



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD PRESENCIAL



**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE
GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO
EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

TEMA:

Análisis de la producción de contenido en el canal Enchufe tv (YOUTUBE)

AUTOR:

KAREN TATIANA CUZCO CASTILLO

TUTOR:

Ing. Leticia Becilla García. Msc

BABAHOYO - ECUADOR

2020

INDICE

DEDICATORIA	¡Error! Marcador no definido.
AGRADECIMIENTO	¡Error! Marcador no definido.
RESUMEN	3
ABSTRAC	4
I. INTRODUCCIÓN.....	5
II. DESARROLLO.....	7
2.1 JUSTIFICACIÓN	7
2.2 OBJETIVO	9
2.3 SUSTENTOS TEORICOS	10
2.4 TÉCNICAS APLICADAS.....	17
2.5 RESULTADOS OBTENIDOS	18
III. CONCLUSIONES	22
IV. RECOMENDACIONES.....	22
V. BIBLIOGRAFÍA	23
VI. ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.

RESUMEN

Enchufe.tv actualmente se constituye como el primer canal de sketches en español, cuyo número de suscriptores en YouTube supera la cifra de los 22 millones. Teniendo un objetivo muy claro como el hacer contenido de calidad y dar al consumidor un renovado material, fue fundado en 2011; la producción de contenido del canal es muy buena y tienen videos que realmente llenan las expectativas del usuario ya que eso se refleja en las visualizaciones y likes diarios que tienen cada uno de sus videos, además se debe recalcar que gracias a la usabilidad de la plataforma YouTube Enchufe.tv ha dispuesto de un intercambio, colaboración y retroalimentación continua con su comunidad virtual, lo que ha incentivado la creatividad del equipo y ha promovido una forma distinta de producción de contenido, por ello el objetivo del caso de estudio es realizar un análisis profundo de la forma como ellos realizan el contenido para cada uno de los videos; para la consecución del objetivo se utilizó una metodología descriptiva además de realizar entrevistas y fichas de observación lo que permitió comprobar que, gracias a las nuevas dinámicas influenciadas por las redes sociales, se han modificado los modos de producción y consumo del audiovisual ecuatoriano, en particular del contenido del canal Enchufe.tv.

Palabras claves: información, contenido, producción, plataforma, redes sociales.

ABSTRAC

Enchufe.tv is currently the first sketches channel in Spanish, whose number of subscribers on YouTube exceeds the figure of 22 million, Having a very clear objective such as making quality content and giving the consumer a renewed material, it was founded in 2011; the content production of the channel is very good and they have videos that really meet the expectations of the user since that is reflected in the daily views and likes that each of their videos have, it should also be noted that thanks to the usability of the YouTube platform Enchufe.tv has had an exchange, collaboration and continuous feedback with its virtual community, what has encouraged the creativity of the team and has promoted a different form of content production, so the objective of the case study is to conduct an in-depth analysis of the way they perform the content for each of the videos; to achieve the objective, a descriptive methodology was used in addition to conducting interviews and observation sheets, which allowed us to verify that, thanks to the new dynamics influenced by social networks, the modes of production and consumption of Ecuadorian audiovisuals have been modified, in particular the content of the Enchufe.tv channel.

Key words: information, content, production, platform, social networks.

I. INTRODUCCIÓN

En este caso de estudio se analiza la producción de contenido de los vídeos de Enchufe TV, producto estrella de un colectivo de jóvenes ecuatorianos agrupados en la productora Touché Films. Este producto audiovisual es una serie de sketches cómicos que se difunde en la web y que son tendencia en la mundialmente conocida plataforma de videos YouTube, también es para los ecuatorianos un verdadero orgullo de ingeniería comunicativa, y es que Enchufe.TV, además de provocar alegría y robar risas y carcajadas se ha logrado posicionar entre las alternativas de entretenimiento más buscada en la plataforma.

Con esta información también se pretende demostrar cómo el mercado de producción y exhibición audiovisual de nuestro país se está transformando y caminando en dirección hacia un futuro delimitado por la afluencia masiva de los medios. Para esto la respuesta al desafío de competir en la red por un espacio de entretenimiento popular se encuentra en las nuevas tecnologías de información y comunicación, y es que debido a un fácil acceso a Internet; abaratamiento de equipos digitales; novedosos y atractivos formatos audiovisuales; plataformas de exhibición de contenido nuevas, etc., es que las producciones audiovisuales actuales se abren camino en este amplio mundo de la inter-comunicación.

El siguiente Caso de Estudio pretende buscar información para de esta manera expresar criterios analíticos basados en datos reales proporcionados por fuentes seguras, así como, entrevistas y observación directa en el canal de YouTube. Además, demostrar como gracias a

las nuevas tecnologías de información y comunicación pueden surgir grandes éxitos en la red. Para esto, se analizará el contenido de Enchufe TV, serie web ecuatoriana con millones de suscriptores y millones de visualizaciones. La investigación que sustenta este estudio, se orientó a analizar de que manera se lleva a cabo la producción de contenido del canal.

El uso de los espacios virtuales por parte de Enchufe TV ha dado paso a la creación de una comunidad que se articula alrededor del goce de sus productos que han llegado a tener millones de visitas en YouTube; el objetivo del estudio planteó determinar en los contenidos de los vídeos producidos, las estéticas de la cotidianidad y las marcas del humor que ha logrado posicionar esta serie como uno de los referentes identitarios de la juventud ecuatoriana. De ahí surgió el interés de desarrollar esta investigación y comprender la manera en que estas nuevas comunidades permiten que personas de todo el mundo se junten por un gusto específico o un objetivo.

La línea de investigación de este estudio es: Lenguaje, Comunicación y Estilo Periodístico, siendo la sub línea Impacto de los medios de comunicación en las masas, ya que al determinar el impacto que causan estos medios se puede deducir con facilidad el número de consumidores de este contenido.

II. DESARROLLO

2.1 JUSTIFICACIÓN

El presente estudio se realiza con la finalidad de analizar la producción de contenido del canal enchufe tv para describir y descubrir los factores que lo posicionan como una de las alternativas favoritas de sus millones de suscriptores y seguidores, y cuáles son las estrategias de comunicación que los mantienen aún en la plataforma con millones de visitas diarias. El contenido en general son sketches, microyapas, making off, etc.

La producción y distribución de información está creciendo de forma muy acelerada; en la actualidad la producción de contenido no tiene tantas limitaciones y es sin duda un gran reto para las empresas, por ello nace la necesidad de estudiar un medio que se ha mantenido firme en esta competencia por captar la mayor cantidad de usuarios que gusten del material que realizan. En la actualidad el usuario es muy exigente y selecciona lo que sea entretenido y novedoso, y esto es lo que caracteriza a Enchufe.TV, siendo considerado en la plataforma YouTube como uno de los favoritos de Latinoamérica.

Enmarcándonos en la producción de contenido ya que esto supone un reto a la hora de captar la atención del Usuario, se logra visualizar la popularidad que ha alcanzado el canal enchufe tv, esto es justamente por la innovación que han tenido los productores lo que ha llevado a posicionarse como el canal de YouTube más visitado del Ecuador, logrando de esta

manera viralizar todos sus sketches, hasta alcanzar cifras superiores al millón de visualizaciones.

Enchufe tv es un canal de YouTube ecuatoriano que alcanzó la fama en muy poco tiempo, por ello cabe recalcar la calidad en la producción y además el mensaje humorístico que transmiten al público que los caracteriza y hace que sus videos tengan millones de visualizaciones, cuentan con un equipo motivado y ávido de plasmar ideas de manera interesante y por ello no se basan solo en un tipo de videos sino que realizan variedad como lo son microyapas, sponsor, sketch, making off, y lo hacen cada vez mejor para captar la atención de sus seguidores.

La presente investigación se centra en estudiar la producción del contenido de los videos que realiza la serie web cómica enchufe tv, determinar el nivel de interacción en sus videos y conocer las técnicas de viralizacion de este exitoso proyecto web. Este producto audiovisual tiene el formato de piezas cortas de humor a los que sus realizadores denominan sketches; estos vídeos, de 3 a 5 minutos de duración, son una mezcla de vivencias personales de los realizadores e historias cotidianas narradas con humor. En ellos se presentan situaciones habituales de personas comunes y corrientes, especialmente jóvenes, tales como: relaciones amorosas, amistad, fiestas, partidos de fútbol, viajes en bus, etc.

2.2 OBJETIVO

Analizar y expresar mediante interpretación de datos el contenido de información de Enchufe.TV de *Touché Films*, para determinar factores que mantienen a esta producción como una de las favoritas de los usuarios.

2.3 SUSTENTOS TEORICOS

Con la evolución de las nuevas tecnologías de la información y comunicación que es uno de los medios más adecuados para aproximarse al entorno, el cual nos permite desarrollar un profundo conocimiento sobre los agentes que lo conforman, actúan como un canal que permite una comunicación fluida, rápida y bidireccional con otros agentes del entorno. (Yarihtza, 2014). No solo ayudan a la transferencia de información y comunicación entre los miembros de la sociedad, sino que además, apoyan la creación de nuevos conocimientos eliminando las barreras de tipo temporal, espacial u laboral y brindar a las personas nuevas herramientas para el desarrollo de la producción de contenido.

Hoy en día plataformas virtuales como YouTube permiten la difusión de contenido con la posibilidad de una proyección hacia un público global. Como fenómeno social, esta tendencia está presente desde hace pocos años, pero cada vez cuenta con mayores contenidos ecuatorianos.

YouTube es un gran almacén o soporte de millones de videos emitidos por usuarios, empresas o medios de comunicación, que aportan valores muy distintos. Por lo tanto, YouTube es como una marca con mucho poder de un nuevo formato para informar, un nuevo soporte comunicativo, que es el de videos online. YouTube es perfecto para complementar una información, sobre todo para aproximarse más a lo que está

aconteciendo en otra parte del mundo, pero los medios de comunicación siguen teniendo un papel puntual para saber lo que está pasando en el mundo. (Serra, 2012, pág. 97)

Se considera a YouTube una red social y no solo una página web ya que brinda la posibilidad de que sus usuarios puedan interactuar entre sí, es decir el reconocimiento en la comunidad virtual, reducción de costes de comunicación (producción y distribución) y negociación de contenidos con el fin de rescatar información valiosa. (Zurita, 2016) Por otro lado, la plataforma virtual YouTube es comprendida y a la vez atractiva para el usuario, así se consigue que un producto alcance su eficiencia y efectividad y de esta manera le permite al usuario creador alcanzar su objetivo.

La página de YouTube permite al usuario: subir, mirar, calificar, comentar, compartir en videos y suscribirse. Es una plataforma muy popular para los creadores jóvenes y emprendedores que no tienen los fondos para realizar una producción para televisión o cine, además de ser una plataforma popular con usuarios de colegio y universidad. Esto dejó claro que era el medio de difusión perfecto para un producto como Enchufe.tv.

Las funciones básicas de YouTube son muy sencillas: subir videos al sitio web, ver videos publicados por otros usuarios e interactuar con ellos publicando comentarios y respuestas de video. Para ver el contenido en línea sin necesariamente participar en la vida de la plataforma ni siquiera es necesario registrarse o crear una cuenta. Es tan simple como

encender la televisión, solo que en este caso tienes acceso a contenido de todo el mundo, sobre todo tipo de temas, disponible de forma gratuita. (50Minutos.es, 2018)

Según los creadores de YouTube Chad Hurley, Steve Chen y Jawed Karim, la plataforma posee tres principios fundamentales que son los siguientes: dar a la gente una voz para expresarse a través del video, el éxito se alcanza cuando los partners lo alcanzan (los partners son los usuarios creadores de contenido que forman parte del negocio de YouTube y obtienen rendimiento económico de sus videos), si el video evoluciona YouTube evoluciona más rápido. (Serra, 2012, pág. 15)

En este contexto se estudiara el canal Enchufe TV el cual se incorporó a YouTube el 12 de noviembre del año 2011, tiene 20118.096.997.013 de visualizaciones y 22,4 M de suscriptores, los creadores de la serie ecuatoriana son cuatro comunicadores audiovisuales, Leonardo Robalino, Christian Moya, Martín Domínguez y Jorge Ulloa que luego de tener una charla acerca de la producción de su país, decidieron unirse para empezar a realizar sus propios proyectos, así es como surge Enchufe Tv. (Betuber, 2016)

El contenido central del canal de enchufe tv es la realización de sketches de humor que se basan en la vida cotidiana; gracias a la buena producción y contenido ha tenido un rápido ascenso, y en poco tiempo llego a tener 79 millones de reproducciones; en la actualidad el canal cuenta con varias secciones ya que ampliaron el contenido y ahora suben sus videos los martes, miércoles y domingo; en su canal cuentan con diferentes producciones entre ellas se destacan: 218 making off, 186 microyapas, 320 sketch, 100 sponsor.

- Microyapa

Es la sección más corta, los videos tienen una duración entre 30 segundos y 1 minuto, la duración no influye en el contenido ya que no pierden en nada su buen sentido del humor.

- Sponsor

El contenido de estos videos se centra en la marca o producto que se está promocionando.

- Sketch

Esta es la sección por la cual se reconoce a enchufe tv, en su contenido reina la comedia y el humor y es basada en los temas del día a día.

Es el primer canal de sketches en español, surgió con la finalidad de crear contenido de calidad que rompan con los modelos establecidos, quizás has escuchado de un chico con mala suerte llamado *Chichico* o has dicho la frase “Foto pa’l face”, ambas referencias provienen de Enchufe.tv, una web serie cómica formada por diferentes sketches, donde se retrata lo divertido de la realidad humana. La parodia y el humor absurdo tendrán cita en cada uno de los videos del canal. (Bastian Manintveld & Fabienne Fourquet, 2014)



Figura 1: Alcance y audiencia del canal enchufe tv.

Desde el primer día enchufe tv público varios sketches. El primer video fue ‘El peor casting’ que cuenta actualmente con 5.833.511 de visualizaciones. Enchufe.tv cuenta con 20 millones de suscriptores y, gracias a su talento y pasión, ha trabajado con grandes creadores y marcas. A pesar de ser una productora joven, ya ha realizado medimetrajes, sketches, series, publicidad y su primer largometraje, cuyo estreno fue el 2019.

Dentro de esta trayectoria, ha creado a personajes que son parte del imaginario popular de su comunidad, como el famoso **Chichico**. El humor de Enchufe.tv también triunfó en la publicidad, nuestro modelo **Sponsor** ha creado campañas únicas y efectivas para numerosas marcas internacionales. (Touche films, s.f.) Enchufe TV es visto, en primer lugar, por México, luego Colombia y, en tercer lugar, por ecuatorianos.



Figura 2: Audiencia a nivel mundial de Enchufe TV.

Luego de ocho años en la producción de exitosos 'sketches' de humor, el equipo ecuatoriano de Enchufe TV se lanza al cine con una comedia romántica. Es una película rápida, “Dedicada a mi ex”, que se estrenó el 7 de noviembre del 2019 a la gran pantalla en

Colombia y Perú, y el 8 de noviembre en Ecuador, es el primer largometraje de Ulloa, y surge a partir de la buena acogida -sobre todo en Latinoamérica- que tuvieron los 'sketch' de Enchufe TV, que ha ido ganando renombre internacional en los últimos años. (El Comercio, 2019)

El 8 de noviembre del 2012 lanzan el sketch más visto en la historia de enchufe tv “compra cordones” con 21.148.133 reproducciones y 17.012 comentarios. En su mayoría los jóvenes youtubers en Ecuador se han reflejado en las redes digitales como un canal de información, educación y entretenimiento que les permita comunicarse con su audiencia, por ello es que no dudan en abrir cuentas en las famosas redes sociales como lo son Facebook, instagram, twitter y YouTube. Los canales en YouTube con alto número de reproducciones y suscriptores ocupan un sitio importante en las redes sociales ya que cuentan con un amplio número de seguidores. El contenido que genere en sus redes debe ser lo suficientemente interesante para captar la atención de sus fans. La información publicada en sus cuentas de redes basada en su contenido de entretenimiento.

Para los nuevos emprendedores de YouTube, esta plataforma es un medio de difusión mucho más efectivo y rápido que los tradicionales ya que el diseño es atractivo, las buenas prácticas de uso mejoran la experiencia del usuario, el número de visitas crecen de manera rápida y las barreras técnicas desaparecen. Lo que hace que sin duda, este tipo de plataforma sea heterogénea, instantánea, participativa y masiva.

En este contexto, el alto grado de utilización de internet en los últimos años volvió atractiva a las plataformas virtuales para la producción y propagación de nuevo contenido

ecuatoriano y para que los emprendedores destaquen el talento, renovación, calidad y profesionalismo de sus trabajos.

Tabla 2. Proceso de producción de contenidos en medios tradicionales y nuevos medios.

Medios Tradicionales	Nuevos Medios
Producción centralizada	Producción descentralizada
Contenidos iguales para todos los usuarios	Contenidos personalizados
Producción individual	Producción colectiva
División de trabajo	Innovación distribuida
Usuario solo recibe información	Usuario lee, navega y genera información

Fuente: Observación en Internet, elaboración propia.

El 14 de septiembre del 2013 dan el salto de su formato digital a la televisión tradicional, incorporan el programa enchufe tv en la cadena televisiva Ecuavisa, canal con mayor audiencia en el país. El objetivo de este paso a la televisión fue buscar nuevas audiencias según *Andrés Centeno* productor de enchufe tv. Tienen su página web lo que hace ampliar su popularidad y aceptación no solo de manera local, sino internacional en países como México, Colombia, Ecuador y Perú. En los dos primeros tiene más audiencia que en su propio país alcanzando alrededor de 80 y 90 millones de visitas entre los 1180 contenidos subidos en su canal desde noviembre del 2011.

2.4 TÉCNICAS APLICADAS

La investigación a utilizar en el presente caso de estudio es de tipo descriptiva debido a que se establecerá una descripción lo más completa posible de la producción de contenido del canal enchufe tv para tener mayor conocimiento del tipo de videos que suben a su plataforma los cuales los ha llevado a ser los favoritos del público por otro lado la técnica a utilizar será una entrevista ya que se realizara preguntas abiertas al productor ejecutivo del canal para que tenga la oportunidad de manifestar todo lo concerniente al tema, además se utilizara otra técnica como lo es la observación que se hará en su respectivo canal de YouTube para conocer un poco más a fondo el contenido del mismo el número de visualizaciones, de suscriptores y de videos que tiene dependiendo la sección; las herramientas serán un modelo de entrevista y una ficha de observación que se visualizaran en los anexos del caso de estudio.

2.5 RESULTADOS OBTENIDOS

Las herramientas que se emplearon para el desarrollo del caso de estudio fueron una entrevista y una ficha de observación que se detallan a continuación con la información que se pudo recolectar luego de aplicarlas, se aprecia que el canal enchufe tv tiene grande acogida no solo en Ecuador sino en otros países de Latinoamérica por el humor que los caracteriza y eso se ve reflejado en las respuestas que se obtuvieron por parte del productor ejecutivo del canal y además por lo que se puede evidenciar en la plataforma YouTube donde los videos que suben tienen millones de visualizaciones en cuestión de minutos.

Gracias a la entrevista que se realizó se obtuvo la siguiente información Enchufe tv inició con cuatro personas Cristian Molla, Jorge Ulloa, Martín Domínguez y Leonardo Robalino. Ellos fueron los fundadores, las tareas específicas que llevaban a cabo Jorge era el creativo, guionista y director, Martín era jefe de producción, Cristian era el fotógrafo y el pos-productor y Leonardo era el productor ejecutivo.

Los primeros cuatros meses el canal sólo tenía 700 seguidores, fue difícil, fue un año inicial donde nadie ganaba nada todo fue a pulso, tratar de impulsar el proyecto y por suerte a los seis primeros meses ya dio resultado, en la actualidad tenemos 22.4 millones de suscriptores, 100 millones de visitas mensuales y 4 millones de visitas al día.

El productor ejecutivo actual Andrés Centeno menciona que lo que llamo su atención era el tipo de calidad que estaba manejando el contenido y como se veía, pero sobre todo fue cuando me enganché y dije yo quiero ser parte de este proyecto y me encantó y acepte la invitación de un ex colega. En la actualidad nos encontramos trabajando ya dos semanas en la producción de una serie original para YouTube, todavía no está definido el nombre, pero se va a estrenar el próximo año y es una producción muy bonita.

A continuación presentamos una tabla de la cantidad de videos que tiene enchufe tv y la duración de cada uno.

Tabla 1. Productos audiovisuales de Enchufe tv en YouTube

Producto	Cantidad	Duración
Making off	218	1 a 5 minutos
Microyapas	186	30 segundos hasta 2 minutos
Sketches	320	1,40 segundos a 7 minutos
Sponsor	100	1 a 6 minutos

Fuente: Canal de enchufe tv en YouTube. Elaboración propia.

Análisis del posicionamiento de los videos de Enchufe TV en la plataforma YouTube.

Tabla 3. El peor casting.

Nombre	Fecha	Visualizaciones	Me gusta	No me gusta	Numero de comentarios
El peor casting	13/11/2011	5.834.592	75.577	4.256	5.636

Captura de pantalla



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=TyiMI5doLwU&t=14s>

Tabla 4. Compra condones

Nombre	Fecha	Visualizaciones	Me gusta	No me gusta	Numero de comentarios
Compra condones	08/10/2012	52.382.771	564.404	13.162	23.336

Captura de pantalla



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=BtmlRE4ly5Y>

Elaboración propia

Tal como lo apreciamos en las tablas, estos videos realizados por enchufe tv tuvieron una gran aceptacion por los usuarios teniendo millones de vizualizaciones.

Ficha de observación

Fecha: 20/01/2020

Observador: Karen Cuzco

Provincia: Los Ríos

Cantón: Babahoyo

Lugar: Pagina web y canal de YouTube de Enchufe TV.

Si	No		
1	2	Valoración	
Aspectos a considerar en la observación de la página web y del canal de YouTube.		Si	No
¿Tienen aceptación los videos que tienen en el canal?		x	
¿Los Sketches tienen humor?		x	
¿El canal de YouTube tiene interacción con los usuarios?		x	
Datos del canal Enchufe TV			
N° suscriptores		22.4 millones	
N° visualizaciones		8.112.363.655	
N° videos		1273	
Top 5 videos		1. Compra cordones	
		2. Foto pal face	
		3. Viendo como estudiante en supletorio	
		4. Clases de borrachos	
		5. Fin del mundo	

Firma del Observador

III. CONCLUSIONES

- El uso de internet en la población ecuatoriana motivó a que Enchufe.tv plantee una transformación en la producción de contenido ecuatoriano. La cual comprendió la renovación de formato y estilo, en la que estereotipos y esquemas de medios tradicionales como: formatos largos y censura desaparecieron y pasaron a crear contenidos basados en la cibercultura y la tendencia.
- Una vez analizadas las entrevistas realizadas al productor ejecutivo del canal Andrés Centeno, se concluye que Enchufe.tv ha priorizado la postura y tendencia de su interaudiencia a través de un seguimiento a sus usuarios calculando sus interacciones y reacciones. Esta información ha permitido que el equipo produzca contenidos de manera más acertada y eficaz lo que ha logrado el éxito rotundo de este canal virtual.
- El nuevo mercado audiovisual web requiere de contenido innovador que desaten comentarios y opiniones que activen la sensibilidad de sus seguidores al sentirse identificados con sus videos, el fin es lograr una participación que haga que ellos se sientan parte del proyecto enchufe tv.

IV. RECOMENDACIONES

- Al realizar este caso de estudio se recomienda mantener una interacción con el público ya que eso los mantiene con buena aceptación y alcance, también dependerá de la calidad del producto y del aprovechamiento que ellos den a las

nuevas posibilidades que brinda la web y las redes sociales para mantener una buena promoción y conexión con el público.

- Se recomienda continuar con la iniciativa que tuvieron desde el primer día cuando publicaron “el peor casting” ya que desde ese momento se han mantenido hasta ahora siendo un canal de humor que entretiene al público y brinda nuevas formas de hacer contenido en redes sociales; además eso motiva a que emprendedores rechazados por medios tradicionales apuesten por las nuevas formas de comunicación en internet y en el cual encuentran un alto nivel de viralización y propagación de sus contenidos.

V. BIBLIOGRAFÍA

50Minutos.es. (2018). *YouTube: La plataforma de vídeo que revoluciona el mundo digital*.

Bastian Manintveld , & Fabienne Fourquet. (2014). *2btube Studios SL*. Recuperado el 27 de enero de 2020, de <http://2btube.com/nuestros-canales/enchufe-tv-canal-comedia-espanol-2btube/>

Betuber. (2016). Obtenido de <https://www.betuber.com/influencers/enchufe-tv/>

El Comercio. (07 de noviembre de 2019). Obtenido de

<https://www.elcomercio.com/tendencias/dedicada-ex-pelicula-enchufetv-estreno.html>

Serra, B. M. (2012). *Youtube: Las claves para aprovechar todas sus potencialidades*. España: PROFIT. Recuperado el 29 de 01 de 2020

Touche films. (s.f.). Obtenido de <http://touchefilms.com/home-vision-campaigns>

Yarihtza, A. D. (2014). *Las Tecnologías de Información Y Comunicación*. (EAE, Ed.)

Zurita, R. I. (2016). *Universidad Andina Simon Bolivar*. Obtenido de

<http://hdl.handle.net/10644/5452>