



**UNIVERSIDAD
ACADEMIA**
DE HUMANISMO CRISTIANO

“UTILIZACIÓN DE LA CULTURA SNACK COMO RECURSO DE DIFUSIÓN CULTURAL EN TIEMPOS DE PANDEMIA”

Alumna: Johanna Reyes Velásquez

Profesor guía: Felipe Héctor Cisterna Chávez

Santiago, 2022

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
1.2 DESCRIPCIÓN DEL PROBLEMA	3
1.3 FUNDAMENTACIÓN Y RELEVANCIA	6
1.4 PREGUNTA PROBLEMÁTICA	7
1.5 HIPÓTESIS	7
OBJETIVOS	8
CULTURA SNACK	8
AUGE DE LAS REDES SOCIALES	11
PERFILES DE "TIKTOKERS" QUE DIFUNDEN CULTURA A TRAVÉS DE LA APP	14
MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	18
ESTRUCTURA DEL REPORTAJE: CAPÍTULOS	18
CONCLUSIÓN	19
BIBLIOGRAFÍA	20

Introducción

Desde Febrero de 2020 que el Coronavirus ha invadido nuestras vidas. La pandemia nos ha aislado socialmente, y en este escenario, los medios digitales se han transformado en un recurso fundamental para comunicarnos. Internet nos permite acceder a información ilimitada en cualquier parte del mundo en cosa de segundos, y en especial el uso de redes sociales como Twitter, Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram o Tik Tok se han vuelto de uso cotidiano.

En Chile, según el estudio de la organización Digital News Reports de la Universidad de Oxford, la utilización de redes sociales tiene una penetración cada vez mayor. Por primera vez, desde el año pasado, se ha establecido el uso de estas redes como fuente principal de información, con un 73% de búsquedas por sobre un 66% de la televisión.

Hoy estamos viviendo lo que los expertos en medios digitales han definido como “cultura snack” o “cultura de la brevedad”, emulando los snacks comestibles que son de pequeño formato, transportables y fáciles de conseguir.

Las nuevas generaciones han nacido con información infinita a su disposición, pero el cuestionamiento está en la forma en que estos recursos van a definir la evolución de nuestros conocimientos. Como mencionó Martin Barbero en el año 2002: “La escuela ya no es el único lugar legitimado del saber, ni el libro es el centro de la cultura”.

Las últimas generaciones se caracterizan por querer hacer todo de inmediato. La generación de “Lo Quiero Ya!” dice Daniela Gonzalez, experta en Marketing en el blog Columna Universitaria: “¿pero cómo podemos hacer todo si no tenemos tiempo? Hablando como millennial, puedo asegurar que lo que queremos es coleccionar experiencias, pero en el mundo en el que vivimos donde no podemos ni respirar, necesitamos hacer las experiencias más cortas. Es por eso que nace la Cultura Snack”.

En Chile el fenómeno de las redes sociales está en auge, y en especial analizaremos el caso de TikTok, red social que ha tenido un boom de crecimiento post pandemia. Hablamos de 800 millones de usuarios activos en el mundo con un promedio de 48 minutos al día por persona, mencionándola incluso el New York Times como una de las tendencias del futuro.

Con un “slide” vertical que permite pasar rápidamente de un video a otro, música de fondo y muchos filtros de alto nivel de edición visual, mantiene al espectador cautivo en pocos segundos, un formato de pequeños bocados de no más de 59 segundos. A pesar

de que nació como una plataforma de entretenimiento, en que los usuarios, especialmente adolescentes, subían coreografías de baile o lipsync, el contenido que podemos encontrar hoy, va desde recetas de cocina hasta videos explicando episodios de la historia universal o la teoría de la relatividad de Einstein.

La cultura ha encontrado un gran aliado para fomentar y difundir conocimiento en tiempos de ocio y sin distinción de clases sociales, puesto que su avanzada inteligencia artificial permite a los usuarios que no estén familiarizados con la cultura, tener un acercamiento amigable y eficaz, sólo por haber hecho like a un video de algún dibujante de cómics amateur, a un perfil de biografías o a un meme que mencione a Goya o Picasso, llegando incluso hasta perfiles tan sofisticados como el Museo del Prado en Madrid o el MOMA en Nueva York.

En Chile, un estudio de la agencia Jelly, llamado “Modo TikTok” entrevistó a 400 usuarios, revelando que las descargas de esta app crecieron un 68% durante los meses de confinamiento, con cerca de 3 millones de usuarios en Chile.

1.2 Descripción del Problema

La World Wide Web se abrió como un mapa geográfico sin dimensiones, infinito y accesible. Este nuevo mundo ha obligado a la sociedad a embarcarse en nuevos medios de navegación y en medio de esta vorágine de información, el arte y el saber deben encontrar los mecanismos necesarios para seguir educando.

Como dijo el destacado sociólogo Zygmunt Bauman: “en la sociedad contemporánea, en la que somos más libres que nunca, a la vez somos también más impotentes que en ningún otro momento de la historia. Todos sentimos la desagradable experiencia de ser incapaces de cambiar nada. Somos un conjunto de individuos con buenas intenciones, pero que entre sus intenciones y la realidad hay mucha distancia. Todos sufrimos ahora más que en cualquier otro momento la falta absoluta de agentes, de instituciones colectivas capaces de actuar efectivamente”.

La llamada “Cultura de la Brevedad” o “Cultura Snack”, acuñado en lengua inglesa, “The Snack Culture”, nace en Corea del Sur, uno de los países más adelantados en cuanto a tecnología. Snacks pequeños que llevamos casi todo el tiempo para comerlos entre reuniones, después de clases, cuando vamos en el metro o camino al supermercado, llenando los tiempos de ocio a través de un mensaje corto y efectivo.

La inteligencia artificial de última tecnología de esta app, ha permitido una transversalidad social, con una selección aleatoria que ha permitido que personas que

jamás habían escuchado sobre un tema puedan acercarse a ese conocimiento, derribando barreras sociales, al ser todos parte de un mismo escenario basado en intereses comunes.

Permite al usuario acceder a información proveniente de usuarios desconocidos, con temáticas variadas, a diferencia de Facebook o Instagram que promueven el intercambio de información basado en conversaciones entre amigos o temas que están en tendencia, sin dar espacio a nuevos conocimientos que no están necesariamente en nuestra retina. En el caso de Facebook, establecemos conexión con amigos, vecinos o familiares que en mayor porcentaje se mueven en nuestro mismo entorno social, así vemos como el perfil de un joven de La Pintana tendrá amigos de su colegio, barrio y familiares cercanos, manteniéndose en su misma burbuja social. En el caso de Twitter ese mismo joven seguirá a sus mismos amigos y además a personas famosas, inalcanzables, con las que tampoco se generará ese intercambio social.

En TikTok ocurre un fenómeno bastante particular, pues los usuarios se refieren por ejemplo a “dar un “like” para “quedarse en ese lado de TikTok”, al ser videos “random” o al azar, los “likes” son la herramienta para seleccionar sus intereses, pudiendo hacer match con personas de todo el mundo, de perfiles económicos diversos, pero que comparten un área de interés común. Esto ha permitido incluso que los comentarios violentos de “haters” que abundan en Twitter o Facebook se reduzcan, generando un clima más respetuoso e inclusivo.

Es evidente que nos encontramos frente a un gran cambio en el paradigma social y cultural. Es interesante la versatilidad con la que contamos en la web 2.0. Por ejemplo un meme que se difundió en redes sociales, se vuelve un fenómeno y termina por aparecer en un noticiero de estilo tradicional.

¿Pero esta brevedad le está restando valor a las cosas?

Antes de la pandemia parecía que la humanidad iba en decadencia con los avances tecnológicos. Enajenados y desconectados de la realidad, sin embargo, la crisis sanitaria y la interminable cuarentena han demostrado justamente lo contrario. Las enfermedades mentales han aumentado, y lo único que quiere el mundo entero es volver a encontrarse con sus familiares y amigos. Lo que ha pasado estos últimos meses es una sincronización entre lo virtual y lo real, utilizando las plataformas digitales para ayudar a organizar nuestra vida.

Es la era de la síntesis, del griego “synthesis”, que significa “arreglo” o “composición”. Una idea debe ser capaz de entregarnos la esencia de una temática más compleja. Por lo mismo, estas cápsulas resumidas permiten que de allí surja el interés de profundizar en un área particular, buscando la fuente en libros, estudios o documentales de mayor duración.

La cultura de “lo breve” está desde años en nuestra historia. Sin ir más lejos, el periodismo nace como una forma de entregar noticias en textos cortos. Incluso la

redacción en pirámide invertida se creó por el rápido uso que debían hacer los reporteros en los telégrafos, dejando lo más importante para el comienzo. De hecho los títulos de las noticias o reportajes son un snack cultural.

Así vemos que la brevedad no tiene por qué ser de menor calidad. Carlos Scolari menciona en su libro “Cultura Snack” una frase que Marx dirigió a Engels: “perdóname por escribirte una carta tan larga, pero no he tenido tiempo de hacerla más breve”.

En Chile, muchos profesionales y protagonistas de la escena cultural, como actores, escritores, fotógrafos, científicos, artistas visuales, artesanos, músicos, entre otros, han visto una posibilidad de trabajo y de interacción con sus seguidores a través de esta nueva plataforma.

Es el caso de José Ilíc García, @magoilic en TikTok.

En un tweet en su perfil del 21 de Abril, resume el fenómeno:

“Me hice TikTok hace menos de 1 mes y ya tengo 8k seguidores y 113k likes.

Me cuesta creer que tanta gente quiera aprender ciencia de mi, pero me encanta que tanta gente quiera aprender ciencia. :D

Ojalá algún día pueda vivir de la divulgación”.

1.3 Fundamentación y Relevancia

Pertinencia

El periodismo es parte de la ciencia que estudia la comunicación humana, por lo que es necesario que esté acorde a los nuevos tiempos y logre establecer un espacio significativo en esta nueva forma de comunicar en redes sociales. Este estudio de investigación aportará al desarrollo en el área de la cultura y el saber en medios digitales en nuestro país.

Utilidad

Si bien son muchos los estudios que se han realizado respecto a la comunicación digital en el mundo, en Chile aún no se ha estudiado con detención el fenómeno de la

cultura snack. Para que exista un mayor desarrollo de la cultura en los medios digitales chilenos, es necesario indagar y dar a conocer el alcance de esta tecnología a la sociedad, para primero evidenciar la problemática, y segundo, educar al lector para que pueda sumarse a este movimiento que cada vez está tomando mayor fuerza, en especial en tiempos de pandemia.

Factibilidad

Podemos encontrar muchas fuentes de información a través de la web. Muchos profesionales han subido textos y videos analizando la problemática. Carlos Scolari, Juan Carlos Camus, Lucía Castellón, Manuel Castells, Andrés Newman y Nancy Miller, entre otros. Además, para explicar el fenómeno de TikTok, se realizarán entrevistas a usuarios y Tiktokers, quienes nos permitirán observar si efectivamente esta red social logra fomentar el arte y la cultura a través de esta entrega de información aleatoria y transversal a todos los ordenes sociales del país.

1.4 *Pregunta*

¿Cómo la Cultura Snack ha influenciado a pensadores y artistas chilenos a utilizar cápsulas breves y dinámicas a través de la red social TikTok, fomentando el desarrollo educativo en relación con el arte y la cultura en nuestro país en tiempos de pandemia?

1.5. *Hipótesis*

La versatilidad de la Cultura Snack ha permitido que aplicaciones como TikTok permitan que usuarios que no estaban conectados con el arte y la cultura en nuestro país, ya sea por ignorancia o por no haber sentido atracción por medios tradicionales, tengan una experiencia educativa completamente diferente, a través de snack culturales que en segundos o minutos entregan un abanico de nuevos conocimientos. Este formato se ha instalado socialmente como un recurso que ha servido a la divulgación del arte y la cultura en nuestro país.

Objetivos

Explorar de qué manera la Cultura Snack y el uso de cápsulas breves como herramienta de difusión a través de redes sociales como TikTok, han transformado la experiencia educativa en sus usuarios, fomentando la divulgación de conocimientos en torno a la cultura y las artes en nuestro país en tiempos de pandemia.

- Describir cómo la pandemia ha fomentado el uso de las redes sociales para generar espacios de encuentros sociales.
- Analizar la transformación que sufrió la red social TikTok, de una aplicación utilizada por adolescentes, a usuarios de todas las edades.
- Explicar cómo los snack culturales han servido para la propagación de contenidos culturales en espacios de tiempo breves, usualmente destinados al ocio.
- Identificar cómo experimentan los usuarios de esta red la experiencia educativa entregada a través de snack culturales por sus creadores.
- Difundir el fenómeno para que puedan hacer uso de él personas que aún no están familiarizados con este método de aprendizaje.

Cultura Snack

En los años sesenta, *Douglas Englebart* y sus colegas en Xerox Parc inventaron la interfaz de usuario y sus “ventanas” con la intención de que este invento generara transparencia e inmediatez. Ciertamente, este incipiente y visionario invento, permitió crear un espacio multidimensional, generando un mundo alternativo, en el que en la actualidad, las pantallas nos permiten jugar con diversas realidades, contenidos, informaciones, aplicaciones, entre otras, en mundos paralelos que se interconectan. Por esta razón *Carlos Scolari* nos habla de las llamadas hipermediaciones: “si algo nos ha enseñado la comunicología latinoamericana es que tecnología, cultura y sociedad van de la mano. No podemos pensar en los hipermedios como si sólo fueran un artificio tecnológico.” (*Scolari C., 2008, Hipermediaciones, Barcelona, Sagrafic, pág. 14*)

El término Cultura Snack nace en Oriente, y hace referencia a los snack comestibles. Primero, esta forma de informar es antiquísima, incluso en el periodismo, la forma de titular las noticias o el uso de la pirámide invertida, tienen que ver con la brevedad. Del mismo modo como síntesis significa composición o arreglo, es importante destacar que

la brevedad no se refiere a una abreviatura. Por el contrario, lo más importante es informar lo más relevante primero para luego desarrollar los detalles.

Estamos en un momento histórico en que “no tenemos tiempo que perder”. Sobretudo en la vida citadina, que nos ha obligado a renunciar a muchas libertades a cambio de trabajo y bienestar económico, y una de las más importantes es el tiempo. Ciertamente podemos debatir en la calidad de vida que llevamos, sin embargo, la mayoría de los ciudadanos en el mundo debemos trabajar, estudiar, ser padres o madres, y pasar muchas horas en transportes, trámites, compras, etc. Todo este tiempo “muerto” comenzó a llenarse de forma orgánica con el uso del celular.

Castells ya nos hablaba de esta situación el 2013, donde menciona que: “el proceso de individualización no es achacable a la evolución cultural, sino el resultado de las nuevas formas de organización, económica, política y social. Se basa en la transformación del espacio (vida metropolitana), de la actividad económica y laboral, y de la cultura y las comunicaciones. (*Castells M., 2013, El Impacto de Internet en la Sociedad, revista C@mbio*)

Esta transformación del espacio que menciona el autor, es la que Internet comenzó a llenar en el espacio individual de las personas y se transformó en una herramienta de comunicación e información móvil. Por ejemplo, el paisaje en el metro pasó de personas leyendo diarios o libros, a cabezas metidas en aquellas pequeñas pantallas, ensimismadas dentro de este mundo alternativo con una infinidad de posibilidades.

Al principio, el panorama se veía hostil e inhumano. Se estaban perdiendo las relaciones sociales, pero como citaba al principio a *Scolari*, sociedad y tecnología van de la mano. Con el pasar de los años, y de forma muy precipitada, este mundo paralelo de la Web 2.0 comenzó a desarrollarse, y las redes sociales pasaron de ser una divertida forma de hablar con amigos, a ser pilares de la comunicación actual.

Hace siglos que la humanidad no vivía una situación de salud tan crítica a nivel mundial. En Chile los mecanismos sanitarios han sido muy estrictos, y el confinamiento ha durado más de lo que hubiéramos imaginado.

En este escenario, la forma de comunicación más efectiva han sido las redes sociales. Whatsapp, Facebook, Instagram y Twitter son términos ya conocidos por todos, incluso para generaciones de adultos mayores, pasando así a ser parte del panorama social completo, no sólo de personas ligadas a la tecnología. El último estudio de Digital News Reports de la Universidad de Oxford, indica que en Chile el porcentaje de búsqueda de información es de 73% por sobre un 63% de los medios tradicionales.

En 2011, *Tim O'Reilly*, creador del concepto Web 2.0, ya indicaba que su propia definición ya estaba obsoleta y centra su atención en las redes sociales. Las redes sociales nos permiten sacar partido del conocimiento de otras personas, la transmisión de conocimiento a través de la red convierte a los internautas en un cerebro único, en una mente global. En la era de los móviles, la simbiosis hombre-máquina comienza a ser fundamental. (*O' Reilly, 2011, Madrid, V edición Foro Internacional de los Contenidos Digitales*)¹

Dentro de estas aplicaciones, existe una relativamente nueva, TikTok, cuyo uso era casi exclusivamente de adolescentes, y para el resto esa palabra no nos sonaba para nada. Sin embargo, con la pandemia, hubo un boom de tiktokers que empezaron a usar la plataforma para cargar contenidos de forma rápida y entretenida, como una manera de paliar la tristeza generada por la enfermedad. Incluso personal médico empezó a subir videos a la red.

Pasamos horas al día en redes sociales, por lo que es importante determinar qué procesos cognitivos y biológicos están pasando en nuestro cerebro.

La investigadora Lauren Sherman, en un reciente estudio elaborado en la Universidad de California en Los Ángeles, explica que en su último estudio han observado que los “me gusta” son capaces de activar las mismas regiones cerebrales que cuando ganamos dinero o comemos algo que nos produce placer, como el chocolate.

Hoy en día hablamos del poder de un “like” o “me gusta”. Algunas redes comenzaron a utilizar el famoso recurso del corazón como una herramienta que te acerca a ciertos conocimientos. Su uso ha ido más allá de si te gusta el contenido o no, a diferencia de Facebook o Instagram, Tik Tok, por ejemplo, ha comenzado a utilizar una nueva tecnología más completa que las anteriores, en que los videos subidos por sus creadores son presentados de forma aleatoria hasta encontrar el “gusto” del usuario. De ahí en adelante, los videos que se le presentan van ligados a sus intereses. Con esto, es posible que ciertas áreas del conocimiento, como el arte o el pensamiento científico, que siempre han tenido un carácter elitista, tengan un espacio importante de divulgación.

Por consiguiente, este es el propósito de la cultura snack, ya sea como simple entretención, análisis históricos, desarrollos noticiosos o para el conocimiento y la cultura, tenemos tres preceptos definidos: brevedad, entretención y accesibilidad. Un video o mensaje de menos de 5 minutos en el que debes exponer todo lo que quieres entregar y que el usuario sea fuertemente cautivado por este y no pare de buscar videos con la misma temática. Este es el efecto determinante en este tipo de formato, encontrar

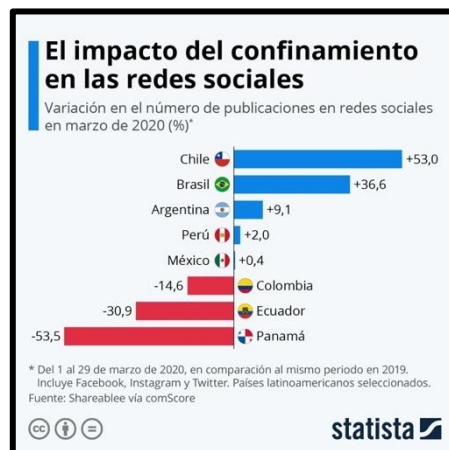
¹ Fuente: Emol.com - <https://www.emol.com/noticias/tecnologia/2011/11/24/514221/tim-oreilly-el-concepto-web-20-esta-obsoluto-np.html>

lo que buscas en poco tiempo y no parar de buscar hasta seguir encontrando lo que buscas. Una especie de serpiente Ouroboros del conocimiento.

Auge de las redes sociales en Chile y en el mundo en tiempos de pandemia

La pandemia ha traído consigo una gran cantidad de cambios en nuestra rutina, sobretodo cuando nos referimos al confinamiento. Uno de los países que ha tomado medidas más estrictas en Latinoamérica respecto al uso de las cuarentenas es efectivamente Chile.

Por consiguiente, como país hemos tenido que recurrir al uso de nuevas herramientas sociales, que, si bien ya estaban instaladas, tuvieron un boom de crecimiento en estos últimos dos años.



En el gráfico anterior, podemos ver que por lejos, Chile es el país que ha tenido mayor crecimiento en el uso de la redes sociales. Como muestra de este fenómeno, vemos como Whatsapp, que ya es prácticamente un lenguaje nuevo, no aparece en estas estadísticas por ser ya de uso común. Principalmente, se enfocaron en Facebook, Instagram y Twitter, las grandes ligas en redes sociales, que ya estaban bastante instaladas entre usuarios jóvenes y adultos, por lo que el crecimiento de un 53% nos indica que fácilmente un 70% de la población está haciendo uso de ellas.

Estas cifras son bastante sorprendentes, considerando que hace unos años hablar de Facebook o Instagram era hablar de aplicaciones para encontrar amigos del colegio, conocidos que no recordábamos o con quienes habíamos perdido contacto.

Hoy, hasta la tercer edad se ha visto en la obligación de saber utilizar estas plataformas para trámites relacionados con el mismo municipio. Algo que se puede poner en tela de juicio considerando que las capacidades cognitivas a edades avanzadas van disminuyendo. De todas formas, deben ser sus hijos o nietos quienes los ayuden.

Ahora bien, si analizamos el contexto global, un 60% de la población mundial, unos 4.660 millones de personas son usuarios de Internet, un 7,3% más respecto a tiempos previos a la pandemia. De la misma manera, ahora hay 4.200 millones de usuarios de redes sociales en el mundo, lo que representa un crecimiento de más del 13% (490 millones de usuarios nuevos), según el informe Digital 2021 elaborado por *Hootsuite y We are social*.

El mismo director de este estudio español, *Alberto Pachano*, confirma que la pandemia ha generado un cambio drástico en la conducta digital, y analiza cómo esta se ha visto beneficiada por el confinamiento: "después de un año de pandemia, el cambio que ha supuesto la Covid-19 en las conductas de los usuarios digitales ya es evidente. Todas las plataformas han aumentado su penetración, su tiempo de uso, y su base de usuarios; el e-commerce ha ganado usuarios de forma recurrente; el audio como plataforma se ha disparado y el uso del entretenimiento online aumenta más rápido que muchas otras cosas: gaming, streaming, noticias, etc." (*Pachano A., Febrero 2021, Informe Digital 2021 Hootsuite y We are social*)

Estamos hablando del auge de las redes después de la pandemia, pero no es vano rescatar como las redes sociales han sido de mucha utilidad incluso desde antes de que entráramos en esta batahola social.

Es así como una red social, Twitter, fue la encargada de evidenciar el inicio de la pandemia, incluso antes de que se hicieran públicos los primeros casos en Europa. De tal manera, basándose en sus publicaciones, se descubrieron patrones que describían cómo se expandió la pandemia a través del mundo.

Además, sirvió para analizar la propagación y los efectos que la pandemia generó en la población a través de los hashtags, como por ejemplo *#workfromhome*, *#socialdistancing*, *#covidnoesunjuego*, entre otras.

De esta manera podemos transformar el uso del "big data", que es una gran cantidad de información extraída de las redes sociales, en un recurso muy valioso en caso de encontrarnos frente a otra crisis sanitaria. Esta predicción puede generar grandes ventajas a la hora de enfrentarnos a una nueva pandemia.

Ahora, si volvemos al auge que presentaron estas redes sociales en nuestro país, según el estudio de la consultora *Criteria*, el uso promedio semanal pasó de 18 horas previo a la pandemia, a 22 horas una vez decretada la cuarentena.

Por una parte, este crecimiento se debe a la exigencia que han tenido trabajadores y estudiantes a recurrir al teletrabajo o estudios desde el hogar. En efecto, desde los niños en etapa preescolar hasta sus padres y abuelos, han debido aprender a usar aplicaciones de comunicación digital que quizás en su vida habían visto.

Por otro lado, la salud mental de la población se ha visto muy afectada con el confinamiento, y la comunicación digital, si bien ha servido como un reemplazo de los espacios públicos, también ha generado un fuerte estrés, especialmente en el caso de las familias que han tenido que convivir entre conexiones, computadores, celulares y aplicaciones.

Chile siempre se ha destacado por tener una idiosincrasia distinta, y esta no es la excepción, si volvemos al gráfico vemos que incluso otros países de la región como Colombia o Ecuador, tuvieron un efecto contrario y en vez de intensificarse el uso de las redes, fueron en desmedro.

Es importante visualizar que nuestro país desde hace años había introducido el uso de recursos tecnológicos como las apps móviles, la geolocalización, los códigos QR, las video llamadas, y las plataformas de entretenimiento online, que ya se habían hecho de uso cotidiano.

Por eso no nos debe sorprender que el paradigma a nivel mundial haya cambiado, y es interesante observar que Chile esté caminando a la par de grandes continentes como Europa u Oriente. Ahora nos toca esperar para ver si la pandemia va a fomentar el desarrollo de estas nuevas tecnologías en el país, como el acceso a softwares de última generación y a servicios de internet más potentes y de mayor velocidad como los del primer mundo.

Perfil de “Tiktokers” que han fomentado la cultura en el país a través de la Cultura Snack

Las nuevas plataformas digitales han permitido generar un puente de conexión entre el mundo científico, cultural, político, religioso, etc. y la sociedad actual, contribuyendo tanto a la divulgación del conocimiento, como al pensamiento crítico y reflexivo de las personas.

Uno de los grandes recursos digitales de nuestra era son sin duda las redes sociales. A través de ellas podemos comunicarnos y no simplemente una comunicación simple entre familiares y amigos, sino que se ha demostrado que estas han alcanzado una autonomía tal que es capaz de provocar organizaciones, marchas, huelgas y otras manifestaciones sociales.

El alcance de las redes parece no detenerse y es así como ha nacido un nuevo concepto que ha transformado la forma de entregar información a sus seguidores.

La Cultura Snack, analizada en el primer capítulo de esta investigación, ha tomado mucha fuerza en la actualidad, donde el tiempo es el recurso más escaso, especialmente en las ciudades, en que la mayoría de la sociedad trabaja largas jornadas y llega a casa a comer y dormir, contando solo con pequeños espacios de tiempo libre.

El académico de la Facultad de Comunicaciones de la Universidad Católica de Chile, *Dr. Daniel Halpern*, explica: “hoy un científico puede a través de Youtube, por ejemplo, desarrollar una idea con un video sobre los resultados del último experimento, mostrar también cómo hacer este experimento al resto de la comunidad, con su visión y propia experiencia; o puede hacerlo a través de sus redes sociales, mostrando imágenes, fotos y los resultados principales” (*Halpern D., abril 2020, cienciaenchile.cl*)²

En el presente estudio vamos a analizar los perfiles de creadores de contenido en la plataforma TikTok, que han hecho uso de la Cultura Snack para difundir contenidos educativos y culturales, snack saludables, si hacemos la comparación respectiva, y han conseguido generar una cantidad significativa de seguidores, lo que hasta ahora no les había funcionado en otros formatos.

Esto, además de ser un aporte a nuestra cultura, ha significado un nuevo escenario para los protagonistas de la escena cultural, que en pandemia han debido dejar

² <https://www.cienciaenchile.cl/redes-sociales-y-plataformas-digitales-su-impacto-en-la-divulgacion-cientifica/>

sus trabajos en teatros, museos o galerías, brindándoles un nuevo hábitat para desarrollar sus disciplinas.

Algunos tiktokers en el mundo:

@lyndoco

Austin, E.E.U.U.

Lyndon Core es fotógrafo, pero se dedica especialmente a la edición. También entrega tutoriales de cómo realiza sus creaciones para publicitar algunas marcas para empresas. Cuenta con 621K de seguidores.

@culturasoportable

Buenos Aires, argentina

Blanca y Ro, la primera historiadora del arte, y la segunda arqueóloga y egiptóloga. Realizan “lives” o “en vivos” tres veces a la semana donde exponen diversos temas tal cual si estuvieran en una sala de clases, destacando el análisis y comparación de culturas en el mundo desde el punto de vista artístico y arqueológico. Cuentan con 108K de seguidores.

@moby

Harlem, NYC

Richard Melville, más conocido como Moby es un músico famoso, que también ha recurrido a esta red social para compartir sus creaciones musicales. Es muy interesante para sus fans poder ver sus “lives” donde comparte creaciones e improvisaciones acústicas. Tiene más de 85K de seguidores.

@cluengoart

Barcelona, España

Cristina Luengo es dibujante y artista visual. Se dedica a subir sus obras y tutoriales para que aprendan la técnica sus seguidores. Tiene 2K de usuarios, siendo una de las más visitadas en España.

@tioamodibujar

Honduras

Josué Nolasco es un dibujante impresionante. Ya es toda una celebridad en su país, saliendo en televisión y en diarios nacionales, y en TikTok cuenta con comentarios de artistas famosos a los que ha retratado que quedan impresionados con la calidad de sus dibujos. Usa distintas técnicas, siendo el uso de los nombres de sus seguidores para hacer retratos, una de las más llamativas.

Tiene 2.7M de seguidores.

Estos son solo algunos ejemplos de cientos que podemos encontrar en la red. Del mismo modo, es interesante ver como instituciones importantes se han unido a este formato de cultura breve para transmitir sus contenidos. Es el caso del Museo del Prado o del Rijksmuseum, con 266 millones de seguidores el primero y 98 millones el segundo, en el cual además de presentar videos breves de cada una de las obras de su galería, también realizan visitas virtuales en vivo, y conciertos gratuitos de aclamadas orquestas y directores musicales.

Algunos tiktokers chilenos:

@magoilic

Santiago, Chile

José Ilic García es mago, físico y astrónomo. Se denomina a sí mismo un divulgador científico, realizando “lives” todos los miércoles y sábados, dando charlas gratuitas a sus seguidores, compartiendo desde temas de física cuántica hasta trucos de magia.

Tiene 28K de seguidores.

@miradocchile

Santiago, Chile

Este perfil corresponde a un grupo de cineastas chilenos, especializados en documentales, donde exponen sus especialmente cortometrajes y documentales. También sirven de plataforma a realizadores nacionales incipientes.

Tienen 2K de seguidores.

@coniacolor

Temuco, Chile

Constanza Daniela tiene apenas 23 años, es artista gráfica y escaladora. Mezcla sus visitas a cerros importantes del país, mostrando imponentes paisajes y desde ahí pinta sus creaciones haciendo videos bastante interesantes de observar.

Tiene 7.2K de seguidores

@tallermaqui

Sur de Chile

Este taller cuenta con diversos artesanos que se han dedicado a difundir sus trabajos en madera, como también serigrafías y grabados. Realizan “lives” donde muestran el proceso de elaboración de sus obras.

Tiene 10K de seguidores.

@luiscerdaactor

Santiago y Chillán, Chile

Luis Cerda es actor, ha participado en importantes obras nacionales como “El Cepillo de Dientes” o “Escuela”, también ha participado en televisión. Sin embargo, la pandemia lo vio forzado a buscar nuevas plataformas y en TikTok ha conseguido bastante éxito.

Tiene 5K seguidores.

Como vemos, TikTok ha permitido que desde personas desconocidas hasta grandes personalidades nacionales y mundiales puedan tener un espacio de exhibición.

La Magister en Comunicación y Periodismo Digital, *María Pastora Sandoval*, se refiere a la posibilidad que da esta app en que cualquier persona sea una celebridad. "Las redes sociales han ido evolucionando y la mayoría de los usuarios han ido manifestando que se sienten celebridades dentro de sus perfiles. De publicar fotos con descripciones pasamos a filtros, marcos y ahora podemos hacer videos editados tal como si fuéramos profesionales y para emitirlos en un canal de televisión. La tecnología nos ha permitido llegar a esa instancia y el éxito de Tik Tok se basa, en mi opinión, justamente en que cubrió esa necesidad de poder producir piezas audiovisuales más complejas por parte de cualquier persona que quiera hacerlo", sostuvo. (*Sandoval M., Febrero 2020, Emol*)³

³ <https://www.emol.com/noticias/Tecnologia/2020/02/20/977176/Tik-Tok.html>

Estamos viviendo la sociedad futurista que muchas películas de ciencia ficción mencionaron en sus películas. Ahora solo falta que hologramas de músicos y actores se presenten en nuestras salas de estar, o que políticos nos “estreichen sus manos virtuales”.

Por el momento, tenemos la posibilidad de presenciar grandes obras, contenidos, conocimiento y cultura a tan solo unos centímetros de nuestras manos. La cultura se está desarrollando en un conjunto social, en el que todos aportan y todos son parte de la experiencia. Las llamadas hipermediaciones por Carlos Scolari.

Nuestra experiencia partirá desde que nos despertamos y revisemos nuestro celular, hasta el viaje en el transporte a nuestro hogar. El contenido es altamente democrático, pero de nosotros depende seleccionarlo.

Método de Investigación

El reportaje de investigación será realizado desde una perspectiva cualitativa, específicamente a través de la observación del fenómeno, profundizando en la problemática a través de entrevistas a los involucrados. En este caso se entrevistará especialmente a creadores de contenido cultural en la plataforma TikTok, a los seguidores de estas cuentas a nivel nacional, y a algunos expertos en materia de comunicación digital. Además, se realizarán estudios de casos específicos, se tomarán referencias de estudios anteriores, y análisis de expertos.

Estructura del Reportaje: Capítulos

1. Cultura Snack: Menos, es más
2. El Reinado de la Brevedad
3. Pandemia y Cultura
4. Snack en las aulas
5. Un nuevo Escenario

Conclusión

La pandemia generó que las redes sociales y la nueva tecnología aplicada en redes sociales se hiciera fundamental en el desarrollo de la comunicación social. La Cultura Snack, es decir, la comunicación a través de un formato breve e inmediato se hizo cada vez más popular, siendo hoy una de las formas más importantes de compartir a través de la red.

En este punto, se hace indispensable que la información vertida a través de estos canales de difusión contenga contenido de calidad, lo que se investigó a través de este estudio, llegando a la conclusión de que este método es un aliado en la difusión de la cultura, arte y conocimientos fundamentales en nuestro país.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

Intermediaciones, Carlos Scolari.

Cultura Snack, Carlos Scolari.

Técnicas de Persuasión y Comunicación Digital, Jesús Lario.

Web 2.0, Antonio Fumerio y Genís Roca.

El Imperio Digital, Leandro Zanoni.

Fuentes Digitales:

www.emol.com

www.statista.com

www.cienciadigital.com

Link al sitio web: culturasnackchile.com