



**Proyecto de Graduación. Licenciatura en Crítica de Artes. Universidad Nacional de las Artes.
Audiovisual en la red social TikTok**

“La hibridación del lenguaje teatral al cinematográfico en las plataformas de Internet”.

Integrantes: Bulcourf, Sabina; Coccolo, Soledad; Garay, Lucía; Goñi, María del Rosario.

Año 2024.

Profesores: Tattavito, Silvina; Bermúdez, Nicolás.

Resumen: Se creará en Tiktok el usuario @somosCreatrix, donde se subirán videos reseñas de corta duración en tono informal. TikTok se caracteriza por la inmediatez y la satisfacción rápida, por lo que se postearán videos diarios de poca duración. El contenido variará entre carácter humorístico y de anécdota para jugar con la curiosidad del espectador. Los entregables serán: un texto sobre la estrategia comunicacional que se establecerá para llevar a cabo la cuenta y un guion como formato de video posteable de poca duración. Además, se adjuntarán audiovisuales que funcionen como ejemplo de la respectiva sección.

Intervención crítica: TikTok

La creación de la cuenta @somoscreatix emplazada en TikTok se propone para componer material audiovisual breve que permita difundir contenido de teatro grabado y diversas invitaciones a visualizar las obras.

La cuenta estará integrada a la plataforma Creatrix, y a su vez, el material audiovisual generado será resubido a la cuenta de Instagram, por lo cual servirá de enlace a ambas plataformas.

El público objetivo serán los jóvenes entendidos como nativos digitales inquietos y participativo. (Ver anexo “público joven”.)

A modo de estrategia se creará contenido caracterizado por su **rapidez y brevedad**, se realizarán videos que duren aproximadamente hasta 60 segundos, pero que, aún así, contengan información necesaria para captar la atención, siendo **atractivos y provocativos**. Los videos serán interpretados por influencers pertenecientes al staff de Creatrix. Este tipo de contenido audiovisual alentaría a que el usuario que visualice la cuenta, entre en un flujo continuo de consumo de los videos, queriendo saber más. A su vez, el algoritmo propio de TikTok sugiere contenido similar al que el usuario visualiza, por lo cual, este flujo de consumo podría permitir acceder a más contenidos relacionados con el mundo teatral.

Se realizará contenido que aproveche la **inquietud** y la **curiosidad**. Apelará a un tono amigable que genere cierta intimidad. Se empleará una sección de videos que se llamará: “**Poné la pava**”. El contenido audiovisual propondrá distintas obras para ver, como recomendación. En el mismo, se utilizarán imágenes de las obras curadas y montadas para que se resignifiquen los productos teatrales desde el humor y el chimento, como en los otros contenidos. Además, se convocará apelando a un público fiel consumidor del mundo de la red social, haciéndolo **partícipe** y entendedor de ese lenguaje “común”. Se hará énfasis en visitar las otras cuentas enlazadas. Se crearán las secciones: “**¿Qué vamos a ver?**” y “**Plan sí o sí**”.

Tipos de videos

¿Qué vamos a ver?: en esta sección se crearán videos tipo tráiler para convocar al visionado de las obras en la plataforma Twitch, participando de un evento exclusivo Creatrix. (Ver anexo).

Plan sí o sí: en esta sección se recomendarán tres obras para ver, para generar expectativa sobre los usuarios. (Ver anexo).

Poné la pava: esta sección contará brevemente las sinopsis de las obras como un chisme que se le cuenta al usuario. (Ver anexo).

Usuario: somoscreatrix