

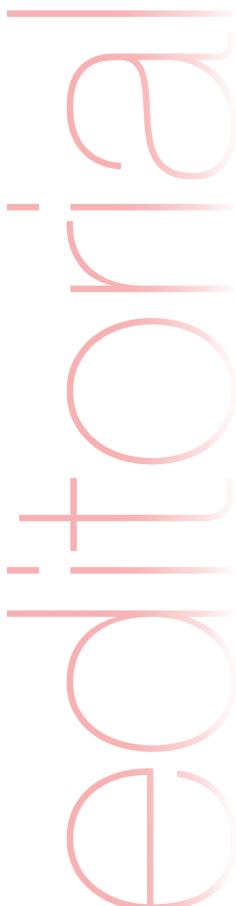


CULTURA DEL SNACK

Una noche en Nueva York



Mónica Daluz
directora



Allí, frente al televisor de mi habitación de hotel, tras perder el cara o cruz que decidía si esa noche hacía de canguro de mi propia hija o me arrellanaba en una butaca de un teatro de Broadway, me dispuse, con resignación, a disfrutar de una noche televisiva. Nada del otro mundo: Noticias; concursos; *pressing-catch* -sobre todo *pressing-catch*-; series de policías; tertulias rosas; películas -más bien pocas-; *realities*; telenovelas sudamericanas, y una india; emisoras árabes; más *realities*, Bush bromeando en una conferencia de prensa..., y así hasta casi cuarenta canales. Dos horas largas pasé cara a cara con aquel aparato que disparaba sin cesar contenidos que se entrecortaban con asombrosa frecuencia para las cuñas publicitarias.

La puerta se abrió. Daba gusto ver las caras de satisfacción de los afortunados que habían disfrutado de una noche en la ópera... de principio a fin, tan sólo interrumpida por un escuento entreacto. Padre e hija, la primogénita, me contaron emocionados el argumento de cabo a rabo, sobre un fantasma enamorado que habitaba en un teatro mientras amaba en secreto a la primera figura. Yo, sin embargo, no conseguí explicar nada con exactitud; aún ahora recuerdo aquella noche como un puzzle de imágenes inconexas.

Más allá de mi incapacidad para controlar el frenético ataque de zapeo que me sobrevino, convendrán ustedes conmigo en que el estrepitoso fracaso de la noche en cuestión tuvo mucho que ver con el exceso de oferta audiovisual y el proceso de fragmentación del discurso cultural, que no invitan, precisamente, a la calma y a la reflexión.

En EE.UU. ya lo han bautizado; lo llaman cultura del *snack*, y con tal expresión se hace referencia a ese picoteo permanente de cultura en pequeños trozos, al consumo de ocio digital por piezas en cualquier momento y lugar. Un vídeo de YouTube en la oficina, una canción comprimida en el autobús, un *post* desde la PDA en la cola de Hacienda...

El hipertexto cambió el panorama por completo; con él llegó la avalancha, con él nos hemos acostumbrado a perdernos saltando de *site* en *site* hasta el infinito y más allá. Las herramientas de la nueva *red*, de nombre 2.0, indexan, organizan y relacionan el territorio virtual tratando de optimizar la gestión de la información, pero el cibermundo sigue siendo tan grande, y cada vez lo será más -que así sea-, que estamos abocados inexorablemente a la parcelación, al retal, a la *flash-information*. Los formatos mini y micro se apoderan del escenario del ocio y la cultura. Los telediarios han cambiado su estructura, yendo poco más allá del titular, y periódicos y revistas -también la nuestra- se encogen para adaptarse a la movilidad y participar de ese universo de pequeños bocados de consumo instantáneo. Lo último en píldoras de entretenimiento son los capítulos de series de los 70, como Los Ángeles de Charlie o Starsky y Hutch, comprimidos en cinco minutos de duración; la idea de los miniepisodios es de Sony Pictures Television con el *site* The Minisode Network, que ha articulado a través de la plataforma MySpace.

A este panorama se añade la cultura de la remezcla llegada con la web 2.0, un universo a base de *patchwork* al que debemos adaptarnos y del que debemos extraer lo mejor. Podemos hacer de la era del tentempié, la era de lo esencial; de lo bueno y breve al mismo tiempo. Y aunque parezca lógico pensar que esta tendencia acelerada hacia la fragmentación del mensaje, así como la progresiva dificultad para atender al discurso articulado puede conducirnos a la superficialidad y a la dispersión, no debemos obviar que en la era del *post* y del alfabeto SMS, los *bloggers*, y *bloggers* somos todos, también se reúnen para reflexionar en torno a infinidad de temas diversos, lo que demuestra la compatibilidad de ambos modos de conocimiento.

En cualquier caso se acabó el discurso unidireccional y monodireccional. Hoy el discurso es de todos y para todos, y el consumidor de contenidos ha pasado a ser también generador de los mismos; cualquiera puede tener su propia audiencia y el discurso oficial debe convivir con el marginal, que cada vez tiene más credibilidad. Cultura a *relámpagos* y reflexión serena forman parte de un mismo universo. Y es por eso que en nuestro medio hemos optado por combinar ambos ingredientes: mitad *snack*, porque cualquier información puede darse, con brevedad y concisión, en unas pocas líneas; y mitad reflexión, porque hay que adaptarse a las tendencias pero no a costa de convertirse en una patata frita...