

COMENTARIO DE ACTUALIDAD:
SNAPCHAT: LA HISTORIA ENTRE TUS DEDOS
SNAPCHAT: THE HISTORY BETWEEN YOUR FINGERS

NATALI GUADALUPE FRAUSTO RAMÍREZ Y
ELVA MARIANA HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ*

Resumen

Snapchat ha adquirido una gran popularidad entre los jóvenes de 13 a 34 años, quienes son parte de la generación *millennial*. Snapchat satisface necesidades de esta generación multitask, relacionadas con su manera de vivir y que han hecho que surjan muchos más canales de comunicación, hoy en día.

Palabras clave: *Millennials, Snapchat, Canales de Comunicación, Generación Y Nómofobia, Appdictos.*

Abstract

Snapchat has become very popular among young people from 13 to 34 years old, since they are what we call the millennial generation, and Snapchat satisfies their necessities, which are related to their way of living. Nowadays there are multiple communication channels given to the multitask behavior of millennials.

Key words: *Millennials, Snapchat, Communication channels, Generation Y, Nomophobia, Appdict.*

Introducción

Los jóvenes, hoy en día, tienen acceso a miles de aplicaciones, en cuestión de segundos, por medio de aparatos inteligentes. Las redes sociales digitales han creado la necesidad de contar con estos aparatos, ya que son canales indispensables de comunicación, tanto para las personas mayores como para las nuevas generaciones, como es el caso de los *millennials* o *generación Y*. Las personas identificadas en esta generación son las que nacieron entre los años 1980 y 2000, es decir, jóvenes que ahora tienen entre 16 y 36 años.

Entre las más populares redes sociales, está Snapchat. La aplicación se ha convertido en una de las más descargadas desde su lanzamiento a nivel mundial junto con Twitter, Facebook Whatsapp, Youtube e Instagram, a tal punto que cada día surgen más personas que se hacen llamar 'snapchatters' por el contenido que manejan y por el gran número de personas que los siguen.

Snapchat, con tan solo 5 años desde su lanzamiento inicial, ha causado gran euforia debido a su característica innovadora que permite desaparecer las imágenes enviadas, en menos de 10 segundos. Hoy en día se ha seguido actualizando, y ha logrado que los usuarios puedan guardar las imágenes y que éstas duren, como máximo, 24 horas. Una de las más llamativas actualizaciones que ha tenido, en el 2014, es la aplicación de filtros y distintos efectos especiales con sólo mantener el dedo en la pantalla; esto aumentó el éxito de la aplicación por el fenómeno de los *selfies*.

En esta investigación se tiene como propósitos estudiar Snpachat, como fenómeno de comunicación, para comprender las necesidades que causa y satisface hoy en día en el mundo de los *millennials*; y cómo jóvenes nos gustaría entender la aplicación Snapchat, ya que actualmente nos sirve como canal de comunicación y nos acerca a conocer las diferentes actividades, tanto de los amigos como de la gente del espectáculo.

Snapchat

En 2011, Snapchat, aplicación desarrollada por Evan Spiegel, Bobby Muprhy y Reggie Brown, estudiantes de la Universidad de Stanford, en EUA, se unió a los medios sociales y, desde entonces, ha incrementado y mantenido su número de usuarios. Mientras que otras redes como Facebook, Messenger, Pinterest e Instagram crecieron de una manera exponencial, no fue sino hasta 2014 que Snapchat tuvo un rápido crecimiento.

De acuerdo con la página de advertencia de Snapchat, 60% de los usuarios son de 13 a 34 años, edades que corresponden a la generación *millennial*.

Es importante estar actualizado con las nuevas herramientas que nos ofrecen las tecnologías de información y comunicación (TIC) ya que, al igual que cualquier red social, hoy en día, son una herramienta de comunicación para las empresas y los individuos.

Canal de Comunicación

La comunicación se lleva a cabo cuando dos individuos, emisor y receptor, se comunican, ya sea directamente, cara a cara, o mediante un canal de comunicación; el correo, el teléfono y, actualmente, cualquier tipo de red social. Gracias a estos canales, la comunicación se realiza de manera fluida e interactiva, lo que permite influir en el entorno de la aplicación, tanto en actitudes como en preferencias de las personas; de allí que las personas del medio de la farándula desarrollen esta iniciativa del uso del Snapchat para darse a conocer y tener más seguidores.

Snapchat ha destacado entre otras aplicaciones, y es popular entre los jóvenes, no sólo por la cantidad de usuarios que tiene, sino porque ofrece una comunicación privada, que permite al usuario decidir a quién enviar un mensaje. Además, ambas partes, emisor y receptor saben que ese mensaje es momentáneo. Usar de manera correcta esta aplicación puede ser muy favorable tanto para la sociedad en general, como para las empresas que la utilizan.

El impacto sobre la sociedad que tiene esta aplicación, ha llamado la atención de diversas empresas televisivas, entre otras, para abrir una cuenta y tener una mejor comunicación y contacto con su público.

Millennials

La *generación Y* o *millennials*, son nativos digitales, es decir, se refiere a las personas que nacieron con la tecnología y es parte de ellos. Según la revista *Forbes* (Mayo, 2016), tener un comportamiento *multitasking* es una de las principales características que representa a los *millennials*, lo que significa que tienen la capacidad de realizar varias actividades al mismo tiempo; por eso, las empresas han adaptado la omnicanalidad, que busca integrar todo tipo de canales de comunicación existentes en el mercado para mantener una comunicación y atención de los clientes. Más o menos, 60% de los jóvenes estudiantes dice que envía mensajes de texto y 75% dice que escucha música mientras hacen sus tareas en casa.

Los millennials se consideran más críticos, exigentes y volátiles; esto es ocasionado por el exceso de información disponible y la facilidad y rapidez con la que se obtiene.

Todas las redes sociales y las grandes empresas están aprovechando el potencial del *big data* (investigación, análisis, evaluación...) para lograr entender el comportamiento de los usuarios, tener mayor conocimiento sobre ellos y anticiparse a sus necesidades.

De acuerdo con estudios recientes, Snapchat complace 4 de las 6 necesidades de los *millennials* que las empresas hoy en día deben considerar.

Global: Son la primera generación globalizada que ha crecido en un mundo tecnológico. Más de la mitad tienen amigos que viven en el extranjero y el 20% ha estudiado o trabajado en el exterior en algún momento de su vida. (Beirute, 2016)

La red social y aplicación móvil, facilita estar en contacto con otros usuarios, ver *Historias* en vivo de todo el mundo y, además, explorar noticias mundiales en el apartado *Discover*.

Conectada: Son la primera generación nativa digital; hoy, más del 84% tiene un teléfono inteligente y se conecta más de 40 veces por día para estar actualizado. Como resultado esperan que las marcas estén igual de conectadas. (Beirute, 2016)

La aplicación Snapchat no solo ofrece un método de comunicación entre sus 150 millones de usuarios activos diarios, sino que también los conecta a noticias y artículos a través de presentaciones y videos de duraciones inferiores a los 10 segundos, comunicando de manera eficiente y rápida, todo tipo de información. Snapchat tiene el poder de jugar con el tiempo, esto quiere decir que, las promociones que realizan las marcas permanecen por tiempo limitado, y esto invita a los usuarios a estar pendientes de sus marcas o artistas favoritos.

Social en línea y fuera de ella: Son sociales y constantemente recurren a sus pares para obtener consejos y recomendaciones sobre las decisiones de sus compras. El 54% afirma que las redes sociales los han ayudado a construir relaciones más sólidas con amigos y familiares.

La integración de todos los aparatos inteligentes electrónicos en la vida social, laboral y el ocio, ha catalogado a esta generación como *nómafobos* y *appdictos*. El tener un Smartphone en las manos, hoy en día es algo casi indispensable, por lo que las empresas aprovechan estos comportamientos. Snapchat ha creado una nueva necesidad entre los jóvenes, ahora,

ellos quieren compartir sus momentos sociales, en tiempo real, con otros usuarios, lo que los mantiene siempre activos.

Hambrienta de experiencias: Están en busca de nuevos productos y servicios. Tienen un mayor interés en los viajes, y esto se traduce en hábitos alimenticios de acuerdo con una vida en constante movimiento, deseando comprar una experiencia más que un producto.

Capturar los momentos y mandarlos a los contactos en un tiempo máximo de 10 segundos, para después desaparecer, hizo de la aplicación, algo innovador y original entre las otras redes sociales. Existe un constante movimiento entre sus usuarios activos, quienes desean publicar y compartir las mejores experiencias que están viviendo en el momento.

Según datos del 2014, a través de Snapchat se envían diariamente más de 700 millones de fotos y vídeos. El éxito económico de la aplicación es evidente, logrando un valor de mercado de 10.000 millones de dólares.

Recientes estudios han descubierto que las personas más jóvenes utilizan nuevos medios sociales y ya no solo Facebook, que era el principal sitio para estar en contacto con amigos y familiares, pero que, debido a las implicaciones de privacidad, ha sido superado por Snapchat, que cuenta con más de un filtro para relaciones amorosas, lo que generó la atención de millones de usuarios, sobre todo de los adolescentes, por el hecho de poder intercambiar el material íntimo sexual, que es más conocido como *sexting*.

El *sexting* consiste en enviar fotos subidas de tono, provocativas y de contenido sexual a quien el usuario desee. Aunque este fenómeno no comenzó con Snapchat, cada vez es más grande gracias a las normas de privacidad de la aplicación y es una garantía de seguridad, no solo por el tiempo en que estos archivos se visualizan, sino porque no están en contacto, ni en control de sus padres o terceras personas.

Pero, en realidad Snapchat ¿cumplirá lo que promete? El principal dilema es que los mensajes no son destruidos completamente y cualquier usuario puede hacer captura de ellos, y esto ha generado una potente problemática. A pesar de ello, la práctica del *sexting* es cada vez mayor, no solo en imágenes sino en por mensajes.

Selfies

La *selfie* es una herramienta en donde se practica el autorretrato. Sirve como identidad en los jóvenes y se ha vuelto tendencia, sobre todo en las mujeres, quienes han encontrado un aliado para generar impacto femenino. Ya que a través de imágenes generan una imagen en la red social y dejan a la luz las necesidades de reconocimiento de sus círculos sociales, al ser halagadas por su apariencia física.

Gracias a este fenómeno, Snapchat ha diseñado diversos tipos de filtros dentro de la aplicación, y como consecuencia ha tenido una gran popularidad entre las nuevas generaciones que buscan integrarse. Esto es un resultado de lo que en la actualidad construye a los jóvenes y la selfie se ha vuelto un hábito cotidiano de expresar lo que sienten y lo que quieren ser y por lo tanto lo han convertido en un consumo diario con un sentimiento de obligatoriedad.

Aunque Snapchat es una aplicación que en la actualidad se ha vuelto indispensable para la comunicación y la publicidad tanto de las empresas como de cualquier usuario, también ha generado una comunicación defectuosa, ya que hemos aprendido a comunicarnos sin usar los sentidos, dejándonos envolver por las redes sociales por la adicción causada, llevando nuestras vidas en entorno a ellas.

Conceptos

Discover es un apartado que se encuentra dentro de la aplicación Snapchat, en donde se encuentran diversas noticias mundiales para cualquier tipo de gustos en los usuarios.

Nómfobos (Nómfobia) Término que se les da a personas con el miedo irracional de salir de casa sin el teléfono móvil. Es una abreviatura de la expresión inglesa "no-mobile-phone phobia".

Appdictos es un término otorgado a aquellas personas que son adictas al uso de aplicaciones móviles.

Historias en Snapchat es un apartado de esta aplicación en donde las imágenes o videos compartidos, van dirigidos a todos los contactos por 24 horas.

Selfie es un término en inglés que se emplea como sinónimo de autorretrato o autofoto.

Conclusiones

Las nuevas tecnologías y aparatos inteligentes que nos acercan cada vez más al entorno virtual, han provocado una necesidad en las nuevas generaciones a partir de la *generación Y*, dado a que estas generaciones han nacido con la tecnología en las manos y los productos desarrollados se han convertido en herramientas indispensables para la vida cotidiana. Las aplicaciones han envuelto a los usuarios adictos a tener estos aparatos electrónicos, y los han hecho parte de una vida virtual, pero sin dejar a un lado la vida real.

Las aplicaciones como Snapchat, gracias a la popularidad entre sus usuarios han sido favorables para la publicidad de diversas empresas de gran prestigio y es un canal de comunicación de fácil acceso y manejo para los usuarios.

Páginas electrónicas consultadas

Beirute, J. (21 de 06 de 2016). *Millennials, una futura generación*. Obtenido de Revista Enfásis: <http://www.alimentacion.enfasis.com/articulos/75246-millennials-una-futura-generacion->

Gutiérrez, A. (2014). *6 rasgos clave de los millennials, los nuevos consumidores*. Obtenido de Forbes: <http://www.forbes.com.mx/6-rasgos-clave-de-los-millennials-los-nuevos-consumidores/>

