



Facultad de Comunicación y Tecnologías de la Información

**Tema:**

Adaptación de los contenidos audiovisuales de entretenimiento en Ecuador a diferentes plataformas digitales

**Trabajo de Titulación para la obtención del Título de Licenciatura en  
Comunicación**

**Presentada por:**

David Andrés Paredes Vallejo

**Tutor:**

Nicole Cueva

**Quito, Octubre del 2021**

## **Resumen**

El presente trabajo tiene como objetivo el analizar las formas que los contenidos audiovisuales, que se han publicado en una plataforma más tradicional como la televisión o el cine, han optado para poder adaptarse a plataformas más nuevas. Las plataformas que en este trabajo se las conoce como nuevas son aquellas que se desarrollan y se utilizan mediante el uso del internet, como lo es YouTube o Netflix.

A pesar de que en ambos casos se publican contenidos en donde hay la presencia de material audiovisual, no necesariamente querría decir que los contenidos que se emiten en una plataforma u otra puedan ser iguales. Puede darse el caso en el que un contenido que se haya puesto en una plataforma sea más aceptado que en otra. Teniendo en cuenta esto, en el trabajo se buscará ver el tipo de medidas que los canales han tomado para tener una mejor aceptación al moverse de una plataforma a otra. También van a destacarse posibles consecuencias que se podrían dar en caso de no adaptar un contenido al formato de la plataforma a la que el canal se va a trasladar.

Para este análisis se requirió de un método cuantitativo, pues se requirió del uso de encuestas para poder tener una noción de lo que las personas piensan sobre los videos que realizan los creadores de contenido y en la plataforma en la que lo publican. respuestas de las personas.

Como método cualitativo va a estar centrado en una observación no sistemática, de manera que fue posible notar el comportamiento de los usuarios cuando los creadores de contenidos a lo que seguían realizaban una publicación y la plataforma en la que publicaban. También mediante este método se puede ver la reacción que han tenido los creadores de contenido al ver las reacciones y comportamientos que tuvieron los usuarios hacia sus videos.

**Palabras clave:** Adaptación, aceptación, formato, plataforma, contenidos audiovisuales, internet, televisión YouTube, Netflix.

## **DECLARACIÓN DE ACEPTACIÓN DE NORMA ÉTICA Y DERECHOS**

El presente documento se ciñe a las normas éticas y reglamentarias de la Universidad Hemisferios. Así, declaro que lo contenido en este ha sido redactado con entera sujeción al respeto de los derechos de autor, citando adecuadamente las fuentes. Por tal motivo, autorizo a la Biblioteca a que haga pública su disponibilidad para lectura dentro de la institución, a la vez que autorizo el uso comercial de mi obra a la Universidad Hemisferios, siempre y cuando se me reconozca el cuarenta por ciento (40%) de los beneficios económicos resultantes de esta explotación.

Además, me comprometo a hacer constar, por todos los medios de publicación, difusión y distribución, que mi obra fue producida en el ámbito académico de la Universidad Hemisferios.

De comprobarse que no cumplí con las estipulaciones éticas, incurriendo en caso de plagio, me someto a las determinaciones que la propia Universidad plantee.

A handwritten signature in black ink, consisting of several overlapping loops and lines, positioned above the identification number.

C.I. 1720446812

## **DEDICATORIA**

Este trabajo va dedicado a mi familia quienes a lo largo de todo, han estado siempre a mi lado, en la buenas y en las malas, siempre dispuestos a ofrecer la mejor ayuda posible hacia lo que estaba a su alcance y más allá. En toda mi etapa estudiantil han estado siempre dispuestos a ofrecermé sus manos para salir adelante con cada problema que e me ha presentado y con su ayuda me han guiado para sobrellevarlos de la mejor manera posible y siempre pendientes de mi propio bien.

También va dedicado a la Universidad de los Hemisferios, ya que fue la encargada de generar el ambiente de la mejor manera como para que el aprendizaje sea el más óptimo y eficiente posible, quienes se han encargado de generar el ambiente adecuado para mejorar y motivar a salir adelante en el futuro. Brindando aprendizajes y experiencias que siempre serán herramientas útiles para la vida.

Por otro lado, también va dedicado a los profesores, ya que ellos han sido los encargados no solamente de enseñar, sino que se encargaron de buscar las mejores vías posibles para que el aprendizaje sea mucho más acorde a los estudiantes y que de una u otra manera también brindaron inspiración mediante sus materias para el futuro y más que profesores, también llevaron el rol de amigos.

Finalmente quisiera dedicar a mis amigos y compañeros de clases, ya que fue con ellos con quienes codo a codo fuimos lidiando desde el primer semestre con los retos que se nos fueron presentando a lo largo de la carrera, con quienes en las buenas y en las malas se ha logrado mantener una relación fija y unida que no es algo que siempre se pueda tener, con quienes ha sido más entretenido toda eta etapa estudiantil y que siempre mostraron interés por el bien de los unos y los otros.

## ÍNDICE

Resumen .....	2
DECLARACIÓN DE ACEPTACIÓN DE NORMA ÉTICA Y DERECHOS .....	3
DEDICATORIA.....	4
Abstract.....	8
Introducción.....	9
1. Marco teórico.....	10
1.1 Contenidos audiovisuales de entretenimiento y las plataformas que las transmiten .....	10
1.1.1 Contenido audiovisual de entretenimiento .....	10
1.2 Plataformas digitales .....	10
1.3 Popularización los sketches .....	11
1.4 Nuevas plataformas en Ecuador .....	12
1.4.1 Plataformas que popularizaron los Sketches Ecuatorianos .....	12
1.4.2 Usuarios que más usan las plataformas .....	13
1.5 Nuevas generaciones en Ecuador .....	13
1.5.1 Personas consideradas como nueva generación .....	13
1.5.2 Aceptación de esta generación a los contenidos de entretenimiento audiovisual .....	15
1.6 Traslado de contenidos audiovisuales a distintas plataformas .....	16
1.6.1 Diferencias entre contenidos de internet y de plataformas tradicionales .....	16
1.6.2 Medidas de adaptación de producciones audiovisuales a las plataformas .....	17
1.7 El impacto de independencia en las plataformas con los contenidos audiovisuales .....	19
2. Metodología.....	22
2.1 Enfoque.....	22

2.2 Población y Muestra .....	22
2.3 Método de realización del análisis.....	23
2.4 Instrumentos empleados tanto para la recolección de datos como para el análisis de estos .....	24
3. Hallazgos .....	24
3.2 Características de la tabla de los videos más vistos y menos vistos de Ingovernables Ec. ....	28
3.3 Encuestas .....	32
4. Discusión .....	43
5. Conclusiones.....	47
Bibliografía.....	49

# **ADAPTACIÓN DE LOS CONTENIDOS AUDIOVISUALES DE ENTRETENIMIENTO EN ECUADOR A DIFERENTES PLATAFORMAS DIGITALES**

**David Andrés Paredes Vallejo**

**Correo electrónico: davidpv\_10@hotmail.com**

## **Resumen**

El presente trabajo tiene como objetivo el analizar las formas que los contenidos audiovisuales, que se han publicado en una plataforma más tradicional como la televisión o el cine, han optado para poder adaptarse a plataformas más nuevas. Las plataformas que en este trabajo se las conoce como nuevas son aquellas que se desarrollan y se utilizan mediante el uso del internet, como lo es YouTube o Netflix.

A pesar de que en ambos casos se publican contenidos en donde hay la presencia de material audiovisual, no necesariamente querría decir que los contenidos que se emiten en una plataforma u otra puedan ser iguales. Puede darse el caso en el que un contenido que se haya puesto en una plataforma sea más aceptado que en otra. Teniendo en cuenta esto, en el trabajo se buscará ver el tipo de medidas que los canales han tomado para tener una mejor aceptación al moverse de una plataforma a otra. También van a destacarse posibles consecuencias que se podrían dar en caso de no adaptar un contenido al formato de la plataforma a la que el canal se va a trasladar.

Para este análisis se requirió de un método cuantitativo, pues se requirió del uso de encuestas para poder tener una noción de lo que las personas piensan sobre los videos que realizan los creadores de contenido y en la plataforma en la que lo publican. respuestas de las personas.

Como método cualitativo va a estar centrado en una observación no sistemática, de manera que fue posible notar el comportamiento de los usuarios cuando los creadores de contenidos a lo que seguían realizaban una publicación y la plataforma en la que publicaban. También mediante este método se puede ver la reacción que han tenido los creadores de contenido al ver las reacciones y comportamientos que tuvieron los usuarios hacia sus videos.

**Palabras clave:** Adaptación, aceptación, formato, plataforma, contenidos audiovisuales, internet, televisión YouTube, Netflix.

### **Abstract**

This work has the objective of analyzing the ways of some audiovisual content, that have been published in more traditional media like the television or the cinema, had chosen to adapt to the new platforms. The platforms that in this work are named like new platforms are those that are developed and used through the use internet, like YouTube or Netflix.

Despite the fact that in both cases content is published where there is the presence of audiovisual material, it doesn't necessarily means that the contents that are issued in one platform or another can be the same. It may be the case in which one content that has been put on one platform is more accepted than on another. Being aware of this, the work seeks to see the type of measures that the channels have taken to have a better acceptance when moving from one platform to another. Also here it will stand out possible consequences that could happen in case a channel doesn't adapt its content in a proper way.

**Keywords:** Adaptation, acceptance, media, platform, audiovisual content, internet, television YouTube, Netflix.

## **Introducción**

Conforme ha ido pasando el tiempo, en el Ecuador los medios por donde se emiten contenidos de producciones audiovisuales han ido ampliando las plataformas por las cuales emitir sus contenidos, en base a esto, muchos canales han optado por realizar mucho de su contenido en estas plataformas. Sin embargo en estas nuevas plataformas se ha podido notar que el tipo de formato con el que se debe emitir un video es diferente al que se transmite en televisión ya que en varias ocasiones el tipo de contenidos que se genera en los canales de televisión no sería algo muy aceptado por los usuarios que se encuentran en las nuevas plataformas digitales.

También se han destacado ciertos factores que hacen que los usuarios que usan las nuevas plataformas digitales se sientan mucho más cómodos, factor que los canales también pueden usar a su favor para que los usuarios frecuentes de estas plataformas se encariñen con los contenidos de estos canales. Este tipo de herramientas con las que los usuarios cuentan en las nuevas plataformas digitales, en muchos casos, no son posibles de implementarse.

Teniendo en cuenta todo esto es importante, los canales que deseen trasladarse a las nuevas plataformas puedan tomar como referencia otros canales que hayan tenido una buena aceptación en estas nuevas plataformas digitales, eliminar los factores que hayan sido criticados o repudiados y explotar los que pueden ser un punto a favor para tener un buen recibimiento de los usuarios.

Es importante tener en cuenta los parámetros que han tomado los canales que se han tomado como referencia en el trabajo, ya que si que un contenido se lo traslada hacia otra plataforma sin haber realizado un cambio o adaptación adecuada para aquella plataforma, puede que no tenga buena acogida por parte del público.

Este estudio se enfocará en las diferentes medidas que han tomado los canales que ya han sido aceptados en gran medida en las nuevas plataformas y comparar si estas características son similares a las que ha tomado un canal que tuvo una buena aceptación en una plataforma tradicional y que se haya trasladado a una nueva plataforma digital.

## **1. Marco teórico**

### **1.1 Contenidos audiovisuales de entretenimiento y las plataformas que las transmiten**

#### **1.1.1 Contenido audiovisual de entretenimiento**

La producción audiovisual es una rama en la comunicación que ha sido crítica para que el entretenimiento se transmita de manera global, en el pasado fue una novedad el hecho de que se transmitan varios contenidos que se solían ver en medios como el periódico, la radio e inclusive la televisión ahora en plataformas que involucran el internet. A pesar de todo, se ha visto que muchos de los contenidos deben ser diseñados de diferente forma dependiendo de la plataforma en la que se transmitan.

Dentro de esta rama se suele dar por entendido diferentes conceptos que definen el significado de “contenido audiovisual”, por ejemplo, se puede ver que en el libro “Producción y realización en medios audiovisuales”, escrito por María J. Ortiz, se hace mención a diferentes tipos de definiciones que pueden dar un significado diferente, “Financiación de una película para que pueda ser realizada. Área que engloba al productor y a otros miembros del equipo de producción” (Ortiz, 2018, pág. 5)

En todo esto ya se puede entender que el hecho de mencionar “producción” puede hacer referencia a diversos significados que hacen referencia a todo lo que lleva a cabo la elaboración de una producción como en el proyecto en sí terminado. En este caso todo se va a basar en que la producción audiovisual es “La realización como la acción de convertir en imágenes un acontecimiento, representación o guion, por medio del rodaje o la transmisión.” (Ortiz, 2018, pág. 24), que se centra básicamente en una producción que utiliza las imágenes y el audio para transmitir algún tipo de experiencia emocional que, según María J. Ortiz, abarcaría el entretenimiento hacia el público.

#### **1.2 Plataformas digitales**

Las nuevas plataformas digitales han tenido un crecimiento muy grande con la aparición de internet y esto ha hecho que tenga una gran cantidad de ventajas en comparación con plataformas más tradicionales. Las plataformas digitales tienen la peculiaridad de que los usuarios que deciden usar estas pueden en cierta forma filtrar el tipo de contenido y de información que llegue a ellos.

Una de las características de las nuevas plataformas digitales es que suele requerir el registro de alguna manera por parte del usuario, el cual consiste en que el usuario ponga su información básica y un poco más adentrado en esta requiere que el usuario ingrese datos más personales de manera que la información que desea buscar pueda ser encontrada más fácilmente, también se puede dar la posibilidad de que las personas, al ingresar en una plataforma digital, pueden tanto obtener información y gozar de algún tipo de contenido como aportar información y contenidos de manera más fácil. Además de que en las nuevas plataformas digitales existe una vía en que los usuarios que se encuentren navegando dentro de estas puedan aportar ya sea con información o meramente con opiniones. Cabe mencionar que en las plataformas digitales es más accesible el incluir contenido multimedia y que exista una mayor interacción con los usuarios (Costales, 2013).

Basándonos en todo esto, se puede decir que las nuevas plataformas digitales se definen como sitios en internet en donde se puede ingresar una gran cantidad de recursos o suficientemente aptas como para satisfacer diversas necesidades, de forma automatizada, de los usuarios que navegan en estas de la manera más eficiente posible.

### **1.3 Popularización los sketches**

Primeramente, se definen a los sketches como una escena pequeña que tiene como duración nada más que unos cuantos minutos y que es de carácter humorístico el cual puede ser representado a través de videos en televisión, en internet e inclusive de manera teatral en donde se puede contar con la participación de actores comunes y corrientes y también de comediantes. Los sketches habían sido usados en los llamados vodeviles, que consistía en un género humorístico que había ganado bastante popularidad en la década de 1930 y estos podían ser incorporados en ciertas ocasiones en programaciones humorísticos tanto para adultos como en humor infantil.

En Ecuador se comenzaron a volver mucho más populares el uso de los sketches en el año 2011 con la primera emisión de EnchufeTV, en donde mediante el uso de unos pocos minutos logra transmitir un contenido de carácter humorístico con la interpretación de actores. Parte de esta popularización de la producción de los sketches que se generó en Ecuador surgió en cierta parte por la buena calidad de humor que se muestra en los videos pero también surge debido a la escasez de este tipo de contenidos dentro de Ecuador, pues Jorge Ulloa mencionó durante una conferencia que en aquella

época, en la que EnchufeTV comenzó a realizar sus primeras grabaciones, no existía ni el contenido de los Sketches ni contenido audiovisual en donde se viese plasmado el lenguaje típico que se suele escuchar en el gentilicio ecuatoriano, “...aportamos nuestro chuta, nuestro achachay, nuestro arrarray, taita, guagua...”. (Ulloa, 2017)

Esto puede hacer alusión a que mucho del contenido que se estaba acostumbrado a ver era mucho más enfocado a lo que era globalizado, pero al realizarse los sketches en español pudo ser algo mucho más notorio y además al incluir un lenguaje ecuatoriano en contenidos audiovisuales que no existía prácticamente solo provocó que aumente notablemente la popularidad de los sketches.

## **1.4 Nuevas plataformas en Ecuador**

### **1.4.1 Plataformas que popularizaron los Sketches Ecuatorianos**

Las plataformas han sido una vía súper poderosa a la hora de impulsar cierto tipo de contenidos, no todas las plataformas que surgen e internet tienen el mismo impacto con las personas. En el caso de la producción de sketches en Ecuador se puede ver que generaron un gran nivel de popularidad debido a que la plataforma en la que se transmitieron estos sketches era YouTube y esta plataforma es una de las más populares plataformas (Costales, 2013), teniendo en cuenta que ya desde el 2010, la plataforma contaba con dos mil millones de usuarios registrados.

EnchufeTV usó como primera plataforma para realizar y emitir sus sketches a YouTube. Durante el 2011 ya eran muy populares los videos que se realizaban por creadores de contenido que usaban esta plataforma, en un análisis de fidelización y engagement se determinó que mucho del contenido que los usuarios ven, no es en sí por mostrar apoyo hacia un generador de contenido en específico, sino que se suele ver y averiguar sobre el tema por asuntos de moda (Flores, 2020) por lo que cuando se realizaron contenidos para esta plataforma en donde se incluyó el típico lenguaje natal en Ecuador y sumado a la novedad que se produjo por realizar sketches, se logró que al año siguiente de sus primeros lanzamientos ya alcanzasen los 71 millones de reproducciones con un promedio de 200 mil reproducciones diarias. (Tendencias digitales, 2017)

Para esta época ya se habían lanzado varias producciones cinematográficas y televisivas en Ecuador en donde a pesar de haber tenido una buena acogida en algunos casos,

EnchufeTV tuvo la ventaja de que al usar YouTube, según menciona Jorge Ulloa, existe una mejor relación entre usuario que ve el video y el creador del contenido, lo que permite que haya una buena interacción y permita a los creadores de contenido manejarse en base a lo que los usuarios opinan a diferencia de otras plataformas en donde es mucho más difícil que exista este tipo de interacciones.

#### **1.4.2 Usuarios que más usan las plataformas**

A pesar de que ciertas plataformas han ido generando una enorme popularidad y por ende impulsan a que algunos contenidos también se vayan volviendo popular, son ciertos usuarios los que usan estas plataformas y también son ciertas edades las que predominan entre los usuarios que son los más activos de estas, dependiendo de los usuarios que sean más activos en determinadas plataformas se va a ir emitiendo cierto tipo de contenido.

Muchos de los usuarios que tienen redes sociales predominan de entre los 18 y los 24 años, también los usuarios comienzan a ir de personas de los 24 años hasta alrededor de los 34 aunque EnchufeTV menciona que muchos de los usuarios que ven su contenido en YouTube también tiene un público de personas con alrededor de 50 años de edad que ven sus contenidos. Por lo que se puede ver es que a pesar de que mucho del contenido que se suele ver emitido en esta plataforma pareciese ser dominado por adolescentes, se puede ver que existe un público mucho más amplio en donde los creadores de contenido en realidad están dirigiéndose a adolescentes y a un público mucho más maduro.

### **1.5 Nuevas generaciones en Ecuador**

#### **1.5.1 Personas consideradas como nueva generación**

Durante mucho tiempo las personas que se encontraban en el inicio de las primeras generaciones pudieron presenciar un poco más de cerca el nacimiento de los medios tradicionales y a muy leves rasgos el comienzo de los nuevos medios digitales que iban a desarrollarse con la llegada del internet. A pesar de todo, la llegada de internet no es algo que realmente haya impactado al mundo de un día para otro, pues no tuvo una aceptación sino hasta mucho después. (Tendencias digitales, 2017)

Primeramente con la aparición del internet, muchos de los pertenecientes a la generación de los Baby Boomers (1930-1960) lograron ser conscientes del nacimiento del internet en su comienzo, sin embargo, a muchos de ellos no les impactó en gran

magnitud puesto que una gran cantidad de la población de esa generación ya habían pasado toda una vida mediante el uso de medios más tradicionales, muchos de los pertenecientes de esta generación no muestran gran interés por utilizar las redes sociales por lo que se centran en mantenerse actualizados en las noticias que surgen digitalmente.

Posteriormente se encuentra la generación X (1960-1988) los cuales muestran un poco de mayor interés al hecho de involucrarse en este medio digital ya que se comienzan a ver grandes potenciales de mayor facilidad de poder satisfacer diversas necesidades al ser algo accesible desde las casas y encima con mayor rapidez en muchos casos. Durante esta generación se comienza a usar el internet como principal vía en la cual pasar mucho de su tiempo principalmente durante la noche, además que la mayoría de esta generación utilizaba el internet para realizar diversas búsquedas.

Más adelante entrarían lo que son los Millennials (1988-2000) los cuales ya desde mucho antes comienzan a tener una leve noción de lo que es el internet y el manejo de los medios digitales, de manera que esta generación es la que más incentiva al manejo de los medios digitales para su vida cotidiana, puesto que aquí realizan investigaciones, realizan compras o ventas e inclusive llegan a sitios en los que pueden conocer gente con quienes relacionarse, las personas de esta generación, en su gran mayoría, se enfocan en buscar contenido de entretenimiento. Ya en esta generación comienzan a escuchar música y hasta ven películas a través de los streamings.

Por último nacerían los Centennials (2000-actualidad), se podría decir que ya tienen una idea bastante formada de lo que son los medios digitales y del internet como herramienta ya que desde una edad bastante temprana ya han sido introducidos al mundo digital, al punto que mucha de su formación intelectual ha ido de la mano con los tipos de información expuesta en los contenidos audiovisuales y la forma interactiva que muchos de estos tienen. En esta generación ya no se limitan a ciertas horas del día para acceder a dispositivos y navegar por medios digitales, sino que ya en todo el día acceden un cierto número de veces a dispositivos que los lleven a la red. (Tendencias Digitales, 2017)

Suelen llamar a esta generación como la generación “Alfa” debido a que, a diferencia del resto de generaciones que en cierto modo se han ido adaptando en un ritmo a lo que es el mundo digital, esta generación ya viene familiarizada con las plataformas digitales

al punto en el que también llaman a esta generación como la generación digital. Cuanto más fueron surgiendo las generaciones, más susceptibles eran a familiarizarse con cierto tipo de contenido dentro del ámbito digital. (Borrull, 2019)

### **1.5.2 Aceptación de esta generación a los contenidos de entretenimiento audiovisual**

Parte de los ejemplos que se pueden ver con respecto a los contenidos que han ido teniendo éxito en las nuevas plataformas se puede ver el cómo EnchufeTV, siendo canal de sketches bastante conocido en el país y que ha logrado tener un gran reconocimiento en todo el mundo, ha tenido mucha mejor aceptación a diferencia de varios contenidos audiovisuales y esto puede deberse a que se implementaron diversos factores esta vez que anteriormente no se implementaban o que se implementaron por separado.

Primeramente se ha visto que muchas de las producciones audiovisuales en Ecuador eran para televisión y para películas, mas no era muy popular antes del 2011 que surgieran contenidos a plataformas que eran más visitadas por personas jóvenes. En estas plataformas como la televisión y el cine era muchísimo más difícil el que las personas pudieran dar una interacción directa con los creadores del contenido por lo que el público tenía que conformarse con el estilo y gusto de los pocos directores que producían estos contenidos. Las mayores grabaciones cinematográficas que se realizaban eran para un público más adulto y por ende se enfocaban en plataformas en donde no había un público joven por lo que no había mucha aceptación a este tipo de producciones.

Con la introducción de los contenidos audiovisuales tipo sketches en plataformas digitales más nuevas, como se vio inicialmente que predominaba mucha gente joven en YouTube, primeramente se contaba ya con que el público pudiese relacionarse más con los creadores de contenido, además, las plataformas por las que se comienzan a realizar las producciones audiovisuales podían ser accedidas mediante cualquier dispositivo que estuviese al alcance de uno y de manera gratuita por lo que era mucho más probable que los jóvenes accedan a este contenido que ir a un cine.

También se puede tener en cuenta es que un factor bastante notable es que el lenguaje utilizado en muchas producciones cinematográficas que eran realizadas en Ecuador no utilizaban un lenguaje con el que realmente se pudiesen sentir identificados los ecuatorianos en la vida cotidiana, en los canales de televisión si se implementaba un

poco más el lenguaje ecuatoriano pero estos programas, al ser emitidos en un tiempo no donde ya existía más personas que usaban redes sociales, no tenía mucha relevancia entre los que usan medios digitales.

Con EnchufeTV se ha visto que primeramente comenzaron a realizar producciones de sketches en internet, algo que para la época no era para nada común por lo menos en Ecuador y por ende fue más novedoso para los que usaban plataformas digitales, también se sumó a que los sketches grabados en español no era muy popular y hasta casi inexistente y agregado a todo esto también se incluyeron lenguajes ecuatorianos cuya característica era lenguajes que se suele decir entre el gentilicio ecuatoriano comúnmente el día a día. Esto era bastante nuevo en la plataforma, por lo que muchas más personas se veían atraídas a esto y por ende mayor aceptación a estas producciones y al ser bastante novedoso en Ecuador ya era más probable que se popularice fuera del país también. (Noriega Orozco, 2016)

## **1.6 Traslado de contenidos audiovisuales a distintas plataformas**

### **1.6.1 Diferencias entre contenidos de internet y de plataformas tradicionales**

En estas temporadas que han tomado bastante poder las plataformas nuevas, es decir, las plataformas digitales, en muchas ocasiones se ha pensado que el hecho de que se produzca un tipo de contenido ya es suficiente como para que las personas se vean atraídas a este contenido sin importar la plataforma en la que se presenten, sin embargo, no es del todo cierto porque al no cumplir con los mismos estándares y regirse bajo el mismo sistema por presentarse en otra plataforma, los resultados podían ser muy diferentes.

EnchufeTV fue el primer canal que ganó muchísima fama y popularidad por la vía de YouTube y que se trató de adaptar a la televisión, de manera que muchos de los sketches que se transmitían se los intentaron adecuar de manera que pudiesen ser considerados como programas de televisión por lo que los sketches que se presentaban en internet que duraban unos minutos ahora serían presentados en la televisión en forma de capítulos uno tras otro. La condición que se tomaría para realizar este contenido es que muchas de las escenas que pudiesen resultar controversiales serían quitadas o censuradas al ser transmitidas por televisión.

Lo que causó este resultado es que haya un menosprecio por parte de la audiencia de EnchufeTV debido a que consideraban que parte de la esencia que hacía que este canal fuese atractivo y gracioso para sus seguidores ya no sea lo mismo y se pierda el interés por parte de ellos, por lo que no muchas personas que mirasen su canal en YouTube se verían atraídas por este mismo canal en la televisión, todo a pesar de que algo del lenguaje típico ecuatoriano se mantuvo en pie. (El Telégrafo, 2014)

Por otro lado también se ha realizado un análisis que tratan de explicar la razón por la que no ha sido muy aceptado el que EnchufeTV se transmita por televisión al, varias personas no solamente no muestran interés, inclusive que muestran desprecio por transmitir su contenido en la televisión. (Torres Chacha, 2018)

### **1.6.2 Medidas de adaptación de producciones audiovisuales a las plataformas**

La productora Touché Films, quienes fueron los creadores de EnchufeTV, con el éxito masivo que llegó a tener el proyecto a nivel mundial, fueron impulsados a realizar un largometraje que se encuentre en la plataforma de streaming Netflix, por lo que en cierta forma lo que la gente esperaba ver es una producción que muestre a EnchufeTV adaptado a lo que sería una película.

Cuando se comenzó a producir este largometraje, ya no se estaba hablando de uno más de los sketches que se realizan en YouTube, se está hablando de que exista una buena historia acompañada de un humor que sea comprensible un poco más allá de Ecuador aunque siempre manteniendo a raya la esencia del lenguaje Ecuatoriano o en sí latinoamericano. Con todo esto se realizó un metraje que mantiene la idea de juntar diversas escenas tipo sketches con un humor un poco más ligero para los videntes y que todo esto vaya desarrollando una historia.

Esto tuvo mucha más aceptación por parte del público ya que a diferencia de lo que se presentaba en la televisión, en donde básicamente hacían énfasis en que estaban transmitiendo contenido de EnchufeTV en un formato sketch tras sketch pero bajo los estándares necesarios para que se pueda presentar a un público más amplio, quitando lo que originalmente atrajo al público de este canal, en Netflix se realizó el largometraje con un humor tipo sketch pero que vaya siguiendo una secuencia y en el intermedio de cada una de estas escenas ir incluyendo humor parecido al que se realizaba en YouTube. Esto es precisamente lo que ayudó a que se adapte bien este canal a la plataforma de streaming, el poder presentar un largometraje original con la esencia de un EnchufeTV

de YouTube y junto al hecho de que presentaban a diversos creadores de contenido dando vida a personajes diferentes a los que se está acostumbrado a ver en sus canales de YouTube justo como se esperaría dentro de una plataforma dedicada a las películas y series. (Pérez, 2021)

También podemos enfocarnos en el caso de dos personas que son bastante reconocidos en el mundo de la producción audiovisual dentro del entretenimiento ecuatoriano, Jalál Dubois y Rodrigo Padilla. Estas dos personas han tenido un largo transcurso a través de diversos medios de comunicación en el Ecuador en donde en diversas ocasiones han tenido que recurrir a cierto tipo de estrategias para desenvolverse en los medios. Haciendo un énfasis en los medios audiovisuales, ellos han tenido protagonismo en programas como “La Kombi” en donde realizaban diversas entrevistas a personas realizando críticas y tocando temas diferentes en donde a pesar de que mantenían un lenguaje bastante informal, pues su público objetivo era el público adolescente, siempre se mantenían en un parámetro dentro de lo que se considera apto para todos los públicos. También se puede ver el caso de “Vele, vele, vele” en donde igualmente Jalál Dubois y Rodrigo Padilla eran los presentadores de este programa, aquí ambos presentadores se encargaban de realizar varios segmentos que eran fuera de lo que se acostumbraba a ver en las entrevistas de televisión ecuatoriana comúnmente. La característica principal de esto es que estos contenidos se manejaban de igual manera bajo los reglamentos que se establecían en el canal en donde se transmitían en donde se cuidaba un poco más el lenguaje y el tipo de temas que se tocasen.

Un aspecto que puede considerarse como medida de adaptación por parte de un canal al trasladarse a una nueva plataforma es que al haber mucha más accesibilidad hacia la opinión de las personas, como pueden ser los comentarios, los canales van guiándose de estos, en caso que un comentario sea bastante destacado por su puntuación o por el nivel de notoriedad que gana en la caja de comentarios, este tenderá a encabezar la sección de los comentarios, lo que dará paso a que aquellos que manejan el canal puedan ver lo que más les gustó del video y que ellos puedan incluir algo similar en su próxima publicación o de ir lo más apegado posible a este comentario

Más adelante, tras el cierre de estos canales, Jalál Dubois y Rodrigo Padilla se movieron a una plataforma más moderna, YouTube, en donde realizan su programa “Ingobernables Ec” que tiene como principal característica hablar sobre temas políticos

y realizan entrevistas, comúnmente a personalidades dentro de la política, en donde se manejan con un lenguaje informal, sin embargo, como este canal se encuentra en una plataforma que les permite subir contenido de forma independiente, les da la posibilidad de subir contenido en donde hablen con un lenguaje más informal que por lo menos en televisión no sería muy común de escuchar, lenguaje que inclusive llegan a utilizar las personalidades políticas.

En esta plataforma, al ser mucho más accesible tanto para ver como para producir contenido, el canal cuenta con la oportunidad de realizar emisiones de forma más frecuente. En cuanto a la relación entre creador de contenido y usuarios, el canal tiene mayor posibilidad de interactuar con el público, ya que, a diferencia de televisión en donde muchos de los comentarios no se tomaban en cuenta o tardaban mucho en leerse, en YouTube, el canal realiza emisiones en vivo en donde se muestra una sección de chat en donde interactúan todos aquellos que tengan una cuenta en la plataforma que estén viendo el en vivo, en este chat los usuarios interactúan entre ellos e inclusive con el canal en tiempo real y en varias ocasiones el canal toma en cuenta lo que lo que dejan los usuarios y en los comentarios de anteriores videos.

Estos comentarios permiten que los usuarios que piensen similar al comentario que se puso le den puntuaciones, indicando que dichos usuarios podrían sentir empatía con aquel comentario y si este llega a una puntuación bastante mayor, podría llegar a ser relevante para el creador del canal. Todo esto indica que los usuarios tienen opciones más eficientes de hacer llegar sus opiniones e interacciones al canal. En el caso de Jalal Dubois y Rodrigo Padilla, al ser sujetos que agregan humor a sus contenidos, dentro del canal de Ingovernables Ec harían que las personas no destaquen aspectos negativos sobre ciertos temas puestos en el video, sino que mucha de la atención de los usuarios suele dirigirse hacia la forma en que los entrevistadores llevaron el debate y lo bien que lo hicieron al combinar estos temas con el humor y más aún si es que ellos se mantienen neutrales ante un tema.

### **1.7 El impacto de independencia en las plataformas con los contenidos audiovisuales**

Como se ha visto a lo largo del tiempo, muchas de las producciones audiovisuales han aparecido casi de la noche a la mañana y han tenido un impacto demasiado potente en la sociedad. En el caso de Ecuador se puede ver que EnchufeTV tuvo ese paso de ser un

simple grupo de chicos que se dedicaban a realizar una serie de contenidos audiovisuales con Sketches a una agrupación con varios profesionales llegando a ser uno de los canales más reconocidos y vistos a nivel mundial y pasando de largo a varios proyectos que se han lanzado en televisión o en el cine ecuatoriano que no han tenido el mismo nivel de relevancia que EnchufeTV tuvo. Todo esto puede ser el resultado de varios factores los cuales pueden ser parte de las razones por las que tuvieron este éxito.

Como ya se mencionó anteriormente, EnchufeTV tuvo como plataforma de origen a YouTube en donde se puede realizar contenidos de producciones audiovisuales y transmitirla a un enorme número de personas hasta volverlo viral con un número de recursos bastante limitados pero usados de manera más eficiente, además que la accesibilidad que existe para llegar a los contenidos de YouTube son mucho mayores que la accesibilidad que se tiene a contenidos cinematográficos, mucho peor si es contenido ecuatoriano debido a la poca popularidad de varios de estos y a contenidos televisivos ya que pueden ser contenidos bastante difíciles de tenerlos a disposición de manera sencilla. Mediante la plataforma de YouTube es mucho más accesible para las personas el tener acceso a estos contenidos ya que solo basta con entrar a un navegador y realizar una búsqueda para encontrar lo que se desea y para virilizar estos contenidos a las personas es mucho más sencillo, pues solo bastaría con compartir el link que del video y compartirlo por otras redes para que muchísimas más personas tengan acceso a estos contenidos. De esta manera es más probable virilizar canales en cortos periodos de tiempo. Por otra parte cabe resaltar que en las nuevas plataformas digitales, al existir mucha más libertad de los usuarios para elegir el contenido que más les agrada, muchos de ellos podrían tender a mantenerse en estas plataformas y ve este contenido en vez de hacerlo en la televisión o cine y en caso de no tener a su disposición estos contenidos en las plataformas digitales, podrían optar por directamente no ver estos contenidos. Esto causaría que las personas ya no tengan a la televisión como un medio eficiente en su perspectiva.

Como es bien sabido, en Ecuador el realizar una producción audiovisual para que muchas personas lo vean puede llegar a ser un desafío muy significativo para los creadores de contenidos de producción audiovisual porque las personas que realizan estos contenidos tienen varias tareas, la grabación, el encontrar un medio por el cual puedan transmitir los contenidos, el rentar teatros para transmitir estos contenidos o el ser aceptados por canales televisivos en donde puedan publicar los contenidos y el tratar

de virilizar estas producciones podría significar mucho trabajo para los productores por lo que la frecuencia en la que se lancen estas producciones va a ser mucho menor que una producción que se realice en YouTube debido a que no se necesita de ningún otro requerimiento más que subir el contenido a un canal y esparcir el link a todos los sitios que se pueda, además que no se necesita ser aceptados por ningún medio más que con las normativas de YouTube que no son de mucha complejidad el cumplirlas, al tener un canal propio en YouTube se es libre de publicar a voluntad del creador y con una frecuencia acorde a lo que el creador piense adecuado.

A pesar de que en YouTube existe una serie de reglamentos en los que los usuarios se deben regir, es bastante sencillo ir acorde a estos reglamentos y por lo demás hay mucha mayor permisibilidad, a veces existe lo que es la desmonetización pero no la prohibición de publicar el contenido en sí. Canales que existen en Ecuador como Teleamazonas, el cual es uno de los canales televisivos con más visualizaciones en Ecuador, tiene una serie de códigos éticos por los cuales se mueven, códigos que muchas veces causan que ciertos temas que pueden resultar controversiales sean prohibidos en ese canal y por ende no muchos tipos de públicos están dispuestos a ver el contenido de estos canales. EnchufeTV en algunas ocasiones utiliza temas de controversia para realizar varios contenidos de su canal y hasta un lenguaje mucho más permisivo que en las plataformas tradicionales, inclusive se pudo ver el caso en el que ciertos videos de EnchufeTV publicados en la televisión por medio del mismo Teleamazonas, al ser transmitidos por este canal, aquellos videos que incluyesen temas de bastante controversia no se pasaban y el lenguaje que el canal considerase inapropiado directamente era censurado por lo que los otros público optarían por irse a la plataforma online en vez de quedarse en los medios tradicionales.

Como también se mencionó anteriormente, mediante la plataforma de YouTube existe muchísimo más contacto e inclusive interacción por parte de los creadores de contenidos con los usuarios que ven estos videos. Esto se da mediante los comentarios, las opciones de me gusta o no me gusta e inclusive con las opiniones y respuestas que se realizan en otros canales hablando sobre otros videos, lo importante de esto es que este tipo de interacciones son inmediatas o en periodos de tiempo bastante cortos. Jorge Ulloa ha mencionado que en la plataforma de YouTube es mucho más contable las interacciones y opiniones de los usuarios con ellos, pues EnchufeTV suele moverse en base a lo que los comentarios mencionan y también en base a lo que el número de me

gustas, no me gustas y visualizaciones de los videos indiquen. En base a esto, EnchufeTV realiza videos tomando en cuenta lo que los usuarios van comentando y explotan los estereotipos que rodean el tema que los usuarios suelen comentar. Todo esto hace que la plataforma en la que nació EnchufeTV se diferencie de otras plataforma tradicionales en donde es más difícil cuantificar el número de interacciones, opiniones y comentarios que se tiene sobre una producción ya sea por la poca inmediatez o menor disposición de los usuarios de recurrir a otra plataforma solamente para realizar algún comentario o brindar alguna puntuación.

## **2. Metodología**

### **2.1 Enfoque**

Se han podido destacar las principales cualidades con el que el contenido audiovisual se desenvuelve mejor en cada plataforma.

El enfoque de investigación será cualitativo mediante el uso del método de observación no sistemática, esto es debido a que la investigación se centra en ver el comportamiento que han tomado los contenidos audiovisuales al momento de cambiar de formato para tener una buena aceptación de las personas en las nuevas plataformas.

Para medir la aceptación de ciertas personas hacia los contenidos que se hayan movido de plataforma se usará una herramienta del enfoque cuantitativo mediante el uso de las encuestas.

Las encuesta servirán para medir la opinión de ciertas personas con respecto al agrado o desagrado sobre los contenidos ecuatorianos que hayan visto, en donde se ha movido la plataforma.

### **2.2 Población y Muestra**

Para medir de forma cuantitativa se tomará un grupo de 204 chicos ecuatorianos que se familiaricen tanto con los contenidos de EnchufeTV junto con Jalál y Rodrigo e indiquen sus opiniones sobre los contenidos que ellos hayan realizado en la televisión. De estos dos tipos de contenidos el objetivo es centrarse en los seguidores del canal en YouTube.

La investigación se va a hacer sobre el canal EnchufeTV y canales en donde participan Jalál Dubois y Rodrigo Padilla que en YouTube están como Ingovernables Ec, tomando los videos con mejor puntuados y con mayor relevancia según la plataforma. Actualmente la población de referencia es:

Programa en YouTube	Seguidores
EnchufeTV	24.5M
Ingovernables	34800

Se seleccionará una muestra que tenga una confianza del 95% de representatividad.

El tamaño de la muestra fue obtenida en base a la fórmula:

**Fórmula aplicable a las poblaciones finitas**

$$n = \frac{Z \times p \times q \times N}{e^2 \times (N - 1) + Z^2 \times p \times q}$$

**N** = Representa la población finita

**e** = Es el error de muestreo que puede oscilar entre 5% a 10% donde se tomará para el caso mínimo: 5%.

**p y q** = Representan los porcentajes de ocurrencia de un suceso, donde su suma es 100%. Cuando no se tiene un estudio piloto previo se consideran 50% y 50%, p y q respectivamente.

**Z** = Valor teórico que varía de acuerdo al nivel de confianza escogido. Para un nivel de confianza del 99% el Z crítico es 9, si el nivel de confianza es del 95% el Z crítico es 4.

Tomando en cuenta los siguientes valores de las variables:

n	24534800
e	7%
p	50%
q	50%
z	4.00

Se obtuvo un tamaño de muestra de 204.

### 2.3 Método de realización del análisis

El estudio se centrará básicamente en la opinión que tienen los seguidores frente al cambio de canal. De la muestra se seleccionarán un grupo al que se le aplicará un focus group para identificar los factores se analizarán en las encuestas a aplicarse a la muestra. En la encuesta se identificará:

1. Opinión sobre el agrado sobre los cambios de canal de los programas.
2. Averiguar los motivos de ese agrado o desagrado.
3. Averiguar las variables que impactaron.
4. Averiguar la importancia de esas variables.
5. En caso de que haya un desagrado, averiguar aspectos que se podrían mejorar.

Adicionalmente se hará un análisis sobre la aceptación que han tenido estos canales en las nuevas plataformas. Para esto se va a realizar una tabla en donde se publiquen los videos más vistos de cada canal, se seleccionarán los comentarios que más puntuación hayan tenido pero que tengan relación con el tema que se está tratando en este trabajo para ver qué tema del video es el que más destacó el usuario y las puntuaciones servirían como referencia de usuarios que piensan lo mismo. También se destacarán las buenas puntuaciones (likes) que haya tenido el video para ver la aceptación que tuvo el video en relación con las visualizaciones.

#### **2.4 Instrumentos empleados tanto para la recolección de datos como para el análisis de estos**

Entre los instrumentos que se van a emplear estarían:

YouTube como medio para ver el nivel de aceptación inicial.

La encuesta servirá como medio para encontrar las opiniones de las personas que llegaron a ver a los contenidos que realizaban tanto Jalál Dubois con Rodrigo Padilla y EnchufeTV cuando emitió sus contenidos de YouTube para la televisión.

### **3. Hallazgos**

#### **3.1 Características de la tabla de los videos más vistos y menos vistos de EnchufeTV.**

- **Número de likes**
- **Número de visualizaciones**
- **Uso del lenguaje ecuatoriano**
- **Cantidad de actores tradicionales**
- **Comentarios**

En la siguiente tabla se pueden encontrar 6 videos del canal de EnchufeTV en donde tres de estos videos fueron tomados como muestra de los videos con mayores visualizaciones en su canal (sección ordenada de mayor a menor) y los otros tres videos son la muestra de los tres videos con menos visualizaciones (sección ordenada de menor a mayor). De estos videos también se podrán ver la cantidad de frases que son bastante comunes en el Ecuador. También se mostrará el número de actores clásicos en el canal (aquellos que iniciaron en el 2011) y finalmente los comentarios con más likes pero que más relación tengan con el tema de este trabajo.

**Tabla 1: Características de los videos de EnchufeTV Rodrigo y su relación con la aceptación de las personas que ven sus videos.**

Nombre del video	Likes	Visualizaciones	Terminología informal de los ecuatorianos	Cantidad de actores clásicos	Comentarios con más puntuación
1. Super Campeonas   enchufetv	1M	107.293.440	"...vos loco!" "ni cagando" "Cojudo" "Chance" "Chichis" "Atenti" "parar bola"	3	"8 años ya pasó de esta joyita"
2. Expectativa VS. Realidad: Sexo   enchufetv	992.688	102.006.008	"Aguanta" "Pedo"	1	"JAJAJAJAJA Por ahi tambien sale pedo?"

Nombre del video	Likes	Visualizaciones	Terminología informal de los ecuatorianos	Cantidad de actores clásicos	Comentarios con más puntuación
3. Viendo Como Farmacéutica	975.428	62.400.566	“AYAYAY”	4	"sal chichico tú ya saliste en otro sketch"
Menos vistos					
1. spOnsOr: Familia VS. Amigos - Vacaciones	166.940	15.760.813	“Panas”	4	y a lo ultimo amanece en una bañera con hielo y sin los Riñones xD
2. spOnsOr: ChatFAIL	204.005	15.969.794		2	Ustedes hacen la mejor publicidad v':
3. Viendo Como Chica Comprando Prueba de Embarazo	593.934	15.943.865	“Este man”	1	Ya se me hacia sospechoso que la monja estuviera muy cerca de las pruebas de embarazo y las cosas de bebé xD

En la tabla 1 se puede ver que en la primera parte, en donde se encuentran los tres videos más vistos en el canal de EnchufeTV, el video con más visualizaciones es también el que más terminología típica en Ecuador utiliza también viene siendo el video que más likes tiene de esta categoría, en cuanto a los actores clásicos hacen uso de tres actores y el comentario que mayor puntuación tiene del video hace alusión de los años

que han pasado y lo considera como un video muy apreciado a pesar del paso del tiempo.

El segundo video con más visualizaciones también es el segundo video que más likes tiene y el segundo que más terminología ecuatoriana utiliza, también se puede ver que es el que menos cantidad de actores clásicos ocupa, el comentario que mayor puntuación tiene del video menciona una de las frases que destacó del video y que más le causó gracia.

Finalmente se pone al tercer video con más visualizaciones, por ende es el tercer video con más likes de los tres y solo usa una palabra de terminología ecuatoriana, sin embargo, es el que más actores clásicos ocupa (teniendo entre los tres a 8 actores clásicos que participaron en el canal). El comentario que mayor puntuación tiene del video menciona una frase que destacó del video.

Se puede ver que las visualizaciones de los tres videos llegan a sobrepasar las 900.000 visualizaciones y en dos casos se sobrepasan los 100.000 likes menos el tercero que alcanza alrededor de 60.000 likes, el uso de términos informales ecuatorianos va decayendo del video con más visualizaciones hasta el que menos visualizaciones de la categoría tiene, aunque hay más uso de actores clásicos en el tercer video, seguido por el primero y finalmente el segundo que solo tiene a uno, los comentarios con mayor puntuación son apreciando el video o mencionando frases más destacadas de cada uno.

Entre los videos con menos visualizaciones podemos ver al menos visto de todo el canal que tiene 166.940 vistas y con 15.760.813 likes, en este video solo se ha usado una palabra que pertenecería a la terminología informal de los ecuatorianos y a pesar de ser el menos visto del canal, cuenta con 4 actores clásicos y el comentario que mayor puntuación tuvo del video menciona un posible escenario que podría presentarse en una ocasión similar a la del video.

En el segundo video se puede ver que llegó a las 204.005 visitas con 15.943.865 likes, utilizó de igual manera una una palabra que pertenecería a la terminología informal de los ecuatorianos y esta vez 2 actores clásicos del canal, el comentario que mayor puntuación tuvo del video da por hecho que las publicidades que ellos hacen son las mejores.

En el tercer video de esta categoría se puede ver que llegó a las 593.934 visualizaciones con 15.943.865 de likes en el video pero de igual manera solo utilizó una sola palabra de la terminología informal de los ecuatorianos y con un solo actor clásico del canal, el comentario que mayor puntuación tuvo del video aclara que se dio cuenta de algo que iba a ocurrir por el lugar en el que los personajes del video estaban posicionados.

Con todo esto se puede ver que de los videos con menos visualizaciones, en donde dos de estos sobrepasan los 200.000 y uno que alcanza a las 500.000 visualizaciones son también los que menos terminología informal ecuatoriana usan, sin embargo, la cantidad de actores clásicos que usan en total son de 7, llegando casi al mismo número de los tres videos más vistos, en donde usan 8 actores clásicos. El número de likes de cada video alcanza los 15.000 likes y en los tres comentarios se puede ver que solo destacan de igual manera frases de los videos y uno de ellos elogia la capacidad de hacer publicidad de este canal.

### **3.2 Características de la tabla de los videos más vistos y menos vistos de Ingovernables Ec.**

- **Número de likes**
- **Número de visualizaciones**
- **Uso del lenguaje ecuatoriano**
- **Tema de la entrevista**
- **Participación de Jalál Dubois y Rodrigo Padilla**
- **Comentarios**

En la siguiente tabla se pueden encontrar 6 videos del canal de Ingovernables Ec en donde tres de estos videos fueron tomados como muestra de los videos con mayores visualizaciones en su canal (sección ordenada de mayor a menor). y los otros tres videos son la muestra de los tres videos con menos visualizaciones (sección ordenada de menor a mayor). En la tabla se ha puesto la cantidad de visualizaciones y likes que cada video ha recibido, también se han puesto una muestra de máximo siete abreviaciones informales o ecuatorianas (siendo esta la cantidad máxima de abreviaciones que hubo en los videos más vistos de EnchufeTV), junto con la temática de cada video. Con términos informales se hace referencia a términos coloquiales comúnmente usados por los ecuatorianos a la hora de hablar con gente cercana y de confianza que no requiere

formalidad. Además se puso si es que existía la participación de Jalál Dubois y Rodrigo Padilla. Finalmente se puso en cada video el comentario con mayor puntuación.

**Tabla 2: Características de los videos de Jalál con Rodrigo y su relación con la aceptación de las personas que ven sus videos.**

Nombre del video	Número de likes	Visualizaciones	Uso de abreviaciones informales o ecuatorianas	Tema del video	Participación de Jalál Dubois y Rodrigo Padilla	Comentarios con más puntuación
1. DE A LEVA Y A FONDO Capítulo: 9 Rafael Correa	10.465	277.317	“Rafaelear” “Quesf” “Digabamos” “Futa” “Hincha” “Vacan” “Paraste bola”	Entrevista a Rafael Correa	SI	Excelente... no tomaron posturas, tiene n más nivel que la mayoría de periodistas.. BUEN VIDEO..!!!!
2. DE A LEVA Y A FONDO Capítulo 23: Andrés Arauz	5064	160.250	“Falseta” “Chance” “Cachas” “Chuta” “Norio” “Chamito” “Panas”	Entrevista a Andrés Arauz	Si	Estos manes son comediantes y hacen un gran periodismo . Los de la prensa ecuatoriana son periodistas pero hacen una gran comedia ☐
3. DE A LEVA Y A FONDO Capítulo 24: DEBATE Fernando Casado vs Carlos Andrés Vera	4908	157.852	“Puñetes” “Menos bla bla y más glu glu” “Vacan” “Tocayo” “Pucha” “Chuta”	Debate entre Fernando Casado vs Carlos Andrés Vera	Si	Estos manes sin ser los periodistas más famosos del año se mandaron un debate mejor que cualquiera que se vio en el CNE

Nombre del video	Número de likes	Visualizaciones	Uso de abreviaciones informales o ecuatorianas	Tema del video	Participación de Jalál Dubois y Rodrigo Padilla	Comentarios con más puntuación
Menos vistos						
1. Después de Dios ustedes doctorcitos - LA CIENCIA DE LA VIDA ES EL FUTURO	25	463	No hay uso informal ni terminología común ecuatoriana	Entrevista a embajador del reino unido Cris Campbell	No	Excelencia de programa, necesitamos más espacios así que aporten de manera significativa a la opinión pública. Felicitaciones
2. INDIGNADAS - MUJERES DIVERSAS PARA UN ESTADO FEMINISTA	37	672	No hay uso informal ni terminología común ecuatoriana	Entrevista a tres mujeres feministas	No	Terrible ver todos los comentarios son negativos y vienen todos de hombres...ya nada! les asusta el poder femenino!
3. Segmento Especial Indignadas - Verónica Silva	12	678	No hay uso informal ni terminología común ecuatoriana	Entrevista a candidata para asambleísta a Verónica Silva	No	Emilia está guapa!!  Una izquierdosa (como se define a si misma la entrevistada)... En filas de un partido de derecha? No lo sé Rick... ☐

En la Tabla 2, en el primer video de los tres videos más vistos se puede ver que a su vez es el video con más likes de la categoría de los más vistos, se puede ver que realizan una entrevista al ex presidente del Ecuador Rafael Correa teniendo a Jalál Dubois y a Rodrigo Padilla como entrevistadores y protagonistas, hay el uso constante de

terminología informal ecuatoriana y tiene 277.317 visualizaciones con 10.465 likes en el video, el comentario con mayor puntuación del video destaca que los periodistas a ningún momento se hayan inclinado hacia alguna postura y muestra más gusto por estos dos entrevistadores que por otros profesionales en el Ecuador.

En el segundo video se puede ver una entrevista al candidato a la presidencia Andrés Arauz, entrevista realizada de igual manera por Jalál Dubois y a Rodrigo Padilla en donde también hay el uso constante de terminología informal ecuatoriana, el video cuenta con 160.250 de visualizaciones y 5064 likes, el comentario con mayor puntuación del video muestra admiración en la forma de mezclar el humor con el periodismo que los entrevistadores realizan en el video.

Finalmente en el tercer video se puede ver un debate entre Fernando Casado vs Carlos Andrés Vera, debate dirigido de igual manera por Jalál Dubois y a Rodrigo Padilla hay bastante uso de terminología informal ecuatoriana y el video cuenta con 157.852 visualizaciones y 4908 likes, el comentario con mayor puntuación del video muestra admiración a las capacidades periodísticas de los entrevistadores y menciona que su debate fue de mejor calidad de los que se hacen en el CNE.

En sí se puede ver que en los tres videos llegan a sobrepasar las 100.000 visualizaciones y a sobrepasar los 4000 likes, también se ve que en los tres casos alcanzaron el mínimo de 7 términos informales ecuatorianos.

En cuanto a los videos menos visualizados (nombrando de menor a mayores visualizaciones de esta sección) se puede ver una entrevista a Cris Campbell, embajador del Reino Unido. En este video no hay uso de abreviaciones informales o ecuatorianas, tampoco hay la aparición de Jalál Dubois y a Rodrigo Padilla, además se puede ver que son 463 visualizaciones con 25 likes, el comentario con mayor puntuación del video envía unas felicitaciones al canal y su gusto por los canales con esta temática y libre expresión.

En el segundo video en donde se da una entrevista a tres mujeres feministas, tampoco se usan abreviaciones informales o ecuatorianas, tampoco hay a participación de Jalál Dubois y a Rodrigo Padilla, sus visualizaciones llegan a 672 y con 37 likes, aquí hay dos comentarios que ambos permanecieron sin puntuación, uno se ellos únicamente

hacen un elogio a la entrevistadora y en el siguiente comentario hace una crítica sobre una postura tomada por la entrevistada.

En el tercer video se da una entrevista a una candidata para asambleísta Verónica Silva en donde tampoco existe la participación de Jalál Dubois y a Rodrigo Padilla, tampoco hay un uso de abreviaciones informales o ecuatorianas, las visualizaciones son de 678 con 12 likes siendo el video con menos likes de esta categoría.

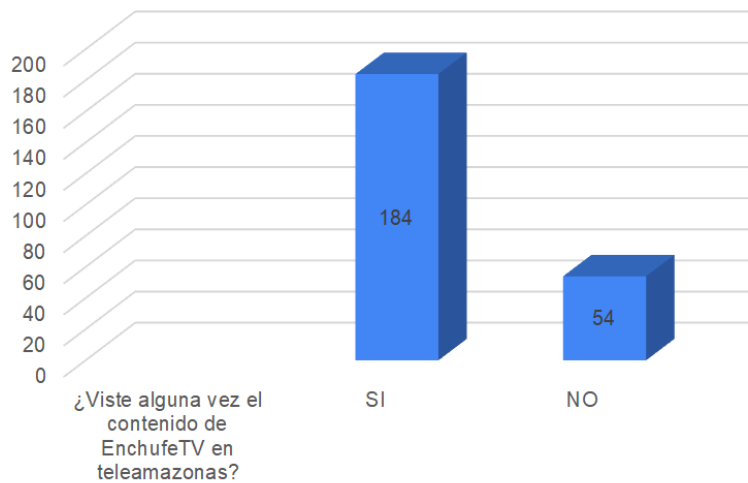
En estos tres videos se pudo ver que las visualizaciones que no llegan a las 1000 y los likes en todos los casos no sobrepasan los dos dígitos, también se puede ver que en los tres videos no hay uso de lenguaje informal ecuatoriano.

### **3.3 Encuestas**

Para obtener una noción de la opinión de las personas un poco más profundizado sobre lo que piensan del traslado a través de las plataformas que hizo EnchufeTV, en donde este canal quedó en el canal de televisión EnchufeTV y en su traslado a Netflix mediante la película “Dedicada a mi ex” se realizó una encuesta a 238 personas, basado en la muestra que se obtuvo mediante la fórmula que se realizó anteriormente con 240 personas, en donde se les preguntaba la opinión que tenían en cuanto al traslado de EnchufeTV de YouTube a la televisión, aspectos que destacaron de la ver a este canal en la plataforma de EnchufeTV, también se les preguntó sobre su opinión acerca del traslado que hizo EnchufeTV de YouTube a Netflix con el estreno de su película.

Esta encuesta también se centró en la opinión que tienen las personas con respecto a Jalál Dubois y Rodrigo Padilla en cuanto al traslado de presentarse en la televisión a presentarse en YouTube y cuáles son los rasgos más característicos que destaquen de ellos o cuáles son los que más critiquen de sus contenidos y se obtuvieron los siguientes resultados:

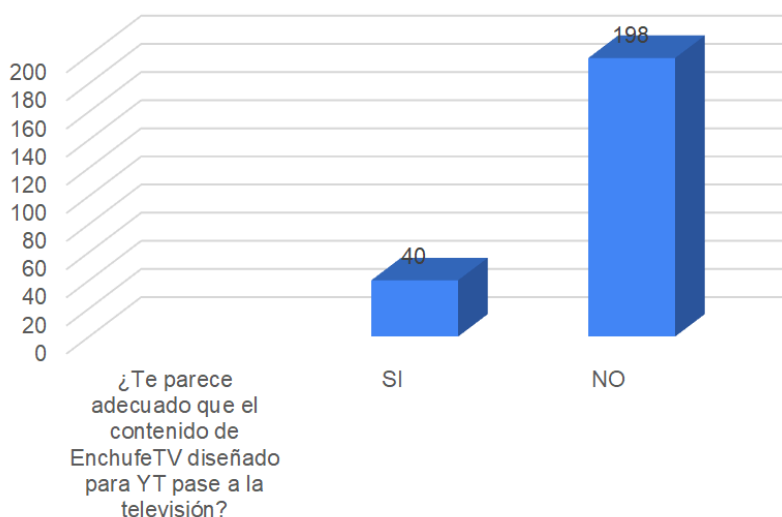
**Gráfico 1: Personas que vieron o no EnchufeTV en televisión (x). Número de personas que eligieron cada opción (Y).**



Fuente: Elaboración propia

En el Gráfico 1 se puede ver que de las 238 personas, 184 personas si llegaron a ver el contenido que llegó a producir EnchufeTV en la televisión en el canal ecuatoriano Teleamazonas. El resto de las personas que no vieron fueron 54, por lo que la opinión con respecto a lo que piensan de EnchufeTV dentro de la televisión será en base a estas 184 personas.

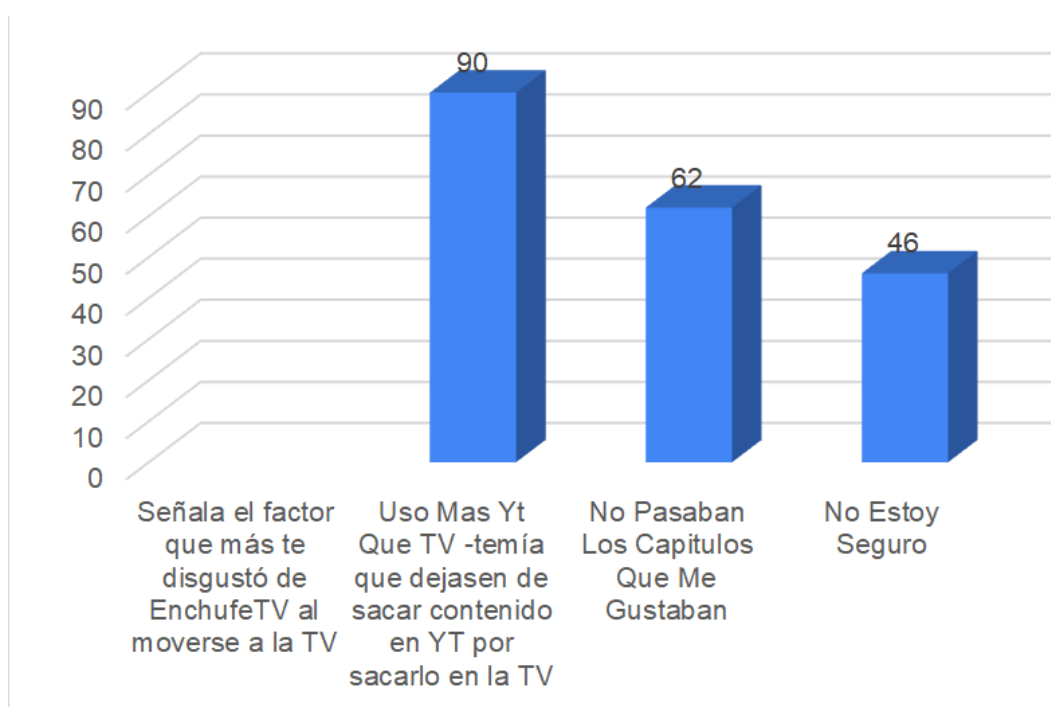
**Gráfico 2: Personas a las que les gusta que los videos de YouTube de EnchufeTV paen a la televisión (X). Número de personas que eligieron cada opción (Y).**



Fuente: Elaboración propia

En el Gráfico 2, de las 238 personas seleccionadas en la encuesta se pudo ver que 198 personas no estaban muy satisfechas con el hecho de que EnchufeTV se haya trasladado de YouTube a la televisión, mientras que el resto de las 40 personas no mostraron inconvenientes con esto.

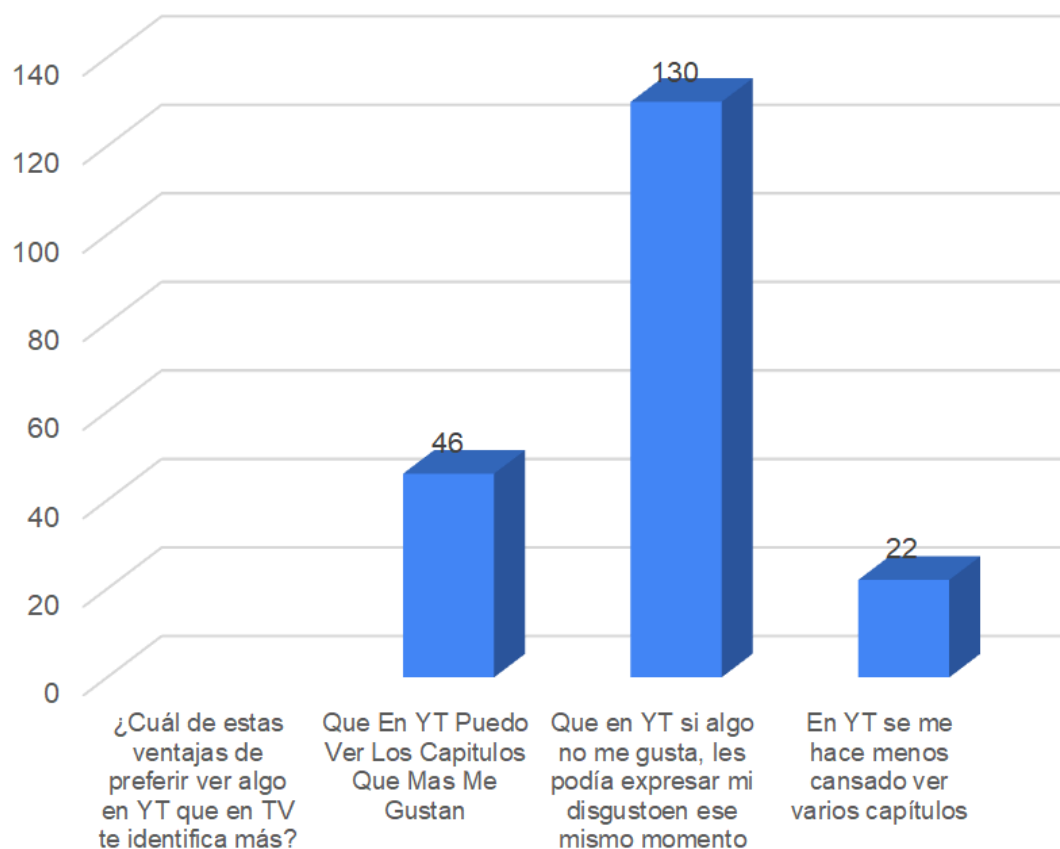
**Gráfico 3: Características más disgustadas por las personas que vieron EnchufeTV en la televisión (X). Número de personas que eligieron cada opción (Y).**



Fuente: Elaboración propia

En el Gráfico 3 quedaron seleccionadas las personas que no les gustó el hecho de que se trasladen de plataforma, por lo que en este caso quedó dividido en 3 en donde 90 personas mencionaron que usaban más la plataforma de YouTube que la televisión. Por otro lado las 62 personas siguientes consideraban que era difícil ver los capítulos que preferían y probablemente les tocaría ver capítulos que no les gustaba en donde al no gustarles lo que veían lo más probable es que ya ni continuasen viendo en la televisión. Las 46 personas restantes mencionan que no tienen una idea clara y se mantuvieron neutras.

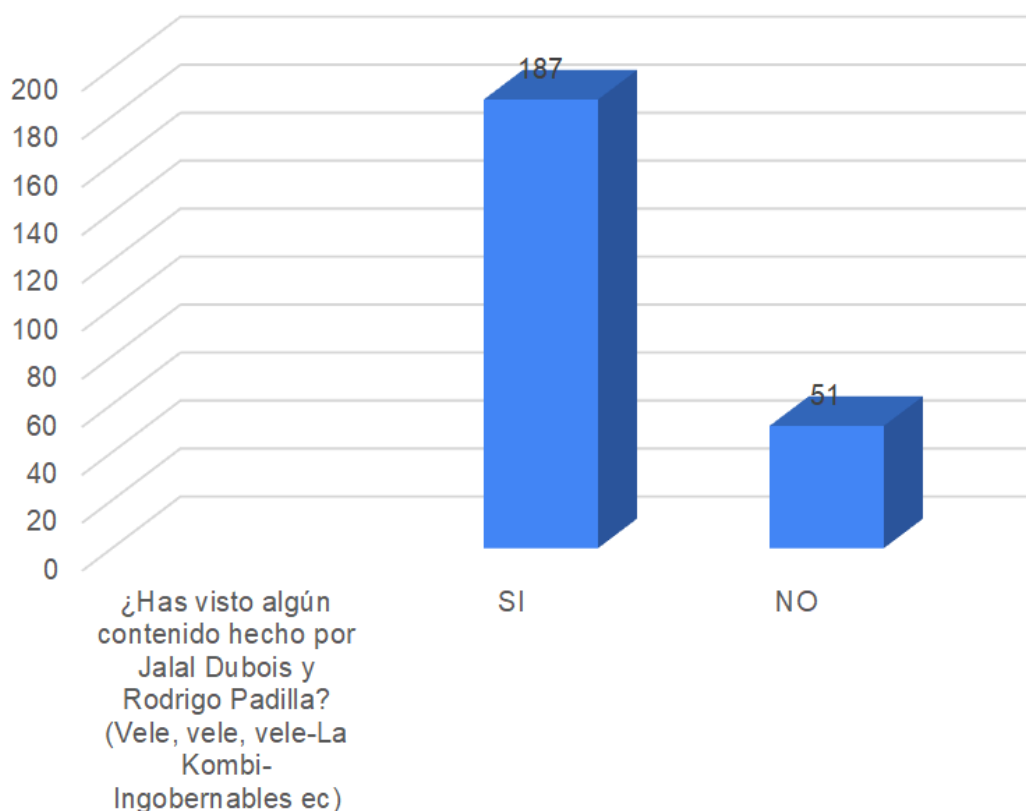
**Gráfico 4: Característica que más agrado tuvo por parte de las personas cuando EnchufeTV se movió a la televisión (X). Número de personas que eligieron cada opción (Y).**



Fuente: Elaboración propia

Como se puede ver en el Gráfico 4, refiriéndose a las 198 personas que preferían que los contenidos diseñados para YouTube se queden en YouTube del Gráfico 2, mostraron más afinidad con el hecho de que pueden expresar de algún modo su opinión en el canal en caso de ver un contenido que no les guste o en caso de querer realizar algún tipo de crítica o recomendación y la inmediatez en la que esto se realiza. El segundo valor de 46 personas iba a favor de la opción que mencionaba que en YouTube pueden ver los capítulos que más les gustase a su preferencia. Finalmente las 22 personas restantes solo mencionan que en la plataforma de YouTube no es muy cansado ver los capítulos de este canal comparándolo con la televisión.

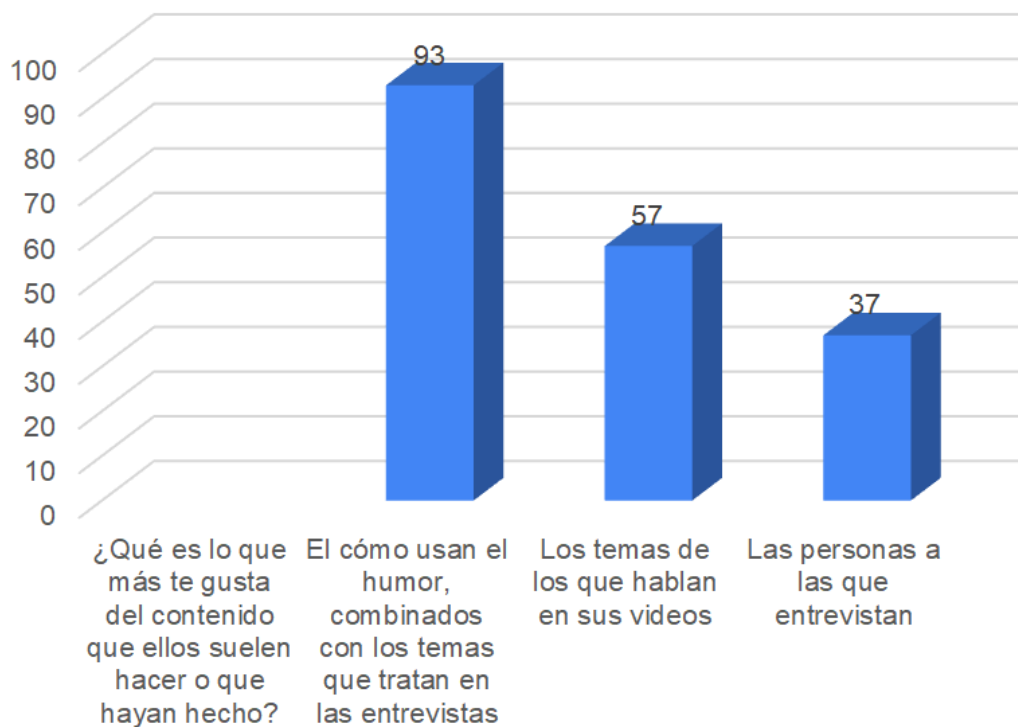
**Gráfico 5: Personas que han visto algún video de Jalál y Rodrigo en la televisión (X). Número de personas que eligieron cada opción (Y).**



Fuente: Elaboración propia

En el Gráfico 5 se puede ver que de las 238 personas, la mayoría si identifica a Jalál Dubois y a Rodrigo Padilla por los contenidos que han hecho entre los canales propuestos en la pregunta y las 51 personas restantes no han visto sus contenidos. Por lo que las opiniones con respecto a ellos van a ser en base a las 187 personas que si han visto sus contenidos.

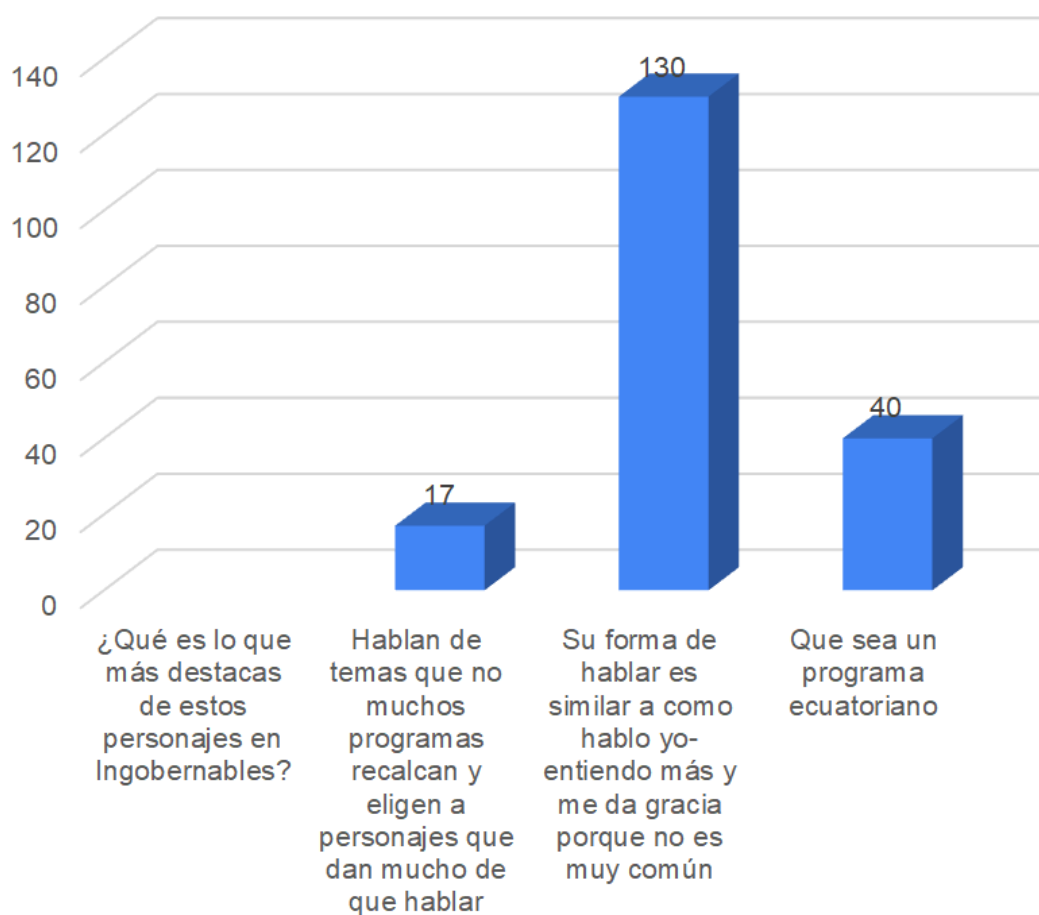
**Gráfico 6: Característica que más les gusta de los videos de Jalál y Rodrigo (X).  
Número de personas que eligieron cada opción (Y).**



Fuente: Elaboración propia

En el Gráfico 6 se puede ver que 93 de las 187 personas el Gráfico 5, mencionan que el cómo usan el humor para realizar sus entrevistas es lo que más destacan de ellos. Siguiendo a esto, 57 personas mostraron que si se enfocan y les agradan los temas que hablan en las entrevistas. Las 37 personas mencionan que lo que más destacan son las personas a las que entrevistan.

**Gráfico 7: Característica que más destacan las personas de Jalál y Rogrigo en Ingovernables Ec (Y). Número de personas que eligieron cada opción (Y).**

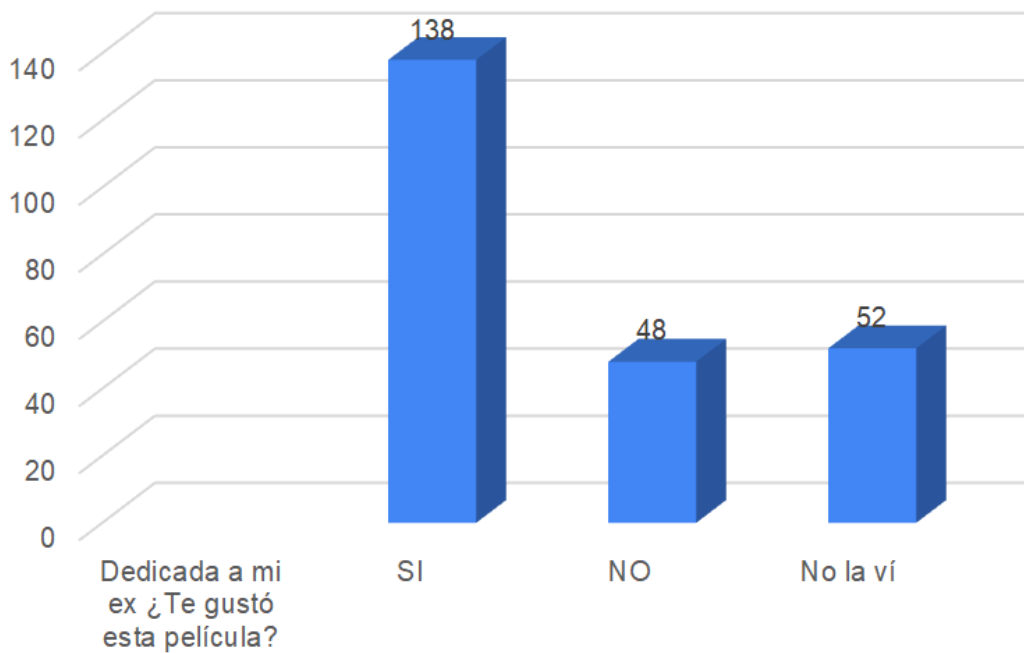


Fuente: Elaboración propia

El Gráfico 7 hace un mayor enfoque en cuanto a lo que las personas más destacan de Jalál y Rodrigo cuando participan en Ingovernables Ec, 130 personas mencionaron que algo que les causa gracia es la forma en la que hablan debido a que las estas personas al hablar de esta misma manera con gente de confianza y en sitios informales y ver esta misma forma de hablar dentro de un ambiente que aparenta ser formal es algo que les llama la atención. Por otro lado, 40 personas destacan que el hecho de que este canal sea un canal realizado en Ecuador es lo que más destacan del canal. Las 17 personas

restantes piensan que los temas que se proponen en el canal son temas de los que no muchos canales suelen hablar y las personas que traen son de mucho interés.

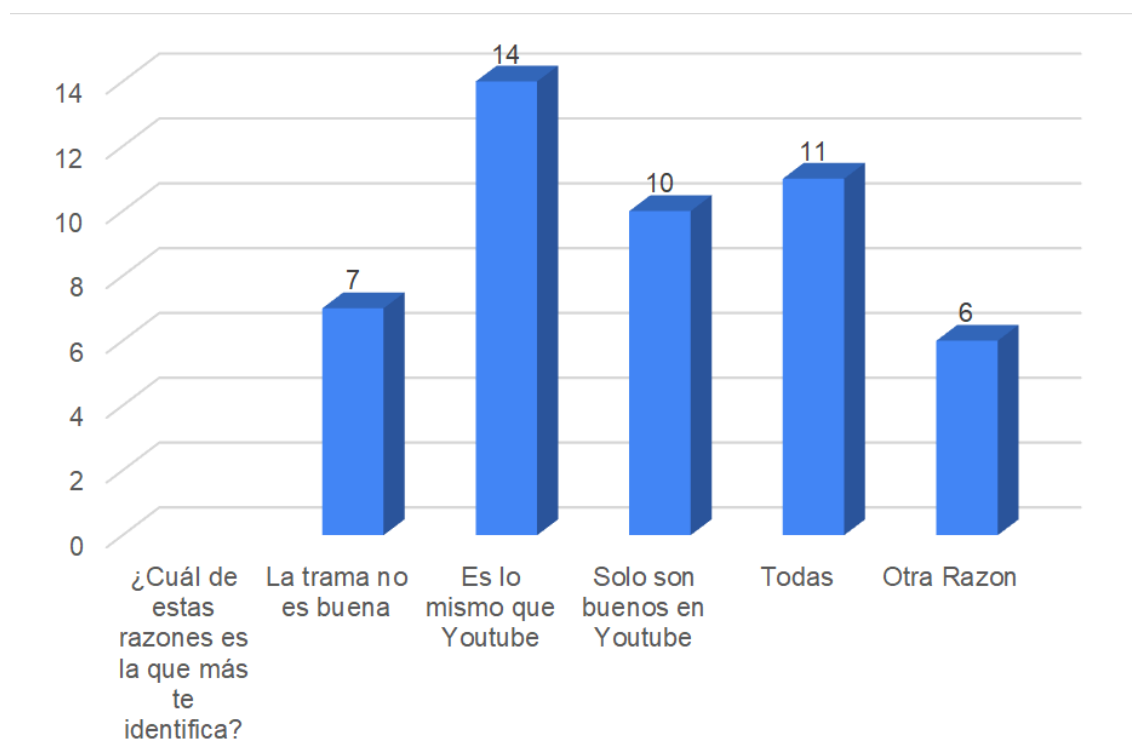
**Gráfico 8: Personas a las que les gustó o no la película “Dedicada a mi ex” (Y).  
Número de personas que eligieron cada opción (Y).**



Fuente: Elaboración propia

En el Gráfico 8 se puede ver que de las 238 personas en total, a 138 personas si les gustó esta película que EnchufeTV estrenó en Netflix, 48 personas mencionaron que no fue de su agrado y 52 personas no ven aún la película. Teniendo en cuenta esto, la siguiente tabla será enfocada en aquellas personas que no quedaron satisfechas con la producción de la película.

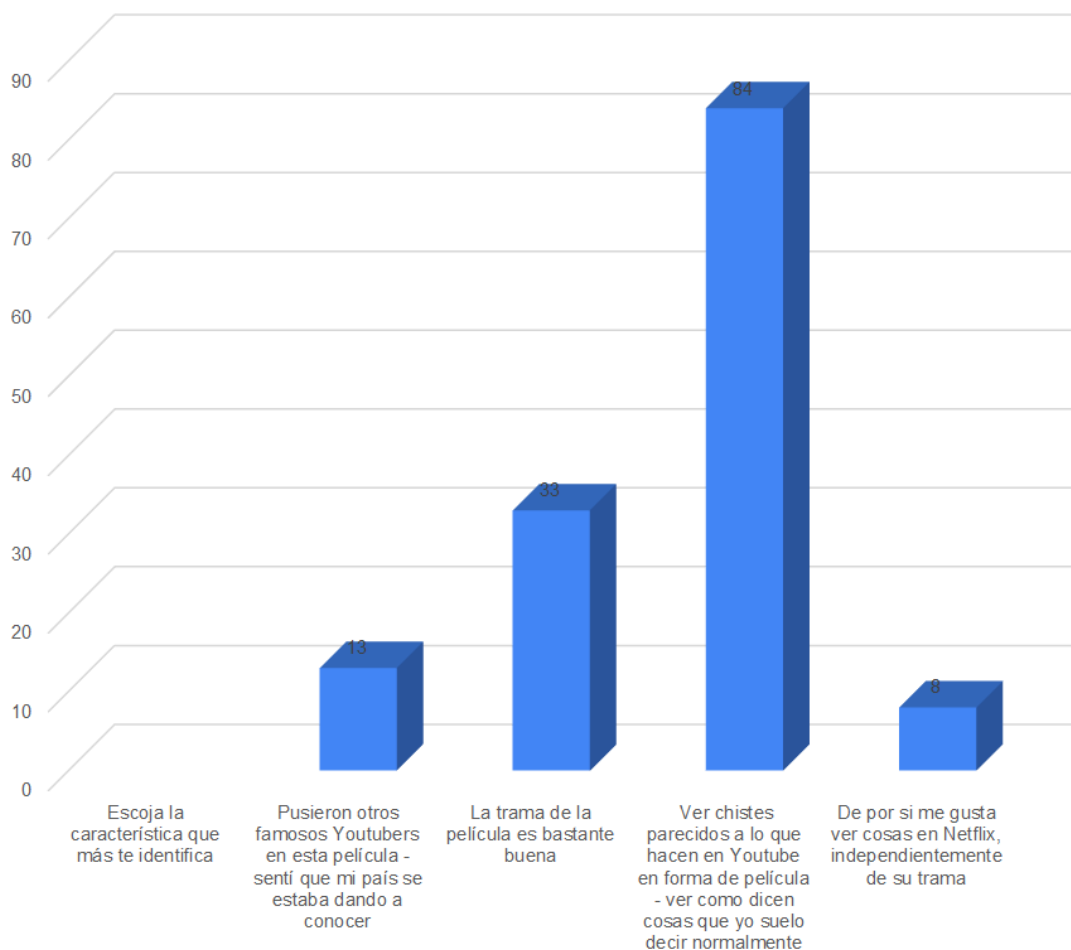
**Gráfico 9: El motivo que más les disgustó a las personas a las que no les gustó la película “Dedicada a mi ex” (X). Número de personas que eligieron cada opción (Y).**



Fuente: Elaboración propia

De las personas que mencionan que no les gustó la película “Dedicada a mi ex” fueron seleccionadas para el Gráfico 9 en donde 14 personas, siendo la mayoría, piensa que el factor que justamente no les gustó es que el contenido es similar al que hacen en YouTube, 11 personas creen que la trama, el que hagan lo mismo que en YouTube y que le parece que solo se destacan en YouTube es la respuesta que más acorde va con ellos, 10 personas piensan que el que se presenten en otras plataformas no les parece lo mismo de lo que ven en YouTube, 7 personas se fijaron un poco más en la trama, la cual no fue de su agrado y las 6 personas restantes tienen diferentes razones.

**Gráfico 10: Razón que más les gustó a las personas que si estuvieron a gusto con la película “Dedicada a mi ex”(X). Número de personas que eligieron cada opción (Y).**

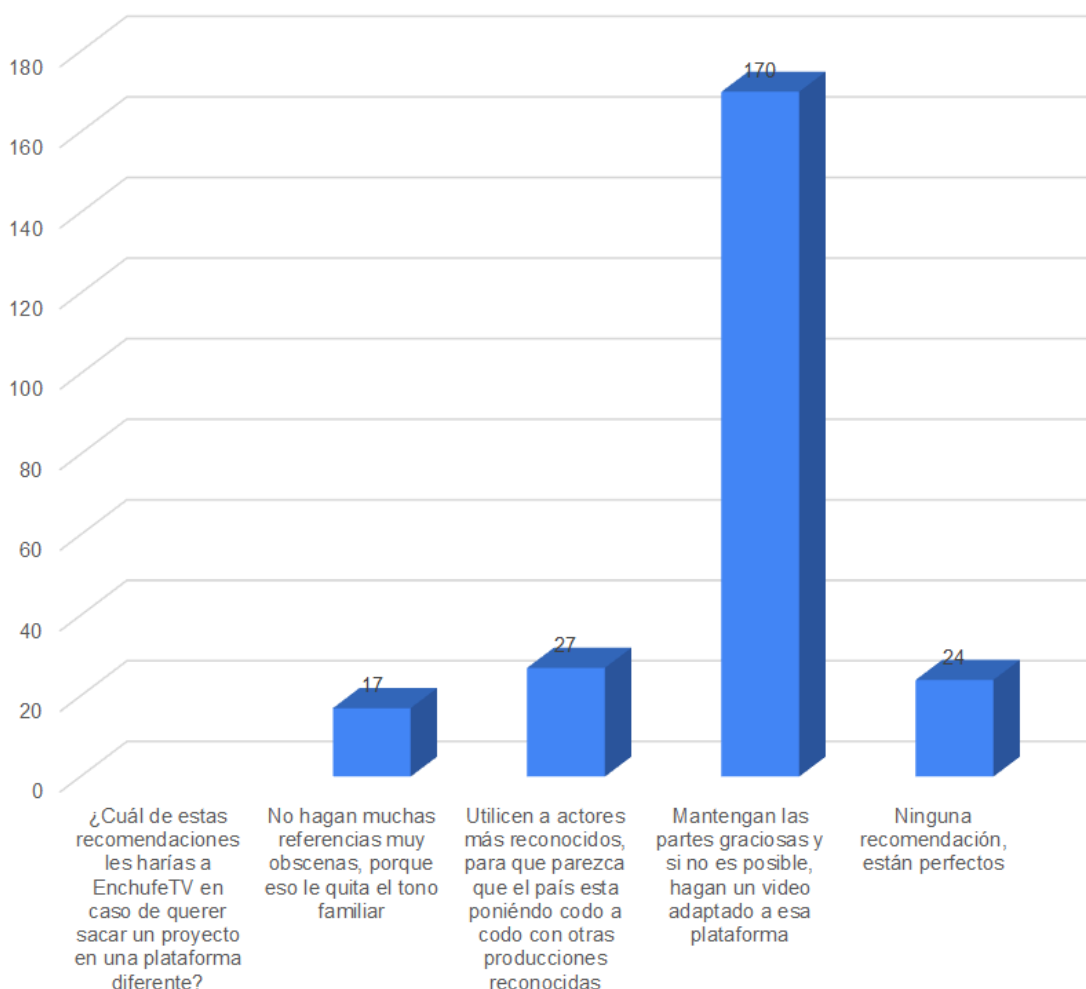


Fuente: Elaboración propia

En el Gráfico 10 se tomó a las personas que indicaron que si les gustó la película “Dedicada a mi ex” en donde 84 personas mencionaron que les gustó ver un formato que acostumbran a ver en YouTube pero adaptado a un largometraje y que parte de este formato es el utilizar dialectos ecuatorianos, por lo que mencionan que les parecía gracioso ver el dialecto que normalmente se usa entre las personas ecuatorianas en una película de Netflix. Las 33 personas mencionaron que lo que más destacan de esto es la trama de la película, 13 personas mencionaron que el hecho de poner a otros famosos creadores de contenido en esta película les hacía sentir que su Ecuador se haga más

reconocido. Las 8 personas restantes mencionaron que les gusta la plataforma y en ella ven muchas cosas, sin importar mucho el contenido de lo que ven.

**Gráfico 11: Recomendación más destacada que el público le haría a la producción de la película en caso de sacar otro proyecto audiovisual en el cine (X). Número de personas que eligieron cada opción (Y).**



Fuente: Elaboración propia

En el Gráfico 11 se tomaron a las 238 personas ya que el gráfico está más centrado en cuanto a recomendaciones que podrían hacer las personas a EnchufeTV si desea realizar algún contenido para una plataforma diferente a YouTube, su plataforma de origen, en donde la respuesta más destacada con 170 personas menciona que en caso de realizar un contenido para otra plataforma mantengan la esencia que tanto les caracteriza, esencia

que dependiendo de la plataforma podría eliminarse y en caso de no ser posible que adapten el contenido que piensan hacer a la plataforma a la que se van a trasladar, pero que no den la sensación de que algo les fue eliminado y más todavía si justamente estos factores eliminados son la gracia del video. Las siguientes 27 personas mencionan que les agradó ver un largometraje en donde creadores de contenido ecuatorianos puedan presentarse junto con otros grandes creadores de contenido y que de esta manera el país podría llegar a ser un poco más reconocido por sus producciones audiovisuales, algo que nunca fue un aspecto fuerte del Ecuador. Por otra parte, 24 personas piensan que no tienen recomendaciones y que sus contenidos han estado bien. Las 17 personas restantes piensan que prefieren que los temas obscenos sean reducidos porque sus gustos son de un ámbito más familiar.

#### **4. Discusión**

Al momento en que un canal decide trasladarse de plataforma, sobre todo si es a las nuevas plataformas digitales, se puede entender que es sumamente importante que los canales que deseen trasladarse entiendan más o menos en qué consiste la plataforma a la cual se van a trasladar, viendo el tipo de formatos que tienen al momento de realizar publicaciones en sus videos, cómo es el público, que herramientas disponen en la plataforma y también el tipo de detalles o de acciones que el público más valora que haga un canal.

También es importante que el canal sea consciente de las herramientas que tiene disponibles en la plataforma para poder medir su nivel de aceptación dentro de la plataforma, ya que de esta manera van a poder ver qué tan bien están desarrollándose en aquella plataforma o para darse cuenta si deben mejorar.

La Tabla 1 es importante ya que el canal, al haber nacido dentro de una plataforma considerada nueva plataforma digital, puede ser utilizado como una buena referencia sobre un buen desenvolvimiento dentro de esta plataforma. Como se mencionó anteriormente, EnchufeTV tenía la iniciativa de aportar dialectos informales típicamente usados en Ecuador, como bien se puede ver en la tabla 1 de los videos con más visualizaciones, el video más visto del canal es justamente un video en donde más de este dialecto informal se puede ver de los tres canales.

Dentro de la misma Tabla 1, esta vez en la sección de los videos menos vistos de su canal se puede ver que la terminología informal ecuatoriana va siendo cada vez menor, al punto en el que uno de estos videos directamente no tiene uso de esta terminología, y en el resto de los videos esta terminología no sobrepasa de una. Como anteriormente se mencionó de igual manera los comentarios más destacados de cada video, inclusive de los menos visualizados, no eran críticas, sino que eran comentarios que destacaban las frases, escenas dichas en el video que les llamó más la atención o que más gracia les causó y al ser comentarios con más puntuación del video se puede entender que son varios los usuarios que están de acuerdo con el comentario y uno de estos hace énfasis a que lo que más gracioso le pareció fue una referencia de una escena de otro video en donde esta escena la interpretaba el mismo personaje y varios comentarios alababan a la aparición de dicho personaje, resaltando lo que se mencionó anterior mente sobre el uso de los comentarios por parte de los canales para incluir aspectos similares a los que destaquen los comentarios. Por el lado de los actores clásicos que participaron en estos videos no existe mucha relevancia, puesto que entre los seis videos se incluyen casi al mismo número de actores clásicos, entre los videos más vistos suman a 8 actores y en los menos visualizados suman entre los tres 7 actores.

En la Tabla 2 existe la particularidad de que en el canal de Ingobernables Ec, que es el canal sobre el cual se realizó la Tabla 2, se cuenta con la participación de dos personas que llegaron a ser bastante reconocidos dentro de la televisión. En la sección de los videos que más visualizaciones han tenido del canal se puede notar un patrón importante, en los tres videos existe la participación de Jalal Dubois y Rodrigo Padilla, en estos tres casos además se trata con temas que llaman bastante la atención de la gente, entrevista a un candidato a la presidencia en tiempos de campañas, a un personaje político perseguido por la ley en Ecuador y un debate sobre dos personas que tenían formas de pensar casi opuestas que en muchas ocasiones llega a generar confrontación.

En los tres videos más vistos del canal, al igual que en la Tabla 1, hay muchos más usos de términos informales típicamente usados en el Ecuador y todos estos alcanzaron el número máximo de dialectos informales ecuatorianos que se pudo ver en la Tabla 1 en el video más visto del canal de EnchufeTV, esto vuelve a resaltar lo que se mencionó anteriormente sobre la empatía que puede generar en las personas al incluir este tipo de dialectos ya que en un principio no era muy común ver esto en contenidos audiovisuales. Usando estos dialectos da a entender que el entrevistador está en

confianza con el entrevistado y llega ser algo humorístico ya que va en contra de lo que se acostumbraba a ser mucho más formal por parte de entrevistador y entrevistado.

En cuanto a los comentarios de los tres videos, todos se centran en elogiar lo bien que hacen el trabajo de entrevistadores Jalál Dubois y Rodrigo Padilla combinando temas políticos con el humor que los caracteriza en donde parte de su humor es el integrar frases informales ecuatorianas en situaciones que suelen ser de carácter formal, en múltiples casos se puede ver que los comentarios llegan a comparar las entrevistas y debates de este canal con los que se hacen oficialmente como por ejemplo en el y se aclara que la forma que tienen ellos de entrevistar es mucho mejor que las entrevistas y debates vistos en canales más formales. Este aspecto también comprueba lo que se mencionó anteriormente en donde uno de los fundadores de EnchufeTV menciona que algo que necesitaba la gente es un canal en donde se incluya términos y dialectos ecuatorianos para que a la gente se vea atraída a estos contenidos.

En cuanto a los videos tres menos vistos del canal se puede detectar un patrón, en ninguno de los videos se cuenta con la presencia de Jalál Dubois ni Rodrigo Padilla, en ninguno de los tres videos se hace uso de lenguaje informal. Cabe destacar es que esta vez si se cuenta con una crítica mala hacia una entrevistada, el siguiente comentario del mismo video solamente elogia la apariencia física de una de las entrevistadoras. Este aspecto también comprueba algo mencionado en las medidas de adaptación de producciones audiovisuales a las plataformas, en donde se menciona que con la presencia del humor sumado a la neutralidad sobre un aspecto controversial en el video, una pequeña parte de los usuarios podrían desviar la atención sobre aspectos que se hablen en el video y más destacando a los entrevistadores. Se puede entender que al no haber muchos términos informales ecuatorianos en los videos más vistos se puede considerar más normal que existan más comentarios negativos, aspecto que el comentario del segundo video y uno del tercer video menos visualizaciones del canal recalca.

Los factores que se pueden destacar en cuanto a las encuestas es la mayoría de personas que fueron seleccionadas en la muestra si llegaron a ver episodios que EnchufeTV transmitió en el canal de televisión de Teleamazonas, sin embargo la mayoría de ellos mostró un desacuerdo con que EnchufeTV transmita exactamente sus mismos contenidos de YouTube en la televisión.

Se pudo ver que de las personas que no estaban de acuerdo con que EnchufeTV se trasladase de la televisión a YouTube quedó dividido en tres, la mayoría eran personas que entre usar televisión y usa YouTube optaban más por usar YouTube, algo que también va acorde a lo que se mencionó anteriormente sobre la aceptación de las nuevas generaciones a las nuevas plataformas digitales en donde muchos de los más jóvenes utilizan internet constantemente. El segundo grupo que predominaba aquí mencionaba que muchos de los episodios que se pasaban por la televisión no eran de su agrado y en YouTube ellos tenían a libertad de elegir los episodios que les gustaría ver, algo que podría hacer que dejen de optar por la televisión como medio principal para ver contenido de ese tipo, esto es algo que comprueba lo que se propuso anteriormente en el impacto de la independencia de las plataformas con los contenidos audiovisuales.

Refiriéndonos a las ventajas de YouTube, la mayoría de personas optaron por la opción de tener mayores vías por donde dejar sus opiniones o disgustos de manera inmediata. Esto también comprueba lo que se propuso en las medidas de adaptación de producciones audiovisuales a las plataformas, donde se menciona que el hecho de que los usuarios sientan que puedan dejar algún tipo de expresión o punto de vista sobre un contenido de manera más accesible e inmediata puede generar más empatía hacia la plataforma en la que se encuentra, como lo puede ser YouTube. El segundo grupo más grande de esta sección vuelven a irse por la opción sobre elegir los contenidos que más fuesen de su agrado, volviendo a recalcar lo que se mencionó en el impacto de la independencia de las plataformas con los contenidos audiovisuales que destacan que pueden ver los canales de su preferencia en YouTube, algo que en la televisión no. La minoría fue por la opción que aclaraba que el ver este tipo de contenidos era menos cansado verlo en YouTube que en televisión.

En cuanto a Jalál Dubois y Rodrigo Padilla, las personas que si vieron quiénes eran ellos o vieron el tipo de contenidos que ellos sacaron o en los que participaron destacaron que lo que más les gustaba de ellos era la combinación del humor con los temas que se hacían en las entrevistas o debates el canal , esto se pudo ver también cuando se habló de las medidas de adaptación de producciones audiovisuales a las plataformas, en donde varias personas al ver un ambiente en donde abunda el humor podrían prestarle más atención a quienes hacen la entrevista y menos a lo que hablan en la entrevista.

También se pudo ver que la mayoría de personas, de las 187 que si vieron los contenidos de Jalál Dubois y Rodrigo Padilla, optaron por la opción la cual mencionaba que lo que más gracia les causaba de ellos era la forma que tenían de hablar siendo similar a la forma que las personas usualmente usan al hablar con gente de confianza. Dejando un poco de lado los temas de los que hablan y o que el programa sea un programa ecuatoriano.

De las personas que les gustó la película “Dedicada a mi ex” la mayoría se inclinó más hacia opción en donde decía que lo más llamativo y gracioso para ellos eran que los chistes que hacían en la película eran similares a lo que veían en YouTube pero adaptado a una película. Este tema también fue mencionado anteriormente en la popularización de los Sketches en donde se hace mención de lo que dijo Jorge Ulloa sobre integrar el lenguaje ecuatoriano en las producciones, lo cual no era muy común y al ser integrado este lenguaje podría llamar más la atención de la gente.

Por otro lado, fue una minoría la cantidad de personas a las que no les gustó la película “Dedicada a mi ex” y de ellos la mayoría se inclinó por que no les gustaba que fuera lo mismo que se vio en YouTube.

Finalmente a recomendación que más se destacó de aquí fue que en caso de que EnchufeTV se fuera a mover de plataforma, hagan contenido específico para la plataforma de manera que evitarán que ciertas características del canal sean censuradas debido a los reglamentos o parámetros del canal y terminen quitándoles lo que tanto caracteriza y aprecian del canal. Este aspecto va acorde a lo que se mencionó anteriormente en el traslado de contenidos audiovisuales a distintas plataformas ya que EnchufeTV al ser trasladado a la televisión se tuvieron que regir bajo sus parámetros y terminaron quitando frases que eran obscenas pero a veces eran partes que le daban su toque de gracia al video.

## **5. Conclusiones**

En todo este estudio se ha visto que el formato en la que se comunica un contenido en una determinada plataforma puede ser algo que influya en gran medida a la aceptación por parte de los usuarios que ven estos contenidos, por lo que en muchas ocasiones cuando un canal toma la iniciativa de moverse a una nueva plataforma es muy

importante el entorno en el que se está envuelto dicha plataforma, viendo las ventajas que se tiene a usar aquella plataforma y herramientas que se puedan explotar.

En base en lo que se vio en la Tabla 1, una de las características que se pudo ver es que entre los tres videos más vistos había una gran cantidad de uso de terminología informal ecuatoriana, terminología que es usada para darle a los diálogos que se realizaban dentro del video un poco más de gracia usando una esencia de la terminología ecuatoriana informal y se pudo ver el cariño que ganó por parte de los usuarios al ver que los comentarios con mayor puntuación y relevancia del video eran comentarios buenos hacia el video o inclusive resaltando frases que los usuarios resaltaron indicando que era lo que más gracia les causó del video o resaltando frases que les parecieron icónicas, esto puede ser bastante importante ya que los canales pueden tomar este tipo de escenas o personajes que recalcan los usuarios en los videos y se puede incluir algo similar con aquellos comentarios para seguir manteniendo este aprecio por parte de los usuarios.

Teniendo en cuenta los factores mencionados sobre un canal que nació prácticamente en las nuevas plataformas, en la Tabla 2, en donde se analizó los videos más vistos y menos vistos de Ingovernables Ec, pareciese que el canal explotó el aspecto de incluir frases y terminología informal ecuatoriana en las entrevistas y debates, algo que por lo general no se acostumbra a ver comúnmente en los debates de televisión nacional. Este aspecto es algo importante porque los comentarios con más puntuación se fijan en la gracia que genera su forma de hablar y la manera que tienen de desenvolverse combinando esta terminología con el humor y la informalidad, concluyendo que estos factores hacen que los contenidos del canal sean tanto medios informativos como de entretenimiento para los usuarios. Esto se puede ver con más claridad viendo que justamente los videos que menos visualizaciones tienen del canal son aquellos que no hacen uso de terminología ecuatoriana, uno de los comentarios entre estos tres videos si llega a realizar una crítica hacia una entrevistada y otro se mostraba disconforme por el rechazo que el video estaba recibiendo en los comentarios en general, solamente un comentario se mostró bastante satisfecho con el video.

En base a las encuestas que se realizaron también se pudo ver que cuando EnchufeTV decidió mover el mismo contenido que hizo en su plataforma hacia el canal de televisión Teleamazonas, muchas personas no quedaron muy a gusto con este cambio y

según la encuesta se pudo ver que lo que más les molestó fue que hayan censurado ciertas palabras que el canal consideraba inapropiadas para su parámetros, también que los usuarios a veces se topaban con videos de que les tocaba ver hasta que pase al siguiente mientras que en YouTube existe la libertad de cambiar a diferentes episodios al gusto el usuario y que la interacción que existe entre el usuario y la televisión es muy poca. El factor de interacción también se destacó en las encuestas viendo que muchos encuestados apreciaban el hecho de que puedan comentar y de alguna manera expresar sus gustos o disgustos con el canal y en la televisión es algo que no es tan sencillo de lograr.

Habiendo recalado todo esto se puede mencionar que es importante que un canal con contenido inclinado al entretenimiento que desee trasladarse de plataforma evalúe si es que en dicha plataforma, a la cual se va a trasladar, el contenido que piensan emitir puede ser publicado de manera similar a los contenidos que se publicaban en su anterior plataforma, mas no el mismo contenido. En caso de tener que censurar ciertos aspectos del contenido sería más adecuado que se realice un contenido adaptado a la plataforma a la que se van a trasladar para evitar censurar fragmentos que caracterizan el canal, pero que en todo el proceso de adaptar el contenido a un formato será importante mantener la esencia del canal con la que el público se encariñó.

## **Bibliografía**

Plataformas digitales. Una nueva entrada hacia el futuro. Mayo 2011

Slideshare: <https://www.slideshare.net/lore-olaya/plataforma-digital>

El Comercio. EnchufeTV ya tiene su página en la web. Julio 25 2012

El Comercio:

[https://web.archive.org/web/20121029114149/http://www.elcomercio.com/entretenimiento/EnchufeTV-pagina-web\\_0\\_742725861.html](https://web.archive.org/web/20121029114149/http://www.elcomercio.com/entretenimiento/EnchufeTV-pagina-web_0_742725861.html)

TEDx Talks: Contenido digital y engagement en plataformas como modelo de distribución | Jorge Ulloa | TEDxUTPL. Noviembre 30, 2017

YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=PYtzKk-xJt0>

El Telégrafo. Todo empezó en un balde de camioneta. Septiembre 10, 2014

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/tele/1/todo-empezo-en-un-balde-de-camioneta>

La República EC. enchufe.tv y Jorge Ulloa. Marzo 8, 2013.

YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=O9pSBLT9e0E>

José Rivera Costales. (2013). Medios digitales en Ecuador, cuántos sony qué hacen. Chasqui.

Primicias. Así usan Internet los ecuatorianos tras la pandemia.

Primicias. <https://www.primicias.ec/noticias/tecnologia/principal-uso-ecuatorianos-internet/>

juancmejia. Estadísticas de redes sociales 2021: usuarios de facebook, instagram, youtube, linkedin, twitter, tiktok y otros. Marzo 17, 2021.

Juancmejia: <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>

Diana Chamorro Flores (Junio, 2020). Lenguaje audiovisual en la cultura digital: Enchufe.tv y las estrategias de fidelización

UASB Sede Ecuador:  
<https://revistas.uasb.edu.ec/index.php/uru/article/download/1490/1325?inline=1>

El Telégrafo. Desenchúfleme Tv, por favorfff. Sptiembre 10, 2014

El Telégrafo:  
<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/espectaculos/10/desenchufleme-tv-por-favorffff>

BBC News. Qué es la generación Alfa, la primera que será 100% digital. Alba Solé Borrull. Mayo 29, 2019.

BBC News Mundo: <https://www.bbc.com/mundo/noticias-48284329>

Tendencias Digitales. Las generaciones y su uso de Internet. Junio 27, 2027,

Tendencias digitales: <https://tendenciasdigitales.com/las-generaciones-y-su-uso-de-internet/>

Repositorio PUCE. El imaginario de la quiteñidad: análisis del lenguaje en los videos de Enchufe.TV. Noriega Orozco, Carla Stephanie (2026)

Repositorio: <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/11544>

Estrategias y Negocios. Youtube ya influencia más que TV entre consumidores jóvenes. Marzo 12, 2015.

E&N: <https://www.estrategiaynegocios.net/inicio/821780-330/youtube-ya-influencia-m%C3%A1s-que-tv-entre-consumidores-j%C3%B3venes>

El Universo. Enchufe TV llegaría a las plataformas de streaming y a la televisión este año. Octubre 12, 2020

El Universo:  
<https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2020/10/12/nota/8011636/enchufe-tv-llegaria-plataformas-streaming-televisión-este/>

Expreso. Dedicada a mi ex: La primera película ecuatoriana en llegar a Netflix. María Alejandra Perez (2021).

Expreso: <https://www.expreso.ec/ocio/dedicada-mi-ex-primera-pelicula-ecuatoriana-llegar-netflix-98244.html>

1 Library. Enchufe TV: estéticas de la cotidianidad y marcas del humor. María Victoria Endara (20215).

1 Library: <https://1library.co/document/zkx5k34y-enchufe-tv-esteticas-cotidianidad-marcas-humor.html>

Teleamazonas. CODIGO DE ÉTICA DE TELEMASONAS.

Teleamazonas:  
<https://www.teleamazonas.com/images/documentos/pdf/CODIGOETICA.pdf>

El Universo. Factor económico, el obstáculo para cine de Ecuador. Junio 3, 2018.

El Universo:  
<https://www.eluniverso.com/entretenimiento/2018/06/03/nota/6789953/factor-economico-obstaculo-cine-ecuador/#:~:text=Y%20de%20acuerdo%20con%20Jan,costo%20aproximado%20entre%20%24%20350.000%20y%20%24>

El Comercio. La evolución de los ‘ex Kombi’. Septiembre 18, 2014.

El Comercio: <https://www.elcomercio.com/tendencias/evolucion-exkombi-television-rodrigopadilla-jalaldubois.html>

TEDXx Talks. Televisión Ciudadana | Jalal Dubois & Rodrigo Padilla | TEDxQuito

YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=Q8l7BRzav0Y>

Repositorio PUCE. El infoentretenimiento en Ecuador estudio de recepción de audiencias del programa de televisión “vele, vele, vele” en jóvenes de Quito. Carolina Gissela Gálvez Parra (2014).

Repositorio PUCE:

<http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/10929/10.23.000040.pdf?sequence=4&isAllowed=y>

El Universo. El lenguaje juvenil se abre camino en la TV. Junio 27 (2014).

El Universo:

<https://www.eluniverso.com/2004/06/27/0001/686/AB7A43D1BDCB40D78F8A6B91B4219A61.html/>