Alcoy, 1995.

ARTÍCULOS

MORALES, F y Hernández P. Las webserie: convergencias y divergencias de un formato emergente de la narrativa en Red. Universidad Autónoma de Barcelona. Barcelona, 2012. Disponible en: <http://revistacomunicacion.org/pdf/n10/mesa1/011.La_webserie-convergencias_y_divergencias_de_un_formato_emergente_de_la_narrativa_en_Red.pdf>. Acceso en: 11 nov. 2016.

PALACIOS, Pablo. Ecuador mejora el acceso a nuevas tecnologías de la información. Disponible en: <<http://www.andes.info.ec/es/noticias/ecuador-mejora-acceso-nuevas-tecnologias-informacion.html>>. Acceso en: 15 jun. 2016.

SITEAL. La Brecha Digital en América Latina. Disponible en: <http://www.siteal.iipe-oei.org/sites/default/files/siteal_datodestacado25_20121205.pdf>. Acceso en: 15 jun. 2016.

VIEIRA, João. Este é Meu, é Seu, é Nosso. Introdução a parodia no cinema brasileiro. São Paulo, 1983. Disponible en: <<http://arteyfato.blogspot.com.br/2013/04/este-e-meu-e-seu-e-nosso-introducao.html>>. Acceso en: 11 nov. 2016.

ANEXOS

ANEXO A – ENTREVISTA A JORGE ULLOA, DIRECTOR DE ENCHUFETV

Iba a comenzar por el nombre y la profesión.

Ya, Jorge Washington Ulloa Chávez, mi profesión es Licenciado en Cine y Audiovisual.

Formado en Ecuador mismo?

En Ecuador mismo, en el INCINE.

Cuándo y por qué comenzaste a interesarte en lo audiovisual, o sea, en el mundo audiovisual?

Yo, desde pequeño. O sea, había una cámara de mi abuelo que era 8mm de banda magnética, con la que grabábamos un montón de ficciones chiquititas, copias de cosas, desde Vivos, hasta películas grandes con mi hermana, mis amigos, mis vecinos. Ahí comenzó la cosa, prácticamente de la obra de teatro que uno siempre muestra a los papas cuando están todos los adultos reunidos en la sala y viene el niño diciendo: les queremos mostrar una obra que hicimos con todos los niños. Pues lo mismo pero como ya había cámara decíamos: les queremos mostrar un video que hicimos con todos los niños. Entonces prácticamente era lo mismo, y ahí comenzó toda la cosa y entonces, me encantó y seguimos con eso hasta ahora.

Perfecto, eso fue de niño. Cuándo comenzaste a trabajar con esto?

Trabajar, en el colegio. Hacía videos que todos hemos hecho, desde videos de boda, ir a grabar una boda china con gente que no hablaba español, hasta videos de gente que juega tenis y quiere mandar su reel a Argentina para que le den una beca. O sea, en el colegio como trabajitos chiquitos prácticamente para sacar plata y seguir probando cosas. Después durante la carrera obviamente habían las mismas chauchas (trabajos pequeños) hasta el último año de carrera. Después dijimos: ok, larguémonos a hacer un proyecto. Consistía en crear uno para televisión abierto, y, todavía no estábamos graduados, estábamos en tercer año, y ahí fue cuando hicimos un piloto dentro de la universidad. Lo queríamos vender, era un piloto muy parecido a lo que ahora es EnchufeTV pero para televisión, o sea un marco de 21 minutos. Pero, nadie nos aceptó en ninguna televisora, entonces la única

plataforma fue el Internet, entonces ahí nació enchufe ya con marcos mucho más chiquitos como de 5 minutos.

Tienes idea del por qué en la televisión no quisieron este producto?

Es que como te debes haber dado cuenta, hay como un rechazo a las cosas nuevas, o sea, un rechazo a probar cosas que no han estado probadas. Ve aquí en el país, que se dedican un montón a traer enlatados (programas extranjeros que han tenido mucho rating afuera). Todo reality show ya se hizo afuera con el mismo nombre, lo compran y lo hacen aquí. Toda ficción que se quiere hacer como original del canal, aquí hecha en Ecuador, es en realidad una ficción enlatada de afuera, dejémonos de vainas (hablemos con la verdad). Desde hace 20 años, hasta ahora, no puedo dar ejemplos porque ya no veo tele, pero así ha sido, es como que si viene algo nuevo, y peor si es que es de aquí es como (la televisora hablando): aguanta (espera), para qué nos vamos a arriesgar si no está probado afuera?. Entonces prácticamente creo que esa es la razón por la que no entró el proyecto.

Entonces tú al igual que muchos, piensas que la televisión solo se fija en eso, o sea no solo en eso pero mayormente en lo que es la copia de otras cosas que ya se hacen afuera?

Sí, no sé cómo se hará afuera, no sé cómo se manejará este medio afuera pero acá en Ecuador eso es lo que pasa. O sea, todo programa hecho en Ecuador es un enlatado de afuera. No existe nada que sea 100% original. O sea, es así, y lamentablemente, entiendo, la televisión arriesga un montón de recursos, y ya de por sí tiene que ganar creo que el 40% o 60% , es estúpida la relación que gana la televisora con respecto al producto, entonces, si es que no se planea en esos rangos para ellos ya es pérdida. Y entiendo, tienen que sacar cosas recontra (muy) seguras para asegurar su ganancia, su supervivencia porque aparte, la televisión así como todo medio tradicional vive de una competencia directa con otras televisoras, a diferencia del Internet que prácticamente es un medio que no tiene horarios, entonces tú puedes ver algo que te gusta ahorita (ahora) y otra cosa que te gusta después, que puede ser completamente competencia con el primer producto que viste. Pero tú puedes consumir las dos cosas en el rato que quieras. En cambio, la televisión se maneja por horarios, por rating, tiene que competir y tiene que ganar, y no se puede arriesgar. Entonces entiendo por dónde va la cosa. Esa es la razón.

Claro, pero, después de su éxito en Internet, la televisión ha hablado con ustedes?

Sí claro, desde hace un montón de tiempo nos reunimos con todas las televisoras del país, todas nos ofrecieron algo, pero aun viéndonos como chamos (jóvenes menores), así como niños que están haciendo videos en Internet, entonces asumían que podían ofrecernos cualquier cosa para crear contenidos para ellos. Nunca llegamos a un acuerdo cerrado, excepto con Ecuavisa (canal de señal abierta pero no del gobierno de Ecuador) que se pasaban solo enlatados, entonces hicimos un enlatado de la primera temporada de Enchufe para televisión. Pero, percatándonos que son un poquito menos censurables para audiencia abierta, los vendimos, uno para Ecuavisa, otro para una televisora en Panamá, otro para México, pero bueno, hicimos un enlatado que lo podíamos vender, entonces con el único que hicimos un acuerdo ya cerrado fue con Ecuavisa. No para hacer nuevo contenido, si no para vender nuestros enlatados. Aparte porque para hacer nuevo contenido nosotros manejamos un presupuesto recontra (muy) alto, prácticamente por el hecho de querer emular al cine. Nosotros hacemos como pastillitas de cine de tres minutos para Internet, pero si quieres emular eso para 21 minutos es súper caro, y las emisoras no te van a dar el presupuesto que necesitas, entonces en vez de dañar el producto, preferimos decir que no. O sea, seguimos haciendo cosas chiquitas, mientras nosotros nos podamos financiar tal vez una serie por nuestro lado y después venderla, pero no podemos arriesgar la estética y el tiempo que hay que dedicar a esto.

Referencias que ustedes tengan del cine, de la televisión o del mismo Internet?

De cine, es chistoso, el equipo que se reunió para hacer enchufetv era un equipo súper particular dentro del cine. Tú debes haberte dado cuenta allá que todo el mundo se jacta de ver mientras cosas más raras mejor. Yo por ejemplo, te soy sincero, no había visto Bergman ni Fellini hasta que entré al Incine. Y es cine que nunca hubiera querido consumir en mi vida. Ahora me gustan ciertas cositas (que ellos hacen), pero antes, cuando era chiquito e iba pasando los canales en la tv veía Fellini y decía: qué carajo es esto? (La mayoría de la gente) Prefería pasar a Dalmatas o a Bethoven (la película del perro). Entonces es como, prácticamente el equipo que se unió a hacer Enchufe tenía los mismos gustos cinematográficos, gustos que tal vez peyorativamente se les puede llamar de comerciales, pero eran gustos universales al

mismo tiempo. O sea, eran cosas que tú le puedes poner a ver a tu papá a tu mamá y les gusta. Versus (en comparación a) tú le dices, vea, hay un director increíble, que sí es increíble por ejemplo Bergman, y les pones a ver y no se aguantan (no logran ver), no se van a aguantar más de la primera escena, y es como, nosotros queremos hacer cine para la gente. O sea una de las cosas más lindas de este “gusto cinematográfico comercial” es que lo puedes usar para compartir con un millón de personas sin tú estar ahí, entonces mientras más puedas compartirlo mejor. Y es lo que pensamos todos, por eso nuestros referentes son Spielberg, Nolan, Woody Allen en sus obras más locas. Son referentes recontra (súper) mainstream. En Internet tenemos un referente súper base desde el inicio que es la webserie CollegeHumor, que es este canal gringo (estadounidense) de sketches que es súper parecido al nuestro pero gringo y es mucho más antiguo. Y Freddy Wong, que es un surcoreano radicado en LA que prácticamente tiene un montón de sketches y esto te va a interesar un montón a vos por el trabajo que estás haciendo en tu tesis. El tipo es un pionero de efectos visuales para YouTube. O sea el tipo es un tipo que copiaba de todas las películas de acción. O sea prácticamente desglosó como hacer que un disparo real versus un disparo que se vea digital y lo bacán (mejor) es que el tipo lo comparte y lo muestra. Vean un disparo real se ve así y así lo tienes que hacer, y era un tipo que nosotros lo agarramos y lo desglosamos nosotros mismos para nuestros medios y lo seguimos haciendo. Entonces nuestros referentes más grandes como te digo es CollegeHumor, Freddy Wong, Spielberg y el mainstream hollywoodense.

Conocen la serie web Porta dos Fundos?

Sí, es buenísima, a mí me encanta. Hay Parafernalia, y Porta dos Fundos. También se convirtió en un referente nuestro, ya después, creo que nacimos en un tiempo parecido. Ellos tienen una audiencia más grande que la nuestra. Es súper bacán cachar (ver) que el hecho de que sea en Portugués lo haga más grande. Son buenísimos, los manes (tipos) a mí me encantan.

Cuando comenzaron cuáles fueron los principales desafíos que tuvieron, y cómo los superaron si es que los superaron?

Hay un montón (muchos), uno de esos es la juventud, así con la que nos lanzamos a hacer esto, yo tenía 20 años, mis amigos eran mis compañeros, eran mis contemporáneos, y se tiende a la desconfianza en qué pueden hacer estos

chamos que solo están pensando en chupar (beber alcohol), en farra (fiesta), en toda la cosa. Un obstáculo puede ser la edad, otro es, justamente, la plataforma y el guion. O sea, nosotros empezamos a hacer Enchufetv, una de las razones por la que se llama Enchufetv, es porque queríamos hacer una página web, no queríamos lanzar todo nuestro contenido en YouTube, sino que queríamos hacer una plataforma de videos nuestros. Se llamaba Enchufe. Enchufe nació porque estábamos buscando la conexión con el espectador que te da el Internet por el hecho de que es súper exacto el resultado que te da. O sea, si es que una persona vio esto, esa persona se cuenta, si es que a esa persona no le gustó, esa persona puede dar su opinión sobre el contenido y poner no me gusta, o sí me gusta en caso contrario, y todo eso se cuenta. Versus la televisión, versus cualquier medio tradicional que, por ejemplo, aquí yo que sé, 300 puntos de rating repartidos por 300 televisores y ahí es cuando con esos puntos se extrapolizan, bueno, se hace extrapolar el resultado y sacas el rating que se supone que ve todo el país dentro de los 13 millones. En cambio en el Internet, que cada cosa cuenta y es súper exacto y es prácticamente por eso que venía la conexión de eso con Enchufe. Y la CH por latino, o sea Chespirito, Chompiras, o sea la CH es súper latina y agarramos el nombre, pero el punto tv (.tv) era porque iba a ser enchufe.com, pero ya estaba comprado, entonces compramos el “.tv” que iba a ser nuestra plataforma web. Un amigo de mi papá es ingeniero en sistemas durísimo (famoso y con contactos) acá. Le presentamos el proyecto y le dijimos: mira, queremos hacer una página web con este contenido y etc., y él dijo: vean, no se metan en eso, o sea, primero, el contenido que ustedes proponen es en Español y el Internet no es en Español, es en Inglés, cosa que ya nos habían repetido un montón de personas. Él dijo: Por qué no lo hacen mejor en Inglés? Y nosotros dijimos que no, o sea, en Inglés hay un montón de contenido parecido, lo que no hay es en Español y justamente encontramos el nicho vacío, que no existía ese tipo de contenido en Español. Luego él dijo: si no quieres hacerlo en Inglés, hazlo en un español neutro. Y dijimos: no, o sea, somos ecuatorianos, queremos hablar que somos ecuatorianos, queremos dar a conocer al mundo que somos ecuatorianos, o sea, los mexicanos no tienen miedo de decir chanfle, torta de jamón, aguas frescas. Nosotros también podemos decir chuta, bacán, y que la gente nos entienda, a la final, o sea, por qué negarnos. Entonces prácticamente estos baches que teníamos era como de: no nos apoyan porque estamos basándonos, según ellos (el resto de gente), en un nicho súper chiquito que nos iba a entender. Porque así ha sido aquí, tú te has de acordar, cuando vivías acá,

el sólo hecho de hacer que un quiteño (oriundo de Quito, en la sierra ecuatoriana) haga que su contenido lo vea un guayaquileño (oriundo de Guayaquil, en la costa de Ecuador) ya era difícil, entonces peor que un quiteño haga que su contenido lo vea el resto del mundo. Pero la cosa es enfrentar esos miedos, y lanzarse, o sea, por ejemplo, Lorca, Murnó (personajes famosos de tv de Ecuador), eran super lojanistas (oriundos de Loja que usan muchas frases solo entendidas ahí, Loja queda en la frontera con Perú al sur), o sea los tipos hablaban como en su pueblo más chiquito se hablaba su idioma, y eso es lo que los hizo universales. Un maestro de dramaturgia me dijo una vez para ser universal tienes que pasar por la aldea. Entonces prácticamente era algo que nosotros queríamos, estábamos convencidos. Los obstáculos: no lo hagan en este idioma; no lo hagan en Internet porque aparte nadie consume Internet en español y peor ecuatoriano; la juventud; ser súper mal hablados entre comillas, solo queríamos ser genuinos, no queríamos ser irreverentes por ser irreverentes, o sea, decimos puta madre porque si es que alguien te asusta detrás de una puerta (en Ecuador) no vas a decir “rayos”, vas a decir “puta madre”, o sea, así decimos. Queríamos plantear lo genuinos que podemos ser, o sea, prácticamente nuestro ideal dentro de todo el producto estaba lleno de baches que pasar, y se han superado algunos, algunos otros no. Por ejemplo aquí en Ecuador, lastimosamente no somos tan bien acogidos por la élite cinematográfica, por el público sí un montón, es súper lindo, pero no tanto por el nicho cinematográfico local, es decir por este nicho de “la floresta” (local cinematográfico ecuatoriano) que dice qué está bien y que está mal en el cine. Nos ven como chamos (jóvenes) que hacen videos chistosos en el Internet cuando en realidad es el producto audiovisual ecuatoriano más visto en la historia y mas internacionalizado en la historia del país. Pero nunca lo van a ver así, sino como chamos haciendo videos para Internet. Es un nicho al que se supone que hay que entrar para poder ser algo acá, y es un obstáculo que tal vez no se ha superado y sabes qué, tal vez ni me interesa que sea superado porque no vivimos de ellos, vivimos de la gente que nos quiere y a la par por la que hacemos esto. Otro obstáculo han sido los medios tradicionales, que es lo que ya te conté, y el hecho de ser como nuevos en esto e ir equivocándonos a cada rato, todo el tiempo nos estamos equivocando y estamos tratando de salir de ese hueco que nosotros nos metemos a veces, y superamos un hueco, salimos de uno y caemos en otro. Desde la administración de una empresa para nosotros, que somos súper nuevos para administrar una empresa, tenemos unos errores estúpidamente garrafales pero, igual,

tenemos que salir de eso, y baches hay todo el tiempo, o sea, no creo que dejemos de tener baches.

En este momento cómo es financiado y cuál es la dinámica de producción?

EnchufeTv tienes varias vías de financiamiento. Touché Films es la empresa casa productora de Enchufetv. Enchufetv hasta ahora, después de tres años, es el único producto de la casa productora de Touché Films. La primer financiadora es la empresa. YouTube, nos da muy poco dinero por los 90 millones de reproducciones que hacemos mensuales, nos da como 30 mil dólares mensuales que no alcanza para mucho, para lo que cuesta la producción. La producción tiene un costo anual de 800 mil dólares que tenemos que cubrir y por lo que tenemos varias líneas de mercado, por ejemplo: los sponsors, que salen algunos miércoles de la semana que son clientes que se alinean a la marca, o sea, es decir, vender publicidad en YouTube que no sea invasiva, que sea de igual manera elegible por el espectador; las redes sociales son sponsors que son fuera de nuestro canal, que prácticamente es el mismo producto para otras marcas pero para sus canales, donde nosotros utilizamos a las redes para llevar allá a la gente, que ha resultado súper bien. Las ventas en las marcas que están aliadas con nosotros han subido tremendamente por eso es que cierran de dos a tres años seguidos con nosotros. Entonces es prácticamente como nos financiamos en Enchufetv para seguir haciendo lo nuestro. No queremos ser una productora, no queremos que venga una marca y que diga háganme este comercial, si no que queremos que venga una productora y diga: asociémonos, éste es mi producto, que es lo que pueden hacer por nosotros?. Prácticamente lo que hacemos es, nuestra firma para ti, o sea, crear contenido, es lo que queremos ser, generadores de contenido y, no de comerciales, ya hicimos dos, como EnchufeTv y toda nuestra vida antes del programa, y ya porque teníamos que hacerlo, pero nuestra línea es la siguiente: nosotros queremos generar contenido mas no producirlo, entonces es como, se financia por la red sponsor, por ahora por ejemplo, vamos a hacer una película que va a ser financiada con Dinamo en Colombia, entonces, también se busca aliados estratégicos, tenemos un aliado estratégico que también es inversor en los ángeles que se llama Me2, que es la network (red) de nosotros, también tenemos un aliado estratégico en México que es Derbéz. Entonces prácticamente, buscar estas alianzas estratégicas donde nosotros podemos dar nuestro trabajo y a la vez obtener una fuente de poder económico y de conocimiento también, que es creo que más

importante que cualquier otra cosa, entonces así es como se financia la empresa, estamos buscando igual nuevos medios de financiamiento con nuevos productos para que se diversifique la empresa y seguir echándole para arriba y es más o menos como nos financiamos.

La película que van a hacer va a ser un largometraje?

Es un largometraje de 90 minutos que está ahorita en la etapa de preproducción, el título todavía está en working (preparación), pero sí, es esta coproducción con Colombia, se graba ya en cuatro meses. En Ecuador.

Cómo es la audiencia de EnchufeTV?

Lo que nos lanzan los números es, 17 a 24 años, personas de 17 a 24 años, mientras más chiquitos son más mujeres, mientras más crecen son más hombres, lo que me hace pensar que mientras más crecemos los hombres menos maduramos y seguimos viendo güebadas (tonterías). Entonces a veces es eso, pero es una fauna súper extraña, nosotros estamos, por ejemplo, en un colegio de niños chiquitos y vienen corriendo por nosotros. Son niños chiquititos (muy chiquitos) que dicen “iguálate, iguálate” (una frase muy usada en uno de sus más famosos videos: <<https://www.youtube.com/watch?v=F3s-iS224D8>>), no pueden decir tal vez mamá o papá pero ya dicen “iguálate”. Otras veces vamos a conferencias grandes y hay señores viejos mayores que también nos felicitan y que dicen que les encanta “comprar condones” (<<https://www.youtube.com/watch?v=BtmlIRE4ly5Y>>). Hay gente, señoras que nos dicen: disculpen, una foto para mi hijo, y el esposo que está tomando la foto dice: bien que tú eres la que ves el programa y por eso les reconociste. Entonces es como, hay señores, niños, viejos, maestros, metaleros, la audiencia es súper variada. Y es tal vez por la diversificación del contenido. Así como hay gente que odia lo que hacemos, hay gente a la que le gusta un montón. No sabemos qué exactamente, quienes son, es súper raro codificarles. No te podría decir: nosotros hacemos para niños de 13 años que tengan un estatus medio alto. O sea, cero, hacemos lo que a nosotros nos gustaría ver y así se expandió la audiencia con un montón de géneros. Te juro que me encantaría saber la razón como para poder seguir emulándola pero, puede ser, por ejemplo, a mí, no sé si es porque salen niños, les gusta a los niños porque cuando yo era chiquito veía el show de Scooby, pero cuando salía el sobrino de Scooby odiaba la pendejada. Me gustaba verle al Scooby, así como

cuando salía Popeye, y salían los hijitos, odiaba. Entonces no sé si es que a los niños les gusta porque salen niños, tal vez a las mamás les gusta más cuando salen niños que a los niños mismo. Entonces es súper indescifrable, creo eso. Pero por ahí va. Creo que más es cuestión de temas, o sea es una cuestión de identificación con diferentes temas. Porque hay oficinistas que se emborrachan y pueden compartirse entre tipos “etapas de la borrachera” (<<https://www.youtube.com/watch?v=4Vvd7bqlcQ0>>), hay padres e hijos que tienen una conexión súper grande y el hijo le muestra al papá , mira este video cuando el papá y el hijo juegan a los disparos, creo que es como la diversificación del tema más que los personajes, creo que va por eso.

Cuál es el tamaño del equipo, y qué equipos utilizaban al comienzo y utilizan ahora si es que ha habido cambios?

Al principio era: una dslr, una dslr de fotos, una 7d mía, que la utilizábamos para grabar, para hacer los doblajes, ahí mismo el micrófono de la 7d y una computadora de otro de los socios, comenzamos 4. Y ahora somos en la empresa en nómina más de 30, en total podríamos llegar a las 50 personas ya. Ya ahora no es una dslr, si no una red scarlet, ya monitores grandes, un kit de luz enorme, sets de grabación. Antes grabábamos en mi casa, o sea “dos tipos en un ascensor” (<https://www.youtube.com/watch?v=zNnG_Uosj4E>) fue grabado arriba. Hay una ducha en el quinto piso, y prácticamente fue con esa, las puertas de la ducha eran grises y parecía ascensor, entonces nos metíamos tres personas a grabar ahí, ahora ya es como un set construido para grabar eso. Cambian las cosas, cambian, a mí en lo personal sí me gusta un montón el trabajo de al principio, me gusta un montón ser recursivo, y es lo que hago que no quiero perder nunca, no quiero tampoco ir llenándome de equipos y pendejadas. Me encantaba cuando no teníamos Dolly y usábamos un rodapiés o una alfombrita y jalábamos para dar esa sensación, y eso es lo que igual me sigue gustando, como por ejemplo, trabajar un montón con luz natural. En set ya no trabajamos con luz natural porque no hay como, pero si es que hay el chance (oportunidad), lo hacemos. Es bueno trabajar en set, porque claro, con luz natural es como: ya son las 6 de la tarde, nos faltan 10 planos y no hemos acabado y se fregó (arruinó el plan de grabar), mientras que en el set la misma luz permanece todo el día y estás más tranquilo. Igual sí me gusta este trabajo de ser recursivo, o sea de agarrar y ver como si queremos hacer una pluma, y no tenemos pluma, es

como ver cómo, o sea agarra una cuerda, una polea mientras jalas el trípode, o sea creo que es importante no perder eso porque eso te hace más creativo con las soluciones. Por ejemplo George Lucas, o sea, si te pones a ver la saga de Star Wars, las tres primeras hechas son más chéveres que las tres últimas hechas, es porque de alguna manera al principio no tenían la tecnología, no tenían los equipos para hacer lo que el director quería, tenía que ser súper creativo, y el arte por necesidad es súper chévere. En cambio cuando ya tienen todas las cosas, ya la creatividad se queda en otra parte, entonces sí, eso, los equipos han crecido un montón pero es bueno ser recursivo.

Desde cuando comenzaron a utilizar los efectos visuales digitales?

Desde el principio, desde nuestros primeros contenidos, o sea, somos tres socios, de los cuatro que empezamos tres conocíamos un poquito del After Effects. En el Incine nos dieron bases, pero yo desde los 15 años ya me moneaba (manejaba un poco) el After. Igualmente Cristian Moya, y éramos los del Incine que podíamos hacer efectitos (efectos pequeños) y a los que (los otros estudiantes) nos pedían favores y hacíamos lo que podíamos. Así precariamente, pero, era algo que sabíamos que iba con nuestro lenguaje, o sea, nuestro lenguaje requería esta onda medio dibujo animada que necesita efectos visuales, entonces desde el principio empezamos a utilizar los efectos visuales como un apoyo para el lenguaje con el que queríamos contar nuestras historias.

Las ventajas y desventajas del uso de los efectos.

Buena pregunta, las ventajas: la primera es que al poder manejar los efectos visuales, puedes resolver cosas que sin conocer la herramienta, las botas (colocas en el video) nomás, omites eso de no poder resolver, efectos visuales invisibles, o sea, no tiene que ser un disparo o una explosión. El hecho de poder borrar un boom, de poder hacer que el pelo vuele con un ventilador, o sea el simple hecho de poder borrar el ventilador para que el pelo vuele bacán, el simple hecho de poder hacer que el “terapeuta cizañoso” (<https://www.youtube.com/watch?v=AKVAI8OM2gQ>) pase a un primer término y las cosas atrás cambien, son efectos visuales como invisibles, pero que le da que quieres dar. Por otro lado, tenemos los efectos visuales que son súper visibles, que son prácticamente descarados, como explosiones, fuegos, cosas que, prácticamente un

montón de gente se limita a hacer por el hecho de no saber cómo hacerlo, no saber cómo manejarlo. Entonces mejor lo relacionas de otra manera, que es como: probemos, o sea, no sabemos cómo hacerlo tampoco pero investiguémoslo y vayamos con eso. Creo que los efectos visuales sí te dan una ventaja súper bacán en no limitarte a contar la historia como tú la quieres contar. Y las desventajas son, por ejemplo, que a veces, te dejas cegar por los efectos (digitales). Antes las películas enteras eran llenas de efectos prácticos, o sea, *La Mosca* es como una cuestión llena de maniqués que se abren la cabeza y sale un tipo disfrazado por afuera, un robot, un animatronic, yo que sé, que hacen que el cine también sea cine y ahora se ha perdido un montón, o sea, si tú te pones a ver el nuevo tráiler de Jurassic Park y lo comparas con la vieja película de Jurassic Park es como que ahora sí todo es efecto (digital). Todo es un montón de dinosaurios en 3d. La combinación que le dio Steven Spielberg al inicio, que era como en parte animatronic, en parte muñecos, en parte computadora, es lo que justamente hace que, hasta ahora no podamos ver mejores dinosaurios que esos. Entonces es como que tal vez la desventaja es que ahora se puede hacer todo en computadora, ya no te esfuerzas para resolver cosas en vivo, en carne, y creo que sí hay que recuperar eso.

Qué otros programas y equipos utilizan ustedes para crear los efectos aparte de After Effects?

Somos muy de After, somos muy fieles porque con eso comenzamos. Ha habido post-productores que han querido comenzar a utilizar Maya, hemos utilizado un poco de 3d max, hay un montón de software libres que hemos también utilizado a veces desde el principio (de un video) hasta el final. No me acuerdo del nombre de un programa que se está utilizando ahora para crear una simulación de olas para un video que va a salir en diciembre, que es un software libre francés. Siempre es como: ok, necesitamos hacer esto y revisemos en Internet como lo podremos hacer, necesitamos este programa, compremos la licencia, o si es que es libre bajemos el programa y hagamos. Los programas vienen de acuerdo a la necesidad que tengamos, pero de ahí somos muy After.

Para montar usan Adobe Premiere Pro?

Sí, para montar usamos Adobe Premiere Pro.

Utilizan el Final Cut?

Al principio trabajábamos con Final Cut porque teníamos macbooks, después ya nos cambiamos a pcs normales para ir aumentándole la memoria y lo que queramos. Ahora sí es Adobe Premiere Pro, pero con el setting de Final Cut, porque estamos acostumbradísimos a utilizar la herramienta. En Adobe Premiere es como quieras usarlo, entonces lo usamos con los ajustes de Final Cut.

Entonces ustedes cambiaron de Mac a PC porque podían configurarlo más?

Sí, o sea, yo no sé mucho de tecnología, no entiendo mucho del tema, pero Cristian Moya, que es nuestro otro socio, y Andrés Centeno, también socio, son súper geeks, son muy metidos en las computadoras y toda la cosa, y ellos optaron por pcs y nos va súper bien, nos va recontra bien. La macbook de la que te estoy hablando yo ahorita era mía, y estaba en la empresa hace dos años, es en la que editamos algunos videos, y ya me la devolvieron porque ya no vamos a usar macbook. Se compraron muchas pcs y están bien, o sea, a la final no hemos tenido problemas, se sabe manejar bien el equipo. Creo que la macbook tal vez es cuestión más de marca que de cuanto pueda dar funcionamiento, son buenísimas, a mí me encantan las macbook, pero nos ha ido bien, o sea, no sabría darte una queja en realidad.

Entonces fue porque quisieron, no porque necesitaron hacer la mudanza de Macbooks a PCs?

No, yo creo que daría lo mismo. Creo que es más barato PC, y te da mayor versatilidad.

Tienen un equipo especial encargado de la creación de los efectos visuales digitales?

Sí, al principio éramos el Moya y yo. Después fue una compositora que es buenísima que se llama Rafaela Valdivieso, ella se dedicaba solo a los efectos. Después ella se fue a estudiar y nos fuimos con Bonjour que es la empresa con la que estamos ahorita, es la empresa que está in-house, pero es una empresa aparte que también tiene sus proyectos personales. Nos va súper bien trabajando. Con Bonjour trabajan unas 5 personas dedicadas a los efectos, o sea, el montaje, ellos se dedican de toda la post-producción de Enchufe.

Antes de esto Rafaela Valdivieso se encargaba de todo lo que era los efectos visuales digitales para la serie web y ahora lo hace una empresa?

No, ella se encargaba de todo lo que eran los efectos, ahora, las 7 personas se encargan de toda la post producción, porque ahora son 2 personas que se encargan de sonido, 2 personas que se encargan de montaje, tal vez 2 que se encargan de los efectos y 1 que se encarga de la coordinación de todo este proceso. Entonces, antes, Rafaela Valdivieso se encargaba de los efectos, entonces lo de las 2 personas, y teníamos un editor que es Orlando Vera, que es actor también , él era el editor y teníamos igual 2 personas en sonido.

Quién se encarga de montar?

En Bonjour se saben dividir todo el trabajo, entonces no hay una persona específica, se dividen, se apoyan entre ellos.

Cómo es el mercado audiovisual ecuatoriano en relación al uso de efectos visuales digitales? No he visto mucho uso de efectos en productos audiovisuales ecuatorianos.

No, para las películas se utilizan mucho para corregir cositas, o sea, para corregir que se metió el boom, que se metió el script, que ese paso hay que borrar, o sea, para correcciones más que nada. Uno que otro se arriesga a hacer un efecto como el de “a tus espaldas” (película ecuatoriana del 2010) que explotaron a la Virgen del Panecillo completamente fuera de contexto. Mandaron a hacer eso a Brasil o a Argentina, pero de ahí es una excepción en el mercado del cine ecuatoriano. En el mercado de la televisión son efectos que se manejan *in-house* con su televisora, dependiendo del producto, a veces arriesgándose a hacer efectos especiales súper baratos y de composición súper básica, pero son excepciones igual, no es que hay muchos efectos visuales en los productos audiovisuales ecuatorianos. Hay episodios en cada serie que intentaron usar, por ejemplo, una explosión y muy mal hecha. Y de ahí, en donde sí se maneja un montón de post-producción súper pulida, súper bien, es en comerciales aquí, o sea comerciales sí utilizan un montón de post-producción que a veces es manejada en el país, y a veces manejada en co-producción. También hay personas de afuera que hacen aquí dentro. En donde se maneja un montón de

trabajo de post-producción es en comerciales y es caro. Es súper caro porque es muy pulido. Eso es básicamente, porque por ejemplo Bonjour sí tiene trabajos extras donde prácticamente le entran comerciales, a veces sólo la corrección de colores y la viñera que está abajo, que dice "Orve Hogar" (tienda ecuatoriana de electrodomésticos) o cualquier pendejada, y pocas veces efectos de ficción para algunos comerciales. No hay nada más, tengo muy buenos amigos post-productores, es más, uno de mis socios es un post-productor graduado, con master en Barcelona, y él lo único donde pudo trabajar en ese aspecto era en comerciales, no tiene otro campo en Ecuador. Tengo otro amigo que es súper bueno, es uno de los tucos (mejores) de acá de post-producción y trabaja en *Gamavisión* (canal ecuatoriano de señal abierta pero no del Gobierno) pero a lo único que se dedica es a poner la claqueta que dice: más adelante la virgen de Guadalupe porque no tiene otra cosa, y es como, las claquetas que dicen: domingo, a las 3 de la tarde, etc. Es composición 2d para claquetas, de ahí en ficción sí se puede decir que solo Enchufetv y comerciales son los productos audiovisuales ecuatorianos que usan efectos seguidamente, nada más.

En qué momento BonjourJTB y EnchufeTV entraron en contacto?

Este socio post-productor que te cuento que era compañero, es de Ibarra (una ciudad del norte de Ecuador), y era amigo desde Ibarra del fundador de BonjourTB, contemporáneos, 30 años los dos. El fundador de Bonjour es súper buena gente, se convirtió en un amigo súper querido mío cuando entró a trabajar, y entonces prácticamente le dijo: oye, Bonjour está haciendo un montón de trabajo para comerciales y le dijo también: te interesa hacer esto (efectos visuales digitales para EnchufeTV)? Y él respondió: sabes qué, me interesa un montón, sé que voy a ganar mucho menos pero es lo que siempre buscamos hacer, meter el efecto en la ficción. "No estudiamos para hacer una claqueta, es para lo que menos se estudia, yo me meto de una (sin pensarlo, enseguida)", y se metió, y está ahí *al filo del cañón* (en todo, para la "guerra") todo el tiempo, súper preocupado de cómo salen las cosas, de cómo pueden salir, de probar cosas nuevas. Estamos en dos proyectos que vamos a seguir con ellos, de sólo post-producción, sólo 3d, sólo animación, y es justamente eso lo que motiva al artista, porque la persona que se dedica a la post-producción es artista, entonces lo que quieren hacer es arte y es a lo que estamos yendo ahorita.

BonjourTb ya tenía referencias anteriores con comerciales, habían trabajado en

ficción antes o con ustedes comenzaron?

No, sólo con nosotros, es que no hay más ficción aquí. Raúl Monje que es el dueño de Bonjour, había hecho como cosas de ficción en Francia, porque él es graduado en Francia de Post-Productor, cosas como estudiantiles más que nada, pero de ahí no. Ellos igual ganaron en CNCine una convocatoria para hacer un cortometraje en 3d de Cantuña (personaje histórico ecuatoriano), pero eso es por ellos mismo.

Me dijiste que Paúl Monje es el dueño y él tiene un post doctorado en Francia, es en efectos visuales?

En efectos visuales, sí, él es, no sé cómo se llamará exactamente la carrera pero claro, él se especializó en efectos visuales, en composición, 3d, es súper bueno, es súper talentoso, y tiene unas cosas hechas como estudiante.

Con referencia al futuro, tiene algún plan a futuro en ficción y con efectos visuales o por el momento no piensa en eso y sólo con ustedes?

Nosotros ahorita como Touché, estamos en un proyecto, en una etapa bien bonita en la empresa en la que, justamente como te decía, queremos buscar nuevos proyectos, entonces en junio se abre una convocatoria interna de la empresa donde todas las personas que trabajan en la empresa pueden, o sea, todos tienen proyectos que siempre han querido hacer, entonces como que se pueden presentar esos proyectos, de los cuales 4 se harán pilotos. Se van a realizar a la final solo 2 cada año. Uno que quiere presentar Bonjour es una animación, completamente de animación digital, súper chévere. Y claro, o sea, es en lo que estamos yendo ahorita, y espero que se dé, yo estoy re contra emocionado para ver nuevos proyectos y poder aportar en eso. Hay proyectos a futuro en ese aspecto, y bueno, con la película y todo, súper metidos.

Los efectos visuales digitales son la mejor vía para un mercado audiovisual más barato o crees que al final salen más caros? Es más viable usar efectos visuales digitales para hacer algo o es mejor crear toda la cosa y hacerlo?

Eso sí es súper específico, es como: tal vez aquí en este plano, qué es lo que nos conviene más? Hacerlo digital o hacerlo real?. Lo que siempre hemos

hablado con Bonjour, todo tiene que ser una combinación de las dos cosas, por ejemplo, si quieres meter fuego, tienes que acolitar (ayudar) para que, a ese fuego digital ponerle luz que titile en la vida real, poner sudor en la gente, o sea, todo es una combinación de las dos cosas. A la final el efecto visual digital sí es una alternativa para aminorar costos. De ley, o sea, una pantalla verde es un trabajo de un día en post-producción pero que tal vez en la vida real hubiera costado un montón de dinero y mucho más tiempo. Tal vez, o sea, tiene un montón de razones: a veces por seguridad, a veces por tiempo, a veces por recursos, por eso se trata de aminorar costos en digital. De ahí el 3d es súper caro, por eso es que no hemos hecho casi nada en 3d. 3d a cada minuto, cada segundo de animación cuesta, por lo menos aquí en el país, 300 dólares, entonces es caro. Allá no nos queremos meter mucho por ahora, pero de ahí obviamente la solución digital te aminora un montón de costos.

Eso es un punto importante, porque la tesis (en ese entonces) tiene que ver bastante con el tema del abaratamiento de los costos usando efectos digitales.

O sea, más que abaratar costos, porque es caro, pero puede hacer que una cosa que cueste mil dólares parezca de 10 mil dólares, esa es la cosa, lo que puede hacer es extrapolar tu presupuesto hacia fuera, no tu presupuesto hacia adentro, sino tu presupuesto hacia los espectadores. Hacer que el production value suba sin que te cueste mucho, te cuesta pero lo subes hasta donde nunca hubieras podido alcanzar para...

Entonces sería que en vez de abaratamiento de costos, sería...

Sería subir el production value de las cosas.

Una pregunta que es para Bonjour, qué significan los efectos visuales para ellos? En la industria audiovisual, cuál es la importancia de los efectos visuales en este momento para la industria audiovisual ecuatoriana?

Verás, por lo que he hablado con ellos, ellos también tenían la misma bronca con los medios tradicionales de que ya no querían o se sentían con la responsabilidad de salvar al audiovisual nacional. Ya no querían ver renos de Supermaxi (supermercado ecuatoriano) súper 3d que parecen plastilina caminando con los brazos súper abiertos, si no que quieren ver una animación a lo Pixar. Y es como, siempre tienes esa idea de que las cosas de afuera son mejores porque tú ves

una animación nacional y una animación de afuera y cambian un montón, y eso simplemente no es porque son más talentosos afuera, pueden tener más tiempo y más dinero y lo que sea, pero es lo que justamente querían rescatar ellos: aquí también se pueden hacer cosas buenas, o sea, nos podemos dar el trabajo, podemos sacrificar un montón de cosas, para que cuando veas digas: que bacán, esta cosa es ecuatoriana, que chévere! Y que con el constante trabajo de este efecto, en algunos años ya no te sorprenda y simplemente sea: es bacán porque es ecuatoriano. Entonces es como una necesidad que ellos también tenían que lo hemos conversado un montón de veces.

Esas son todas las preguntas.

Chévere, perdón por la demora loco, no tienes idea, no me he podido afeitar. Muchas gracias, ve, un abrazo enorme y dale loco, dale , que bacán que estés estudiando allá.