

El #10yearschallenge y el síndrome del contenido

En el mundo virtual tenemos todo en mayor control: podemos decidir cómo vernos utilizando filtros en nuestras fotos, decidimos qué parte de nuestro día a día queremos que el resto vea, mostramos lo que nos hace sentir más valiosos, y disfrutamos de la sensación de que nos presten atención, aunque sea por un momento.

30 de enero del 2018



Eduardo Quintanilla

Docente del MBA de la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima.

Esta semana, las redes sociales, específicamente Facebook e Instagram, se vieron invadidas de millones de publicaciones en todo el mundo, en las cuales los usuarios compartían una foto suya de hace diez años junto a una foto actual, para mostrar los cambios físicos que han experimentado. A esta ola que se generó se la bautizó como el #10yearschallenge (el reto de los 10 años).

Pero, ¿cómo comenzó todo? Es muy probable que el nombre de quien realizó la publicación que originó toda esta “moda” sea totalmente desconocido para la gran mayoría de personas: Damon Lane. Se trata de un meteorólogo norteamericano, que subió una foto suya de hace una década junto con una actual, y utilizó el hashtag #HowHardDidAgingHitYou (qué tan duro te golpeó la edad). Esta publicación empezó a volverse viral, y a alguien se le ocurrió cambiar este hashtag por el que todos conocemos ahora. En corto tiempo, muchos actores, deportistas, músicos y todo tipo de celebridades empezaron a compartir sus fotos actuales, junto a sus fotos de diez años atrás. Y, como era de esperarse, millones de usuarios replicaron el “reto”.

¿Por qué algo tan simple, y probablemente irrelevante para la mayoría, se vuelve algo tan viral? Puede haber muchos motivos, pero el que agrupa a la mayor cantidad de casos es algo que llamaremos “el síndrome del contenido”. Este síndrome es el que hace que este tipo de “retos” se viralicen tan rápidamente.

El síndrome del contenido es la necesidad constante de personas comunes de tener motivos o pretextos que les permitan compartir en las redes sociales cualquier tipo de publicación en la que muestren a su comunidad algo sobre ellos, y que genere opinión, conversación o comentarios acerca del mismo usuario. Es decir: volverse por un momento el foco de atención y el centro de conversación de sus amigos, familia y contactos. Y todo esto ocurre en el mundo virtual, que es donde muchas personas han trasladado su día a día. La frase “si no lo subiste, nunca pasó” cobra cada vez más realismo.

Ciertamente, este es un fenómeno sociológico que ocurre en todo el mundo y que ha distorsionado la percepción de lo real versus lo virtual. Y es que en el mundo virtual tenemos todo en mayor control: podemos decidir cómo vernos utilizando filtros en nuestras fotos, decidimos qué parte de nuestro día a día queremos que el resto vea, mostramos lo que nos hace sentir más valiosos, y disfrutamos de la sensación de que nos presten atención, aunque sea por un momento.

Pero, ¿quiénes se aprovechan de esta coyuntura? Existen miles de empresas dedicadas a lanzar “retos” o aplicaciones que hacen que el usuario tenga nuevos pretextos para generar este contenido: cómo te verás cuando seas anciano, cuál es el animal que se parece a ti, quién o qué fuiste en tu otra vida, y cientos de otras temáticas que se vuelven virales, aprovechándose del síndrome del contenido. ¿Qué ganan estas empresas? Capturan los datos de millones de personas que voluntariamente se los entregan, porque es el requisito para poder “jugar” y generar tus resultados, y los venden a empresas que publicitan diversos tipos de productos. Es decir: toman tu información para que luego te llegue publicidad de todo tipo de productos o servicios, de cualquier lugar del mundo.

Hay teorías, algunas bastante sólidas, de que Facebook aprovechará el reto del #10yearschallenge para mejorar su algoritmo de reconocimiento facial. Es decir, los usuarios le habrían dado información voluntariamente a esta red social, que será utilizada para mantenernos enganchados y que sigamos viviendo dentro de este síndrome del contenido. Un círculo vicioso que todavía parece tener para rato.