

Un programa transmedia de *sketches* de humor revoluciona la TV y las redes sociales en Ecuador

Carlos Ortiz¹-Universidad Técnica Particular de Loja- ccortiz@utpl.edu.ec

Miguel Granda²- Universidad Técnica Particular de Loja-

megranda2@utpl.edu.ec

Resumen: Un proyecto creativo de “garaje”, que surge de un grupo de jóvenes cineastas ecuatorianos talentosos, se ha convertido en menos de tres años en todo un éxito de televisión e Internet que revoluciona las audiencias y las redes sociales cada vez que se emiten o difunden sus nuevos vídeos. Debutó con su primer sketch de humor, en plan broma audiovisual, el 13 de noviembre de 2011 en Internet, fue creciendo y experimentando con lenguajes transmedia a través de Youtube, convirtiéndose en canal de vídeo en esa red social audiovisual y saltó a la pantalla tradicional de la televisión en 14 de septiembre de 2013. Cosecha audiencias y viraliza contactos millonarios tanto en la televisión tradicional como en las redes sociales. Es un curioso experimento de remediación audiovisual, en el que los nuevos medios sociales digitales alumbran un proyecto spin-off que luego da vida a un programa de éxito de la tradicional, conservando toda su genuina y original potencia transmedia. Esta comunicación analiza el caso del programa “Enchufe TV”, creado y desarrollado por la productora Touché Films, desde su génesis en Internet y Youtube hasta su actual emisión en el canal comercial tradicional de Ecuavisa y que tiene en proyecto producir una película de cine en Ecuador.

1 Carlos Ortiz: Docente investigador de la Universidad Técnica Particular de Loja, trabaja en temas de documental y audiovisuales. Productor audiovisual. Doctorando de la Universidad de Santiago de Compostela.

2 Miguel Granda: Estudiante de comunicación social. Locutor radial. Realiza su tesis de licenciatura con el tema: Gestión de las redes sociales digitales en los programas de entretenimiento de la tv nacional de Ecuador.

Palabras clave: remediación, entretenimiento televisivo, transmedia, viralización, redes sociales.

1.Introducción

El número y relevancia de las investigaciones sobre las redes sociales digitales, con respecto a las ciencias de la comunicación y el análisis de redes sociales, aún es pequeño pero crece exponencialmente, en la presente investigación nos enfocaremos en como las redes sociales pueden ser plataformas para impulsar productos audiovisuales como es el caso de Enchufetv. “Las redes son estructuras de relaciones sociales que unen elementos o agentes de la sociedad (personas y/o organizaciones) a través de vínculos o lazos que se pueden representar, respectivamente, mediante líneas y nodos” (Campos, 2013: 14)

Las relaciones y la interactividad que generan las redes sociales es el objetivo de muchas organizaciones que han visto en ellas una plataforma para expandir y promocionar su producto. Es lo que Castells (2009) define: una sociedad red es aquella cuya estructura social está compuesta de redes activadas por tecnologías digitales de la comunicación y la información basadas en la microelectrónica. El crecimiento de usuarios de la red de redes podría explicarse por la globalización pero también por el “incremento de una clase media que en Ecuador entre los años 2003 y 2012 creció un 35%(OBITEL, 2014) y dispone de recursos para adquirir los nuevos dispositivos, que incluyen acceso a Internet.

La relación de las Redes Sociales con los medios de comunicación cada vez va en aumento, tanto prensa como radio y televisión se han unido a las redes sociales al fin de estar a la par con sus seguidores.

“Las redes sociales se configuran con un nuevo sistema de entretenimiento y también de información, que toma elementos, recursos y características de los medios tradicionales pero que incorpora tanto un nivel de interacción como un modelo de negocio más magro. Su evolución apunta más hacia el medio audiovisual y virtual que a las características de la prensa escrita. Como nuevo

*medio, su aplicación y proyección es la Web 2.0 y el llamado software social”
(Campos:2013: 67)*

El propósito de esta investigación es conocer el nacimiento, desarrollo y posicionamiento de un proyecto audiovisual creado exclusivamente para la Web y su posterior migración a la televisión tradicional. El caso de estudio es la serie humorística Enchufetv, producida íntegramente en Ecuador, que se emite a través de un canal de YouTube y cuenta con millones de seguidores tanto en dicha red social como en Facebook.

Los objetivos de la investigación son: Analizar el proceso de posicionamiento y migración de un programa creado para la WEB a la televisión tradicional; conocer las tácticas utilizadas para viralizar los videos; determinar el éxito que tiene una serie creada para la WEB al ser transmitida en televisión tradicional; y analizar el crecimiento de seguidores y fans en las red social YouTube.

Las preguntas de investigación que se plantean son: 1.-¿Cambia la narrativa de un producto audiovisual creado para la WEB, para ser transmitido en la TV tradicional?. 2.- ¿Qué estilo de lenguaje y estilo debe tener un producto audiovisual para que sea exitoso a nivel internacional? 3.-¿Cuáles son las claves para tener un modelo exitoso a nivel de la web?. 4.-¿Qué tan rentable es iniciar un proyecto audiovisual en la plataforma Youtube?. 5.-¿Se puede pasar directamente de la web a la pantalla grande o necesariamente tienen que pasar por la pantalla chica?

Las hipótesis que nos planteamos son: 1.- Los medios tradicionales no apoyan nuevas propuestas audiovisuales, sin estar seguros de su rentabilidad económica. 2.- Los productos audiovisuales exitosos creados y producidos para la WEB pueden migrar a la TV tradicional y obtener el mismo éxito. 3.- El estilo y narrativa audiovisual cambian de acuerdo a la plataforma a utilizarse. 4.- El mejor género audiovisual para conquistar un medio web es la comedia. 5.- La utilización de un lenguaje coloquial ecuatoriano puede ser bien visto y entendible a nivel internacional

Para la investigación se realizó un análisis cuantitativo y cualitativo, del canal en YouTube de Enchufetv, desde el 13 de noviembre de 2011 fecha en que se

realizó el lanzamiento del primer *skeTch* “El peor casting”, hasta el 25 de agosto de 2014 en que se cierra esta investigación. Los datos fueron levantados entre el 25 de agosto y 1 de septiembre de 2014

2. Los inicios de Enchufetv

Enchufe.tv es un proyecto de la productora ecuatoriana Touché Films,³ que utiliza un canal de Youtube llamado *enchufetv* como plataforma de la serie de “sketches cómicos donde diversas situaciones y personajes cotidianos son vistos con una irreverencia única”. (Touché Films, 2014)

En el año 2011, un grupo de amigos formados en el Instituto Superior Tecnológico de Cine y Actuación- (Incine) en Ecuador, “se reunieron en el balde de una camioneta donde se encontraban quejándose y criticando al audiovisual ecuatoriano, nos quejamos tanto que llegamos a la conclusión de que debíamos hacer algo para ser criticados también” (Boscán, 2012).

Luego de llamar a las puertas de algunos canales de la televisión ecuatoriana, donde no tuvieron acogida, se dieron cuenta que es difícil abrirse paso con nuevas ideas en los medios tradicionales. Así lo menciona Campos (2013) “los medios de comunicación tienen una asignatura pendiente con las redes sociales: adaptarse para sobrevivir debe ser la máxima. La proliferación de medios sociales debe hacer reaccionar a las empresas periodísticas”. Por esta razón ven en Youtube una plataforma con total libertad, sin filtros, ni censura para exponer su producción, demostrando que las redes sociales digitales pueden ser el sitio de inicio para grandes ideas.

3. Lanzamiento del canal en Youtube Enchufetv

El 13 de noviembre del 2011, lanzan su primer *sktech* en su propio canal de Youtube, titulado <<El Peor Casting>>, que actualmente (24 de octubre de 2014) tiene 2.505.898 reproducciones; se trata de un video que busca generar expectativa de lo que será el canal de comedia, donde participan actores que cada semana están presentes en diferentes situaciones, “vistas desde su humor negro, absurdo y satírico que han hecho que hoy en día la serie web

³ Productora ecuatoriana creadora de contenidos de entretenimiento para nuevos medios.

ecuatoriana se ubique en el quinto canal de youtube más grande de Latinoamérica.”(Ávila, 2014)

Debido al éxito alcanzado por los sketches publicados, se empiezan a sumar a este proyecto personajes reconocidos a nivel nacional, el 16 de abril de 2012 Andrés Crespo actor ecuatoriano que participa en películas nacionales actúa en el skeTch⁴ “Las Amigas de Camilo con Blanquito” logrando nuevamente millones de visitas.

El 8 de noviembre del 2012 lanzan el sktech más visto en la historia de enchufetv “Compra Condonos” con 18.880.938 reproducciones y 16.527 comentarios con la participación de unos de los actores más reconocidos de la serie Raúl Santana, quién interpreta el papel de Chichico, trata de una situación que atraviesan los adolescentes al intentar comprar preservativos por primera vez en una farmacia. En la web 2.0 producen contenidos (blogosfera), participan del valor (intercambio) y colaboran en el desarrollo de la tecnología. El proceso de comunicación genera, en definitiva, un flujo activo de participación.

4. El primer año de enchufetv y el lanzamiento de nuevos segmentos.

Al cumplirse un año del canal enchufetv en YouTube, hacen el lanzamiento oficial de un nuevo segmento denominado: “microYAPA⁵” que son videos cortos, aproximadamente de 40 segundo de duración, siguiendo los mismos lineamientos humorísticos de los skeTch, pero cuentan con menos cantidad de reproducciones y se publican los miércoles.

También realizan un nuevo segmento denominado: Promo⁶ que es un avance de lo que se verá en el próximo skeTch, y presentan el Making off contando lo que ocurre tras cámaras durante el rodaje de los skeTchs.

⁴ **SkeTch**: denominación propia de Touché Films refiriéndose a los sktechs lanzados los días domingos

⁵ **Microyapa**: Denominación propia de Touché Films refiriéndose a los sktechs de corta duración, aproximadamente 1 minuto lanzados los días miércoles.

⁶ **Promo**: Avance del siguiente SkeTch

5. De la WEB a la televisión tradicional

El 14 de septiembre de 2013 dan el salto de su formato digital a la televisión tradicional, incorporan el programa “Enchufe TV” en la cadena televisiva Ecuavisa⁷, “canal con mayor audiencia en el país” (Obitel, 2014:240). El objetivo de este paso a la televisión, según Andrés Centeno productor de enchufetv, fue buscar nuevas audiencias. “Teníamos alcance con lo digital. Lo que hicimos es abrazar a esta televisora (Ecuavisa), que tiene una presencia de cobertura del 97% en el país, y llegar a las audiencias que no nos habían visto. Esto generó el ‘efecto de enchufe’, muchos de los adolescentes que nos veían por redes empezaron a vernos en sus casas con sus padres, abuelos, con sus amigos y vecinos”. (Ávila, 2014)

Para la transmisión del programa enchufe TV “Ecuavisa seleccionó cada uno de los capítulos, tomando en cuenta las políticas del canal, la Ley Orgánica de Comunicación y sobretodo a la audiencia.”(Ávila, 2014),

Al inicio este programa fue transmitido para todo el país, sin embargo a la semana de su lanzamiento pesaron las diferencias regionales, Adoum 2000, en su libro Ecuador señas particulares, menciona “que el modo de hablar en la Sierra⁸ ecuatoriana lleva, reconocible, la impronta del quichua,⁹, (...) pero sobre todo la del modo de ser su poblador, no sé si, efectivamente, se puede hablar de un modo de ser serrano, frente a uno de ser costeño, porque mucho de lo que se difunde a través de los medios lo difunden como estereotipo”. (Adoum 2000). Estas razones pesaron para que el programa fuera retirado de la señal que se emite para la Costa, dejándolo únicamente para la Región Sierra. “Para la emisión del sábado 21 de septiembre de 2013 se dejó de emitir para la señal zona Costa y centro sur (ecuavisa, 2013), saliendo únicamente para la región Sierra en el horario Prime Time (22h30).

⁷ **Ecuavisa**: es una de las principales cadenas de televisión privadas, de cobertura nacional en Ecuador, (1967) Operado por Corporación Ecuatoriana de Televisión S.A. y Televisora Nacional Canal 8 C.A.

⁸ Región interandina o comúnmente conocida como Sierra. Es una de las cuatro regiones naturales del Ecuador. El serrano tiene como peculiaridad en su comportamiento ser bastante amable y cordial en el trato, recatado, sereno y algo receloso.

⁹ Costa litoral o mejor conocida como Costa, el costeño se caracteriza por ser descomplicado y alegre.

Con este antecedente, la productora audiovisual Touché films abre un precedente histórico en los productos audiovisuales ecuatorianos, ya que ellos como nativos digitales con su producto estrella enchufe tv pudieron migrar del medio digital a un medio tradicional, debido a su éxito alcanzado en la web.

6. Enchufetv consigue rentabilidad económica a través de su propuesta.

El 13 de marzo del 2013 enchufetv pasó a ser Partners con YouTube¹⁰, esto significa que trabaja de manera conjunta con las multinacionales digitales y divide las ganancias al insertar publicidad en cada uno de sus videos; Touché Films ganará un porcentaje de acuerdo al número de reproducciones de sus videos¹¹.

En julio de 2014 realizan un nuevo segmento denominado “spOnsOr”¹², que son sktechs cómicos que sirven para promocionar bienes, productos o servicios, al igual que ser Partners de YouTube, esto genera ingresos económicos para la productora Touché Films, generando un nuevo mercado poco utilizado en Ecuador para la promoción y difusión de publicidad.

7. Un programa con polémica

Un evento importante que marca un giro importante para Enchufe TV, se da el 6 de julio de 2014 cuando publican el video “el chico del barril” que es una parodia y un tributo al Chavo del Ocho, a su estilo en la descripción del video claramente manifiestan <<lo hicimos con cariño y si nos reclamas, responderemos: se nos chipoteó>>. Debido a las duras críticas por parte de los autores de la serie original del Chavo del Ocho; el video solo puede ser visto mediante enlace y permanece oculto del buscador de YouTube, también

¹⁰ <https://www.youtube.com/watch?v=FxzdnO-RZtc&feature=youtu.be>

¹¹ <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=es>

¹² Denominación propia de Touché Films refiriéndose a los sktechs de promoción de bienes, productos o servicios

generó críticas positivas y generó en dos días tres millones de visitas y en una semana diez millones, más de doscientos mil likes, veinte mil dislikes, con el 90% de comentarios positivos. (Ávila, 2014)

8. Premios y reconocimientos

Han logrado varios reconocimientos internacionales, en noviembre de 2013 en la primera entrega de los Youtube Music Award, ganan el primer lugar en la categoría “Golden Play” atribuido a los canales de Youtube con más de un millón de suscriptores. En septiembre de 2014 en los Streamy Awards se galardonó a enchufetv con el reconocimiento del “Show del Año” elegido por la audiencia, y fueron nominados como mejor “Show Internacional”.

En noviembre de 2013, Enchufe.tv recibió el “Play de Oro” en Nueva York en la primera edición de los premios YouTube Music Awards, superó el millón de suscriptores, hasta finales de septiembre 2013 se posiciona en el top 50 de los canales más vistos en YouTube.

9. Enchufetv en redes sociales

Además del éxito alcanzado en Youtube, logran posicionarse en otras redes sociales como: Facebook donde tienen 5.394.023 seguidores, en twitter 536.378, en Instagram 68.512 fans y en youtube 7.284.618 seguidores.

También tienen su página web (www.enchufe.com) lo que hace ampliar su popularidad y aceptación no solo a nivel local, sino internacional en países como México, Colombia, Ecuador y Perú. En los dos primeros tienen más audiencia que en el propio país. El canal genera al mes entre 80 y 90 millones de visitas entre los 457 contenidos que tiene subidos en su canal desde noviembre del 2011 (Ávila, 2014).

10. Metodología

Análisis cuantitativo.- enchufetv sube un skeTch semanalmente los domingos, para seleccionar la muestra se tomó un video trimestralmente desde el lanzamiento del primer sketch. Para esta investigación únicamente se tomó en cuenta los videos de la categoría skeTch, porque son los de mayor duración, mayor cantidad de visitas y de periodicidad semanal, dejando de lado los segmentos: microYAPA, Making Of y spOnsOr. Dando como resultado un total de 12 videos analizados.

Tabla 1. Fecha y nombre de muestra seleccionada para la investigación

Fecha	Nombre del skeTch
13/11/2011	El peor casting
2/2/2012	2Tipos 1Ascensor: Un Barquito Lleno De..
6/5/2012	2Tipos 1Ascensor: Reemplazo
6/8/2012	Viendo Como Estudiante En Supletorios
4/11/2012	Ya Supéralo
3/2/2013	Mundo Al Revés: Gringos y Latinos
5/5/2013	Las Cruzetas
4/8/2013	Si Enchufe Fuera...
3/11/2013	Viendo Como en Fiesta de Oficina
3/2/2014	Cachas Que Creciste
4/5/2014	Peaje Épico
3/8/2014	Te Ahuevas - ¡Qué Chuchas!

Fuente: YouTubeenchufetv- Elaboración propia

Como herramientas cuantitativas se elaboró una ficha para levantamiento de información en la que constan los siguientes datos:

Tabla 2 Ficha de recolección de datos para youtube

Nombre	Fecha	Número de visitas	Me Gusta	No me Gusta	Número de Comentarios	Comentario con más me gusta
Captura de Pantalla						
Estadísticas						
Visualizaciones						

Elaboración propia

Con esta ficha se podrá obtener datos cuantitativos que permitan determinar la evolución y posicionamiento de enchufetv en esta red social. La ficha contiene la siguiente información.

Nombre: Nombre con el que se identifica el Sktech en la plataforma Youtube

Fecha: Fecha en la que se subió el video a la plataforma Youtube

Visitas: Es el número de reproducciones alcanzadas por el Sktech desde la fecha de su publicación hasta la fecha de recolección de datos.

Me Gusta: Número total de clics dados en el icono manito arriba (Me Gusta este Video) desde la fecha de su publicación hasta la fecha de recolección de datos. Es un indicador que refleja la aceptación del video. (Este valorativo solo pueden darlo quien posee un canal de Youtube o una Cuenta en Google)

No Me Gusta: Número total de clics dados en el icono manito abajo (No Me Gusta este Video) desde la fecha de su publicación hasta la fecha de recolección de datos. Es un indicador que refleja la no aceptación del video (Este valorativo solo pueden darlo quien posee un canal de Youtube o una Cuenta en Google)

Comentarios: El número total de comentarios e interacciones que ha generado el video desde la fecha de su publicación hasta la fecha de recolección de datos (Este espacio de opinión solo pueden darlo quien posee un canal de Youtube o una Cuenta en Google)



Comentario con mayor cantidad de me gusta: Se tomó un Screenshot (Pantallazo) al comentario de opinión que genero mayor cantidad de aceptación del público mediante su número de me gustas (Este valorativo solo pueden darlo quien posee un canal de Youtube o una Cuenta en Google)

Captura de Pantalla: Se tomó un Screenshot (Pantallazo) de la parte detallada de la información del video, donde se aprecia: el nombre del video, nombre del canal el número de visitas, cantidad de comentarios, Me gusta, no me gusta, numero de suscriptores del canal, información del video, numero de comentarios, fecha de publicación del video

Estadísticas: Se tomó un Screenshot (pantallazo) a las estadísticas acumuladas que da la propia plataforma de Youtube con variables como: visualizaciones, suscripciones, compartido. Cuya estadística dan datos son semestrales (Enero-Febrero) desde el año de la publicación del video.

11. Análisis de resultados

Tabla 3 El peor casting. 13- nov- 2011

Nombre	Fecha	Visitas	Me Gusta	No me Gusta	Número de Comentarios	Comentario con más like
El peor casting	13/11/2011	2.296.676	11.134	918	1.671	
Captura de Pantalla						
						
Estadísticas						
VISUALIZACIONES 2.293.341						


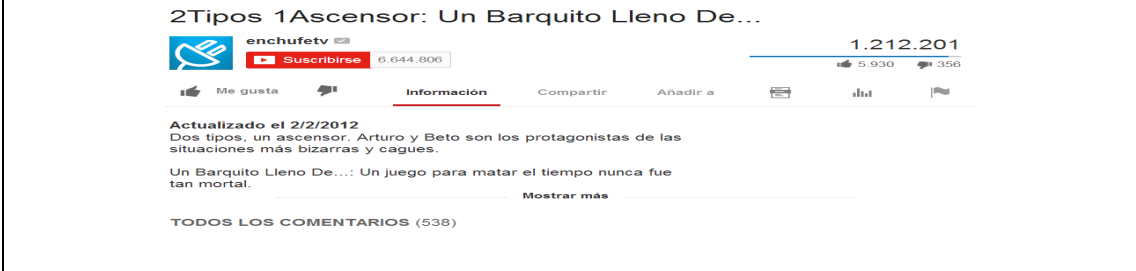
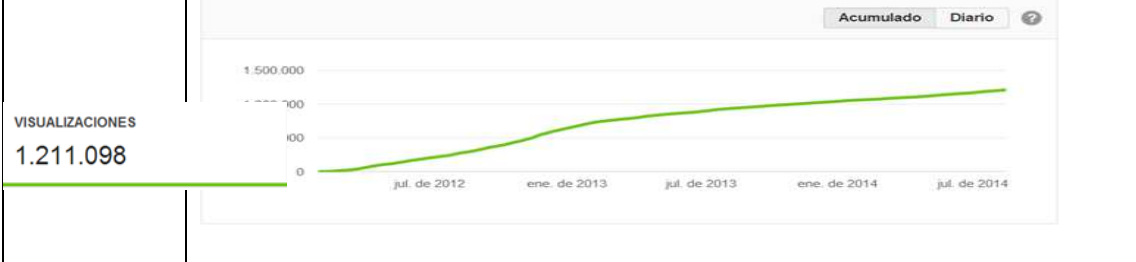
Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=TyiMI5doLwU&list=UUoGDh1Xa3kUCpok24JN5DKA>

(Recuperado el 25 de agosto de 2014)

Tal como se puede apreciar en la tabla, el primer video de enchufetv denominado “El peor casting” durante la semana que se analizó, mantenía 2.296.676 reproducciones, 11.134 “Me Gusta” una cifra alta en referencia a los 918 “No Me Gusta”. El comentario que genero más “me gusta” por parte de la audiencia fue el del usuario Guitarmusic43, que obtuvo 110 me gusta.

En cuanto a la curva estadística sobre visualizaciones, se puede notar que las reproducciones suben de forma acelerada.

Tabla 4. dos tipos un ascensor. 02- feb- 2012




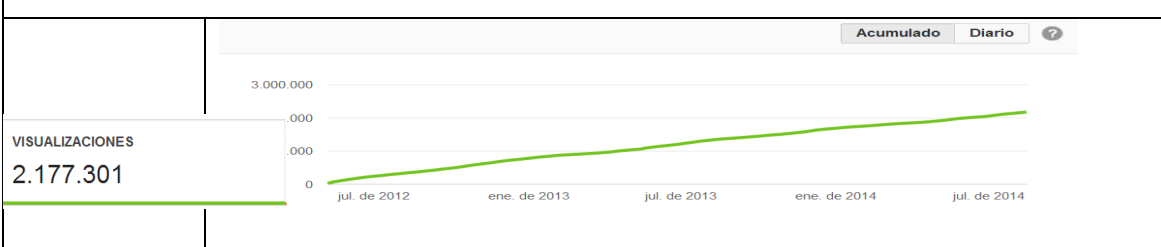
Nombre	Fecha	Visitas	Me Gusta	No me Gusta	Número de comentarios	Comentario con más me gusta
2Tipos 1Ascensor: Un Barquito Lleno De..	2/2/2012	1.212.201	5.930	356	538	
Captura de Pantalla						
						
Estadísticas						
						

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=YGHtiJVP-0o&list=UUoGDh1Xa3kUCpok24JN5DKA> (Recuperado el 25 de agosto de 2014)

El segundo video analizado se denomina “2Tipos 1Ascensor: Un Barquito Lleno De..” durante el periodo que se analizó, mantenía 1.212.201 reproducciones, 5.930 “Me Gusta” una cifra alta de aceptación si la comparamos con los 356 “No Me Gusta”.

Este sketch, alcanza la mitad de reproducciones en relación al primer video, así mismo la cantidad de me gusta llega a la mitad. Se puede determinar que no todos los videos de enchufetv tienen las mismas o similares cantidad de reproducciones.

Tabla 5. 2 tipos 1 ascensor: reemplazo. 6- may- 2012

Nombre	Fecha	Visitas	Me Gusta	No me Gusta	Número de comentarios	Comentario con más me gusta
2 Tipos 1Ascensor: Reemplazo	6/5/2012	2.180.616	15.087	949	1.614	 <p>Alejandro Jiménez · hace 3 meses realmente no entendi, quizás porque soy venezolano "ejecutivos" haciendo bromas en un ascensor? esto e</p> <p>Responder · 3</p>
Captura de Pantalla						
 <p>2Tipos 1Ascensor: Reemplazo</p> <p>enchufetv  2.180.701</p> <p>Suscribirse 6.645.308</p> <p>Me gusta Información Compartir Añadir a</p> <p>Publicado el 6/5/2012</p> <p>¡twitteal! http://goo.gl/HdSpJ ¡likeal! http://goo.gl/i8WS9</p> <p>Reemplazo: ¿Troll vs. troll?</p> <p>Dos tipos un ascensor. Arturo y Beto son los protagonistas de las</p> <p>TODOS LOS COMENTARIOS (1.614)</p>						
Estadísticas						
 <p>Acumulado Diario</p> <p>3.000.000</p> <p>000</p> <p>000</p> <p>0</p> <p>jul. de 2012 ene. de 2013 jul. de 2013 ene. de 2014 jul. de 2014</p> <p>VISUALIZACIONES</p> <p>2.177.301</p>						

Fuente :



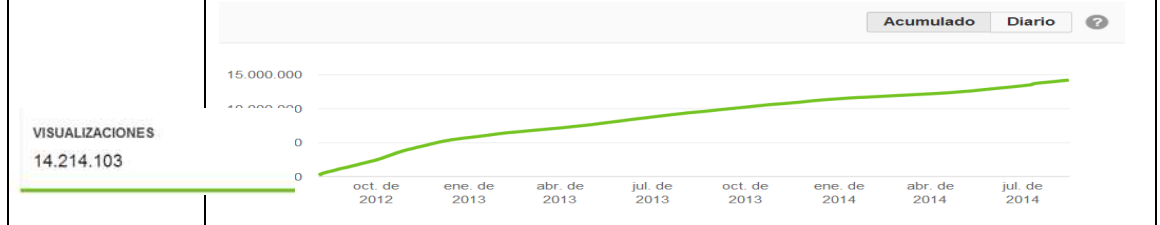
<https://www.youtube.com/watch?v=ft8KbrFkm8Q&list=UUoGDh1Xa3kUCpok24JN5DKA>

(Recuperado el 25 de agosto de 2014)

En este skeTchs, nuevamente se puede ver que sube a más de dos millones el número de reproducciones, triplica el número de “Me gusta(15.087), en relación al video anterior, sobrepasando al primer video, únicamente se pueden ver 949 “No Me Gusta”. El comentario que genero más “me gusta” por parte de la audiencia fue el del usuario Alejandro Jiménez , que obtuvo 3 me gusta.

En cuanto a la curva estadística sobre visualizaciones, se puede notar que las reproducciones su tendencia es hacia arriba.

Tabla 6. Viendo como estudiante en supletorio



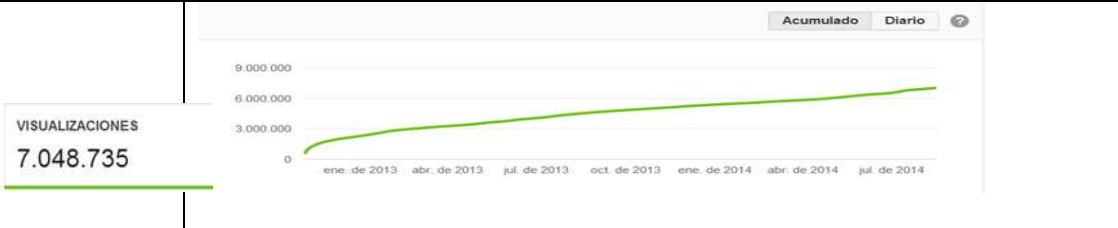
Nombre	Fecha	Visitas	Me Gusta	No me Gusta	Número de comentario	Comentario con más me gusta
Viendo Como estudiante en Supletorios	6/8/2012	14.220.590	101.230	1.491	1.491	
Captura de Pantalla						
<p style="text-align: center;">Viendo Como Estudiante En Supletorios</p> <p>enchufetv  Suscribirse 6.645.308 14.220.590</p> <p>Me gusta Información Compartir Añadir a</p> <p>Publicado el 6/8/2012 VOTA AHORA por Enchufe.tv - Click Aquí: http://goo.gl/yDE3XK y Click en SUBMIT http://goo.gl/yDE3XK STREAMY AWARDS</p> <p>¡twittea! http://goo.gl/HdSpJ ¡likea! http://goo.gl/i8VWS9 Mostrar más</p> <p>TODOS LOS COMENTARIOS (12.935)</p>						
Estadísticas						
<p style="text-align: right;">Acumulado <input checked="" type="radio"/> Diario <input type="radio"/> ?</p>  <p>VISUALIZACIONES 14.214.103</p>						

Fuente <https://www.youtube.com/watch?v=kC9YNz-h828>

(Recuperado el 26 de agosto de 2014)

En el sketch “Viendo Como Estudiante En Supletorios” que obtiene 14.220.590 reproducciones, siendo el video más visto de la presente investigación, en cuanto su calificación tenía 101.230 “Me Gusta” frente a los 1.491 “No Me Gusta” siendo este el margen más grande de diferenciación . El comentario que genero más “me gusta” por parte de la audiencia fue el del usuario dueño del propio canal enchufetv, que obtuvo 147 me gusta escrito y anexado al video mediante Google +

Tabla 7. Ya supéralo. 04- nov- 2012



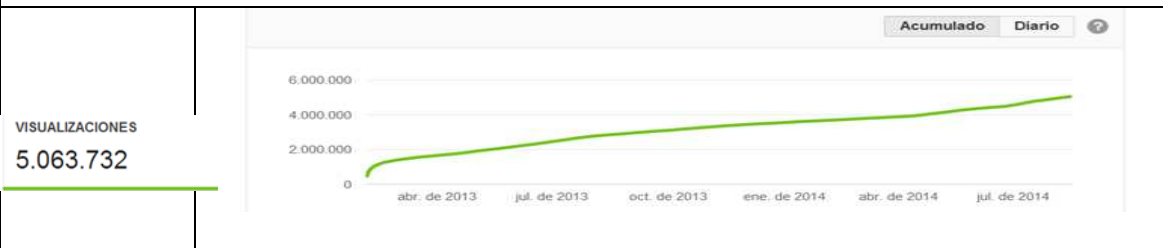
Nombre	Fecha	Visitas	Me Gusta	No me Gusta	Comentarios	Mejor Comentario
Ya Supéralo	4/11/2012	7.050.754	58.274	1.095	5.578	
Captura de Pantalla						
						
Estadísticas						
						

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=gKVwYoNYp2g>

(Recuperado el 26 de agosto de 2014)

Tal como se puede apreciar en la ficha, el video “Ya Supéralo” durante la semana que se analizó, mantenía 7.050.754 reproducciones, “ 58.274 Me Gusta” y 1.095 “No Me Gusta” manteniendo la supremacía de aceptación en los videos investigados. El comentario que genero más “me gusta” por parte de la audiencia fue el del usuario José Francisco acosta, que obtuvo 18 me gusta.

Tabla 8. Mundo al revés- gringos y latinos



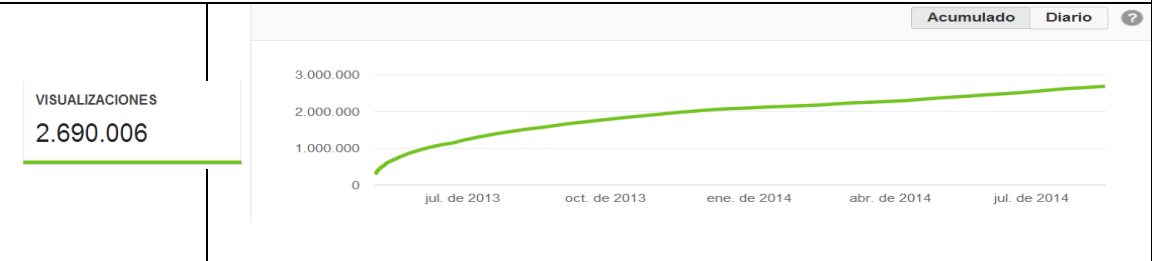
Nombre	Fecha	Visitas	Me Gusta	No me Gusta	Comentarios	Comentario con más me gusta
Mundo Al Revés: Gringos y Latinos	3/2/2013	5.067.663	49.549	1.719	1.719	
Captura de Pantalla						
						
Estadísticas						
						

Fuente : <https://www.youtube.com/watch?v=n2ISkjZC6DI>

(Recuperado el 26 de agosto de 2014)

El sketch “Mundo Al Revés: Gringos y Latinos” en el tiempo que duró la investigación, mantenía 5.067.663 reproducciones, “ 49.549 Me Gusta” una cifra bastante alta en referencia a los 1.719 “No Me Gusta”. El comentario con mayor cantidad de “me gusta” fue del usuario Diana Chamba, que obtuvo 84 me gusta. Se puede notar que todos los videos generan millones de espectadores, sin embargo no todos comentan o ponen un like, en su gran mayoría únicamente los observan y pasan.

Tabla 9. Las cruzetas

Nombre	Fecha	Visitas	Me Gusta	No me Gusta	Comentarios	Comentario con más me gusta
Las Cruzetas	5/5/2013	2.696.492	30.244	700	1.719	 María Fernanda P... cual te toco donde te toco XD Responder · 37
Captura de Pantalla						
						
Estadísticas						
						

Fuente:

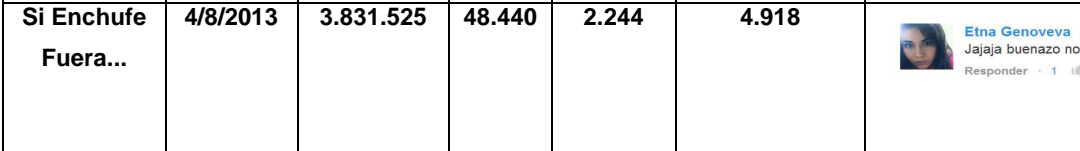

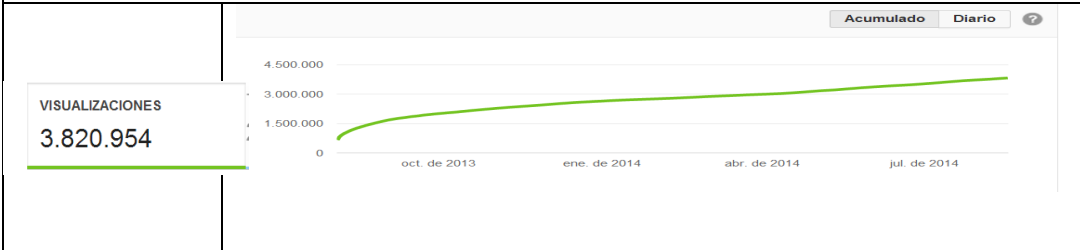
<https://www.youtube.com/watch?v=vKUh42s7qUs&list=UUoGDh1Xa3kUCpok24JN5DKA>

(Recuperado el 27 de agosto de 2014)

El sketch “Las Cruzetas” tiene 2.696.492 reproducciones, “ 30.244 Me Gusta” y “ 700 No Me Gusta” siendo amplias las diferencias en las cifras en cuanto a la valoración del video .

Con 2.690.006 la curva estadística sobre visualizaciones, se puede notar que las reproducciones suben con forme la línea de tiempo en este caso trimestral.



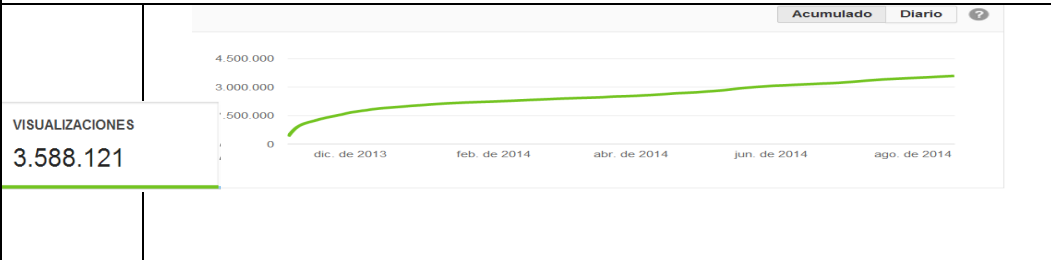
Tabla 10. Si enchufe fuera... 04- Ago- 2013

Nombre	Fecha	Visitas	Me Gusta	No me Gusta	Comentarios	Comentario con más me gusta
Si Enchufe Fuera...	4/8/2013	3.831.525	48.440	2.244	4.918	
Captura de Pantalla						
						
Estadísticas						
						

Fuente <https://www.youtube.com/watch?v=Zlz-xm6c9wo&list=UUoGDh1Xa3kUCpok24jN5DKA> (Recuperado el 28 de agosto de 2014)

El sketch “Si Enchufe Fuera...” tiene 3.831.525 reproducciones, 48.440 “Me Gusta” una cifra bastante elevada si lo comparamos con los 4.918 “No Me Gusta”. El comentario que generó más “me gusta” por parte de los usuarios fue el del Etna Genoveva, que obtuvo únicamente 1 me gusta.

Tabla 11. Viendo como fiesta de oficina




Nombre	Fecha	Visitas	Me Gusta	No me Gusta	Comentarios	Comentario con más me gusta
Viendo Como en Fiesta de Oficina	3/11/2013	3.584.830	50.622	846	4.680	 Sebastian Pues a Ra Responder
Captura de Pantalla						
						
Estadísticas						
						

Fuente: https://www.youtube.com/watch?v=Yr_uj0OtG3E

(Recuperado el 28 de agosto de 2014)

Tal como se puede apreciar en la ficha el skeTch “Viendo Como en Fiesta de Oficina” durante la semana de investigación se pudo recolectar los siguientes datos: 3.584.830 reproducciones, 50.622 “Me Gusta” una cifra distante de los 846 “No Me Gusta”. De los 4860 comentarios, el comentario que genero más “me gusta” por parte de la audiencia fue el de Sebastián Daza , que obtuvo 12 me gusta.

Tabla 12. Te ahuevas. 03- Ago- 2014

Nombre	Fecha	Visitas	Me Gusta	No me Gusta	Comentarios	Comentario con más me gusta
Te Ahuevas - ¡Qué Chuchas!	3/8/2014	2.861.577	45.959	2.900	2.477	
Captura de Pantalla						
						
Estadísticas						
						

Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=ZNH3AiNaSSE&list=UUoGDh1Xa3kUCpok24J>

(Recuperado el 28 de agosto de 2014)

En la última ficha de la investigación se analiza el video “Te Ahuevas - ¡Qué Chuchas!” mantenía 3.166.204 reproducciones, 49.784 “ Me Gusta” y 3.070 “No Me Gusta” lo que confirmo la aceptación de todos los videos analizado, mantuvieron una amplia cantidad de “Me Gusta” marcando una amplia diferencia sobre los “No Me Gusta”. El comentario que genero más “me gusta” por parte de la audiencia fue el de Viviana Clavijo , que obtuvo 30 me gusta.

En cuanto a la curva estadística sobre visualizaciones, se puede notar que las reproducciones tienden a subir conforme avanza la línea de tiempo.

Conclusiones:

El programa de sketches Enchufe.tv, que nació en 2011 en un canal de YouTube, se transmite desde septiembre 2013 por Ecuavisa en la franja para público adulto los días sábados; según OBITEL 2014 ingresó en el noveno lugar del top ten nacional de los 10 títulos más vistos, eso a pesar de que solo se trasmite para la región sierra y no en la totalidad del país.

Esta ubicación, confirma la adhesión de los televidentes ecuatorianos a los programas de humor, independientemente de si son producidos o no para la pantalla chica, se puede considerar que el éxito que tuvo Enchufetv en la web lo está replicado en televisión abierta.

Los videos (skeTchs) tienen varias similitudes en las variables analizadas, (reproducciones) en todos los casos pasan del millón, el caso más exitoso es del video “viendo como estudiantes en supletorio” que supera los 14 millones de reproducciones. Son amplias las variaciones que se observan en las variables “me gusta” y “no me gusta” entre los diferentes videos, sin embargo son más los espectadores que dan clic al botón “me gusta”. En referencia a número de comentarios, no guardan relación con el número de reproducciones realizadas; son pocos los comentarios que obtienen “likes” por parte de los espectadores.

Entre sus técnicas de viralización que maneja Touché Films en su producto web Enchufetv, que se pudo evidenciar en el presente estudio es de publicar periódicamente en un tiempo fijo, lo hacen los días domingos en horarios de la noche, día conocido como de ocio a nivel mundial, otras de sus técnicas es de mantener un solo canal al momento de publicar sus videos, y crear expectativa anunciando el contenido del próximo sketch, y anunciar la publicación de su video a través las diferentes redes sociales donde tienen gran cantidad de seguidores.

En la red social Youtube se pudo evidenciar el crecimiento de visualizaciones a través de la parte estadística de la tabla donde la línea estadística en el total de sus videos apuntaba al crecimiento acelerado conforme avanza el tiempo del video desde su publicación.

12. Referencias bibliográficas

- Adoum, J. E (2000). Ecuador; Señas Particulares: Aproximación al Patriotismo. Ecuador: Eskeletra.
- Ávila, A. (2014) "Atrapados en el efecto EnchufeTV", En La Revista el Universo, Ecuador, octubre: <http://www.larevista.ec/actualidad/show/atrapados-en-el-efecto-enchufetv>. Recuperado el 24 de agosto de 2014.
- Castells M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza Editorial Charvolin.
- F. Campos-Freire (2013): "El futuro de la TV europea es híbrido, convergente y cada vez menos público", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 68. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 089 a 118.
http://www.revistalatinacs.org/068/paper/970_Santiago/04_Campos.html
DOI: 10.4185/RLCS-2013-970
- F. Campos-Freire (2013): "Introducción a la investigación y gestión de las redes sociales digitales," en *Revista Latina de Comunicación Social*, 50. La Laguna. (Tenerife): Universidad de La Laguna, paginas 07 a 053, recuperado el 05 de noviembre de 2014, de
<http://www.revistalatinacs.org/068/cuadernos/cac50.pdf>
- F. Campos-Freire (2013): "Epílogo, La gestión de los medios tradicionales en las Redes Sociales Digitales", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 51. La Laguna. (Tenerife): Universidad de La Laguna, paginas 333 a 366, recuperado el 06 de noviembre de 2014, de
<http://www.revistalatinacs.org/068/cuadernos/cac51.pdf>

- F. Campos-Freire (2008): "Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales", en Revista Latina de Comunicación Social, 51. La Laguna. (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 053 a 078 , recuperado el 05 de noviembre de 2014, de
- <http://www.revistalatinacs.org/068/cuadernos/cac50.pdf>
- J. Noguera-Vivo (2010): "Redes sociales como paradigma periodístico. Medios españoles en Facebook", en Revista Latina de Comunicación Social, 65. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, páginas 176 a 186, recuperado el 05 de noviembre de 2014 de
- http://www.revistalatinacs.org/10/art/891_UCAM/13_JM_Noguera.html
DOI: 10.4185/RLCS-65-2010-891-176-186
- Orozco, Gómez, G; Vassallo, M. (2014). *OBITEL 2014: Estrategia De Producción Transmedia en la Ficción Televisiva*. Porto Alegre: Meridional Ltda.