ICONOS
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

CONTENIDOS EN PLATAFORMAS DIGITALES: PRESENTISMO Y ACTIVISMO SOCIAL EN REDDIT

TESIS

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE

MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN Y ESTUDIOS DE LA CULTURA

PRESENTA:

DIANA LILIA CASTILLO ZAMUDIO

ASESOR: DR. RAFAEL MAULEON

CIUDAD DE MÉXICO OCTUBRE 2017

RECONOCIMIENTO DE VALIDEZ OFICIAL DE ESTUDIOS DE LA SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA SEGÚN ACUERDO NO. 2005627 DE FECHA 22 DE SEPTIEMBRE DE 2005. CLAVE 2015

Introducción

Según la lista *The top 500 sites on the web* que se encuentra en una de las páginas de Alexa que proporciona datos y análisis comerciales de tráfico Web, los primeros cinco sitios Web más visitados en México, -sin contar el buscador de Google-, son sitios de entretenimiento como: Youtube, Facebook y Live; estos se caracterizan por mostrar contenido fugaz e inmediato. (Alexa, Top Sities, P. 1) Obtener estos datos es de

relevancia, porque se presume que dichas plataformas con contenido fugaz y de entretenimiento son las más consumidas.

En esta investigación se plantea la posibilidad de que algunos contenidos exhibidos, son generadores de sentires presentistas y activistas 1 . En el objetivo general se plantea el estudio de los contenidos en el sitio Web de Reddit y se realiza el análisis de una muestra de contenidos exhibidos por un tiempo determinado. Se estudia su formato (si es en nota informativa, video, imagen, infografía o *gif*) y la cantidad de votos que hacen de algunos contenidos los más populares, para determinar si estos temas de interés para los usuarios son utópicos o distópicos.

En el sentido anterior, se plantea la pregunta de ¿cuáles son las características de un contenido presentista o activista? La hipótesis indica que el contenido presentista se manifiesta a partir de textos -videos, imágenes, *gifs* y artículos-, que son sólo de entretenimiento, por lo tanto, es un generador de distopías; por el contrario, en los contenidos activistas, aunque se expresan en los mismos textos, se evidencian temas de importancia actual, como política y *worldnews*, lo cual favorece el análisis crítico de la situación.

El orden de la investigación se organiza en tres capítulos; el capítulo uno, parte de la siguiente pregunta: ¿cuáles son las especificaciones de de Reddit? La hipótesis plantea que las características de esta plataforma son únicas, pues posibilitan que el contenido que circula no

1 Se presume que el presentismo es la creencia de que sólo se vive en el presente, mientras que el activismo es la actitud o comportamiento de las personas que participan en movimientos, especialmente de tipo político o social. Estos dos conceptos se vincularán con la utopía y distopía a lo largo de la investigación.

tenga ningún tipo de censura y es por ello que los usuarios no dudan en subir toda clase de contenido, en comparación con otras plataformas. Durante este capítulo también se da un previo contexto sobre el Internet, las redes sociales, las estadísticas de éstas y los formatos de contenido. Las fuentes que proporcionan la información son: el Wiki de la de Reddit, estudios de Pingdom sobre usuarios activos y estadísticas del sitio Web Statista.

Es de relevancia comentar que para la descripción de las plataformas digitales se toma como fuente la sección de *about* de las mismas, aunque en algunos casos, esta sección es inexistente. En estos casos, se recurre a la descripción dada por Pingdom, una plataforma de monitoreo de sitios Web que proporciona datos estadísticos sobre plataformas digitales.

El segundo capítulo habla sobre presentismo y activismo en el ciberespacio, como generadores de utopías y distopías; responde la pregunta: ¿cuáles son las características del presentismo y activismo social que se vinculan con utopía y distopía? En donde la hipótesis es: que el presentismo es la creencia de que sólo se vive en el presente; y es propiciado por el entretenimiento banal y obsoleto; se vincula con distopía, porque imposibilita al actor social a pensar en el futuro y en la realización de utopías. Mientras que el activismo es una herramienta para lograr la participación en los cambios sociales y el desarrollo, que también se pueden propiciar por el contenido en plataformas digitales.

En el tercer capítulo se muestra el método de análisis para verificar si la hipótesis sobre contenidos se valida; aquí se plantea la pregunta sobre ¿cuáles son las características de los contenidos presentistas y activistas, según los datos obtenidos? La hipótesis dice que los

contenidos definidos como presentistas son audiovisuales y cortos, mientras que los contenidos activistas son textos escritos, aun cuando éstos no tienen la misma cantidad de audiencia. Dentro de la técnica de estudio, se hace un análisis de dos contenidos semanales de la pestaña "Popular" del sitio Web de Reddit y se analiza el formato de estos textos y la cantidad de votos obtenidos. Con los resultados de la muestra se afirma o se niega la hipótesis general y se contesta la pregunta de investigación.

Capítulo 1

Reddit "The Front Page of Internet" y sus tipos de contenido

El objetivo de este primer capítulo es identificar las características de Reddit, con base en la información de esta plataforma y de distintos artículos, para esclarecer por qué es nuestro objeto empírico. Además, se busca contestar la pregunta ¿cuáles son las especificaciones de Reddit para ser una plataforma de interés de los usuarios? La hipótesis establece que los usuarios prefieren esta plataforma para compartir contenidos, pues esta posibilita a los usuarios mantener anonimato voluntario. Para confirmar este postulado se retoman los textos que indican que Reddit es una plataforma Web, donde los usuarios agregan contenido de manera regular a través de marcadores sociales, donde otros usuarios pueden votar a favor o en contra de lo publicado, para que de esta manera destaquen.

Para dar contexto a esta investigación se tratan los siguientes temas: Internet como nuevo medio de comunicación, plataformas digitales, usuarios registrados en redes populares, formatos de contenido y características de Reddit.

1. Antecedentes de plataformas digitales y estadísticas de usuarios

Los inicios del Internet comienzan en 1957, en el contexto donde la guerra fría entre Estados Unidos y la entonces Unión Soviética eran motivo de actualizaciones tecnológicas. (Marketing 4 Ecomerce, P.2)

Poco después del lanzamiento del Sputnik, el primer satélite de la historia. Se organiza en Estados Unidos la *Advanced Research Projects Agency* (Agencia de Proyectos para la Investigación Avanzada de Estados Unidos) conocida como ARPA y vinculada al Departamento de Defensa. Ésta se creó como respuesta a los desafíos tecnológicos y militares de la entonces URSS.

Para la fecha de 1960 las computadoras que proporcionaban este servicio estaban sólo al alcance de científicos e investigadores. A partir de 1994, con el aumento de las computadoras personales, apareció la Web (World Wide Web), la red que creó el acceso mundial a información y comunicación, y que a su vez formó una brecha para las nuevas tecnologías: hoy hay más de 4 mil millones de personas en todo el mundo que utilizan Internet. Más de la mitad de la población mundial está en línea y los últimos datos muestran que casi 250 millones de

nuevos usuarios, se conectaron por primera vez en 2017. (Hootsuite y We Are Social, P. 7)

Se presume que las personas están cada vez más conectadas e informadas, porque Internet ha representado el principal conjunto de redes de comunicación y de distribución de contenidos, que ha hecho que las plataformas Web sean el nuevo método de comunicación entre jóvenes y adultos. Entre las plataformas más visitadas de manera global se encuentran: Youtube, en el puesto número dos de los sitios más visitados a nivel global, Facebook, en puesto número tres, Reddit en el 15, Twitter en el 10 e Instagram en el 13. (Alexa, Top Sities, 21/09/18).

Una red social es una plataforma digital de comunicación global que pone en contacto a un gran número de usuarios (Real Academia Española, P.1). Se debe aclarar que toda red social es una plataforma digital, pero no toda plataforma digital es una red social. Asimismo, debemos decir que el término de red social fue acuñado por los antropólogos ingleses John Barnes y Elizabeth Bott en 2006, quienes consideraban imprescindible considerar lazos externos a los familiares, residenciales o de pertenencia a algún grupo social.

> Las redes sociales se han convertido en plataformas de reivindicación y movilización enormemente poderosas y peligrosas. Bien utilizadas nos facilitan la comunicación y la información. Por desgracia, para algunos, en la red social o en Internet todo vale. (Vicente Gourgues, P. 3)

El debate entre los usos correctos de las redes sociales es extenso, pues, aunque su origen tenía el fin de mejorar la comunicación entre las personas, también se han suscitado problemas debido a la información

que proporcionamos a éstas, como indica Vicente Gourgues al explicar que las redes en movilizaciones peligrosas.

A este respecto IAB, el principal organismo a nivel global que representa a la industria de la publicidad digital y marketing interactivo comenta:

> Las nuevas tecnologías, los cambios en los hábitos de consumo y el aumento desmesurado en la cantidad de contenido, ha dado pie a que las marcas experimenten nuevas formas de transmitir sus mensajes y ofrecer sus productos o servicios. Partiendo de la premisa de que la atención de la gente gira en torno al contenido, ya sea para entretenerse, informarse o cultivarse, la publicidad se integra a estos contenidos porque busca impactar a los usuarios en el entorno donde están pasando la mayor parte de su tiempo.

IAB, explica que los comerciantes se están innovando y están utilizando como medio publicitario, el contenido en Web, ya que es donde los usuarios pasan gran parte de su tiempo.

Al hablar sobre cómo el contenido adquiere grandes niveles de popularidad, es de suma importancia aclarar la definición de la palabra "Viral". Esta palabra es un adjetivo que describe que un mensaje o contenido, se ha difundido con gran rapidez en las redes sociales a través de internet. (RAE, P.1)

Esta descripción tiene su origen como la descripción de la propagación de un vídeo a través del contacto entre los usuarios. A priori, puede parecer que se trata de un virus, pero nada de eso, ya que el vídeo viral se propaga cuando los usuarios pasan el enlace o link el uno al otro. Dichos links se pueden compartir a través del correo electrónico, las redes sociales o a través de foros de Internet. (Merca 2.0, P.2)

Los contenidos virales y las redes sociales tienen un impacto en la vida cotidiana de los usuarios, ante esto, el sitio Web de estadísticas y estudios sobre Internet, Statista menciona:

> Debido a la presencia constante en la vida de sus usuarios, las redes sociales tienen un impacto social decididamente fuerte. La confusión entre la vida fuera de línea y virtual, así como el concepto de identidad digital y las interacciones sociales en línea son algunos de los aspectos que han surgido en las discusiones recientes (Statista, P. 5)

Este sitio Web sobre estadísticas menciona que las redes sociales confunden al usuario, la integración de las redes sociales en su vida, construyen su identidad real y su identidad virtual diariamente.

Entre las redes más populares, quien tiene mayor número de usuarios, por número de usuarios Facebook, que cuenta con mil 490 millones, sería China y México juntos, los cuales tienen una población de mil 371 millones de personas y 121 millones, respectivamente. En tanto, Twitter, con 316 millones de usuarios, sería EU, país con 319 millones de habitantes. (El Financiero, P. 1) Los usuarios activos en redes sociales sube mensualmente de manera global, ante esto, el portal Statista presenta un estudio que comenta:

> Aproximadamente 2 mil millones de usuarios en Internet están utilizando las redes sociales y se espera que estas cifras sigan creciendo a medida que el uso de dispositivos móviles y las redes sociales móviles ganan cada vez más tracción. (Statista, P. 3)

Los usuarios han convertido a las redes sociales en un canal de comunicación y negocios, pues la cantidad usuarios sube mensualmente. La siguiente estadística (Imagen 1.2) muestra información sobre las redes más populares en todo el mundo hasta el mes de abril del 2018, según el número de cuentas activas. Donde el líder es Facebook. Esta red fue la primera red social en superar las mil millones de cuentas registradas.

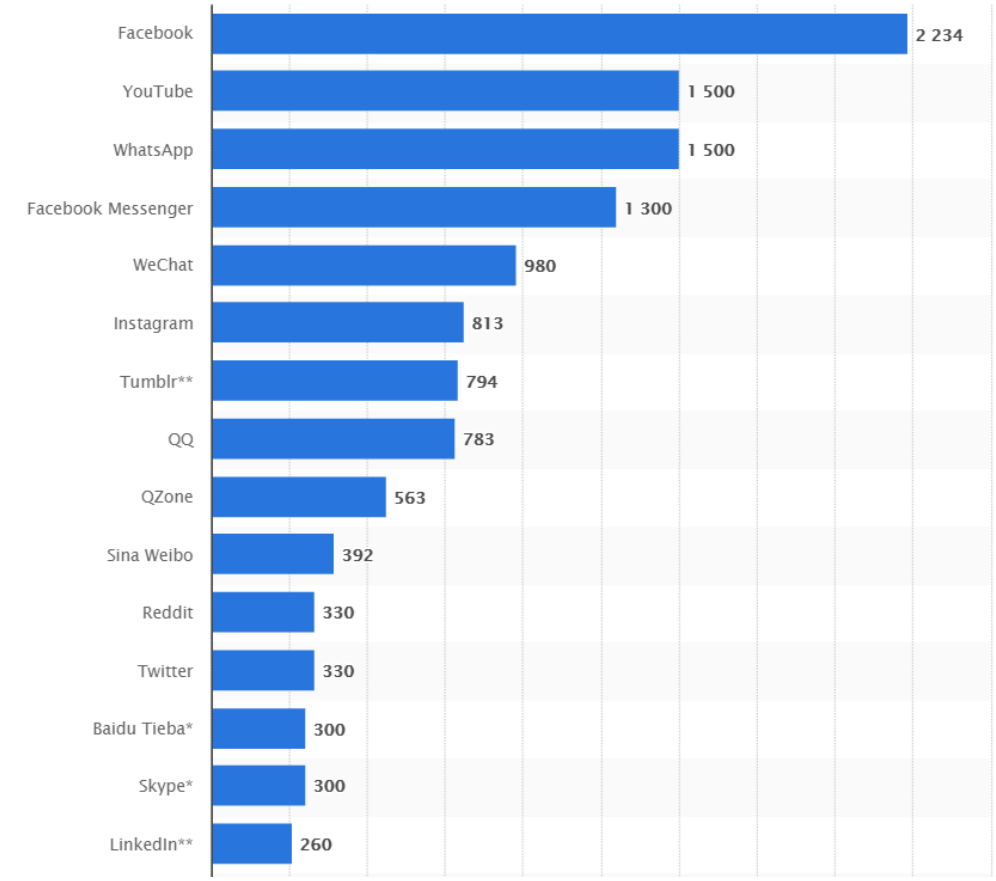


Imagen 1.2: Statista 2018 "Most popular social networks worldwide as of abril 2018"

Facebook fue lanzado el cuatro de febrero de 2004 como una plataforma de comunicación entre los estudiantes de Harvard. Ésta, cuenta con 1,8 mil millones de usuarios; las personas de entre 25 y 34 años

constituyen la mayoría de sus usuarios, de los cuales 53% son mujeres y 47% son hombres; la cantidad de amigos que tienen éstos es un promedio de 155, se generan 240 millones de *Me gusta* y se cargan 14,6 millones de fotos en la plataforma cada hora. (Pingdom, P. 4)

De manera particular, en México, existen 49.99 millones de usuarios registrados en Facebook. Cifra que se presume, aumentará a 65,12 millones en 2022. (The Statistics Portal, P. 1) (Imagen 1.3)

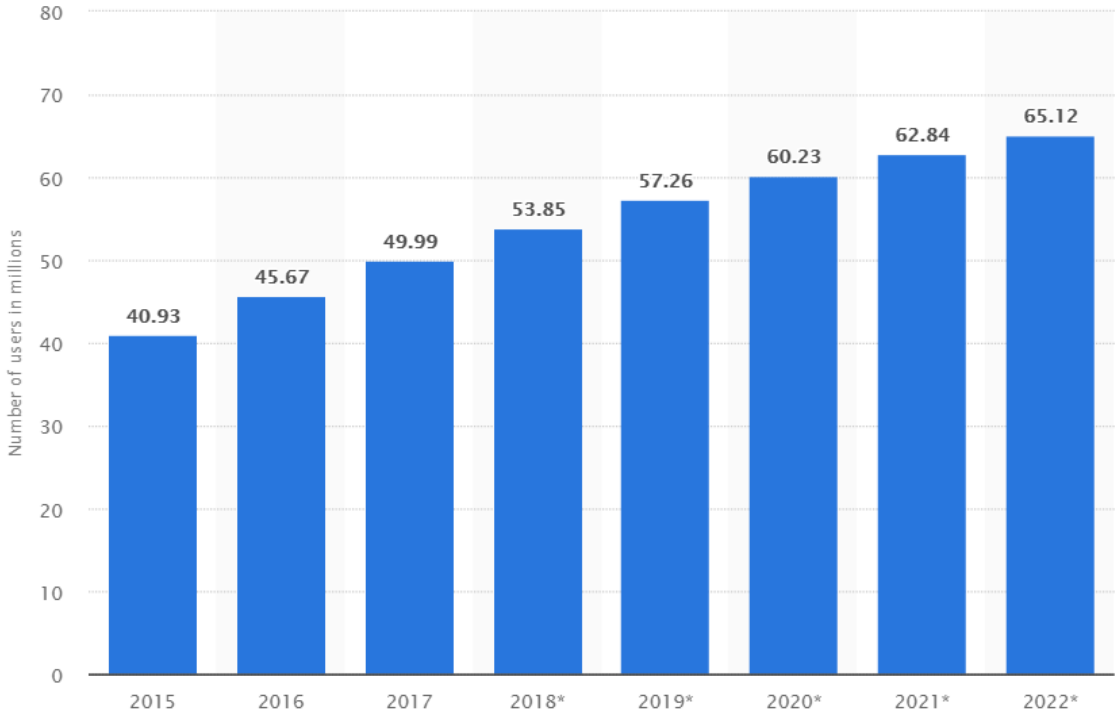


Imagen 1.3: Gráfica "Number of Facebook users in Mexico from 2015 to 2021".

Twitter es una plataforma de noticias y comentarios donde los usuarios interactúan a través de *Tweets* -comentarios que originalmente se restringían a 140 caracteres-. En este caso, esta plataforma cuenta con 328 millones de usuarios, en donde los usuarios predominantes tienen entre 25 y 34 años; los usuarios promedio tienen 208 seguidores; el

51% de los usuarios son mujeres; y hay 20 millones de *tweets* cada hora. (Pingdom, P. 5) Lo relevante con esta plataforma es que sus publicaciones superan las de Facebook y las de cualquier otra red, pues debido a su estructura donde los comentarios son cortos, los contenidos son inmediatos.

Instagram, es una plataforma que fue lanzada el seis de octubre de 2010 y que registró 25,000 usuarios en su primer día. (Instagram, P.1) Esta plataforma permite compartir contenido de imágenes, videos de corta duración y recientemente y sólo para algunos, enlaces a sitios Web. Esta red cuenta con 700 millones de registrados, en donde los principales son –al igual que en Twitter- de 25 a 34 años, de los cuales predominan las mujeres con el 68% del total; el perfil promedio de quien tiene una cuenta en Instagram tiene 201 seguidores; y 3.5 millones de fotos y videos se cargan en esta red, cada hora. (Pingdom, P. 6) Esta red, líder en publicaciones fotográficas, es propiedad de Facebook y ha aumentado en siete puntos porcentuales el tiempo que pasa cada usuario en la plataforma.

Snapchat, se describe así misma como una empresa de cámaras (Snap Chat, P.1). Es una red similar a Instagram donde es posible subir videos e imágenes. La diferencia primordial de esta plataforma es que sus contenidos son visibles sólo durante 24 horas; esta red cuenta con 300 millones de registrados, que en su mayoría tienen entre 18 y 24 años; el usuario promedio pasa entre 25 y 30 minutos al día y se crean 31.6 millones de "instantáneas" cada hora. (Pingdom, P. 7) Aunque parezca inusual que el contenido de esta red desaparezca después de 24 horas, fue éste, el elemento que popularizó la red y que después imitaría su competencia: Instagram.

Youtube es una de las plataformas líderes en el mundo y muestra contenido en video a todos sus usuarios registrados y no registrados. Ésta es la segunda red con más usuarios activos, después de Facebook, con 1 mil millones de registrados, en donde el 62% son hombres y 48% son mujeres; y son 40 minutos los que pasa en promedio, en esta plataforma. (Pingdom, P. 8) A pesar de ocupar el segundo puesto con más registros, en Youtube se ven 11 meses de video cada hora, pues su estructura, algoritmos y elementos de Inteligencia Artificial hacen posible la reproducción de muchos minutos de video.

LinkedIn es la mayor red profesional del mundo con más de 546 millones de usuarios en más de 200 países y territorios. Tiene la misión de crear oportunidades económicas para cada miembro del mercado laboral global gracias al desarrollo continuo del primer gráfico económico del mundo. (LikedIn, P.1).

Pinterest es un motor de descubrimiento visual para encontrar ideas como recetas, inspiración para el hogar y el estilo. (Pinterest, P. 1) la plataforma de tableros temáticos de imágenes cuenta con 150 millones de registros donde prima la mayoría femenina con 81% y el 60% de los usuarios provienen de Estados Unidos. (Pingdom, P. 10)

En el caso de Reddit, su audiencia se compone por el 53% de Redditors –o usuarios registrados-, masculinos. Además, esta red está conformada en su mayoría por personas de habla inglesa. (Pewinternet, P. 3) Ante estos datos, debemos decir que más de la mitad del contenido en Internet, se encuentra en Inglés. (Universia, P. 6)

Ante estas estadísticas donde lo activos se incrementan mensualmente, y el idioma que predomina en los contenidos es el inglés, es necesario puntualizar por qué utilizar Reddit si no se encuentra dentro de las redes más populares a nivel global.

Debido a la presencia cotidiana de los usuarios en las redes sociales, éstas tienen un impacto social fuerte. La confusión entre la vida de línea y virtual, así como el concepto de identidad digital y las interacciones sociales en líneas son algunos de los aspectos que han surgido en las discusiones recientes.

1.2 Formatos de contenido

Las redes sociales posibilitan a los individuos y a las organizaciones subir contenidos en distintos formatos para que la comunidad interactúe con ellos. Estos contenidos pueden estar en formato de nota, infografías o galerías de imágenes, material audiovisual y Podcast. La relevancia de los formatos es porque, en ellos se encuentran puntos clave de la posible popularidad de los contenidos. Aunque también se toman en cuenta los contenidos en sí mismos, en si son contenidos de interés para la comunidad o no.

Una estrategia de contenido involucra dos tipos de canales: aquellos donde el contenido vive, y los usados para generar tráfico al contenido completo (IAB, P. 17) esto quiere decir que el contenido puede vivir en un sitio Web, pero pueden llegar a él a través de otras redes y plataformas que lo promocionen.

Existen varios canales a considerar: blogs/páginas propias (que no es la página de la marca, si no una exclusivamente dedicada a contenido), un canal de radio streamming, un canal de video, una aplicación móvil y todas las redes sociales existentes. (IAB, P. 17) Esta premisa expresa que existe una variedad de canales donde es posible mostrar contenido en distintos formatos.

Es necesario definir si el contenido será en video, imágenes, audio, texto o una combinación de ellas, así como la manera en la que será distribuida y visualizada por el mercado meta. (IAB, P. 21) Esta estrategia tendrá como objetivo llegar el público y transmitir un mensaje específico.

El formato tipo nota o blog (Imagen 1.4), es el más utilizado en la entrega de contenidos dentro de una estrategia de *marketing*. (Juan Carlos Mejía Llano, P. 6) Este tipo formato será la base de la estrategia de contenido. A partir de la publicación de *posts* se podrán compartir en redes sociales y así comenzar a darse a conocer. (IAB, P.23) Este tipo de contenido permitirá que el sitio Web gane audiencia.

> Lo más recomendable es redactar posts de entre mil y dos mil palabras que traten temas sobre cómo resolver ciertos problemas, que den respuesta a alguna duda o enumeren un listado de cosas útiles (sitios web, herramientas, etcétera). También se pueden incluir entrevistas a referentes del sector. (IAB, P.23)

Una nota es un texto escrito: puede describir un producto, servicio y una historia, y puede ser publicado en un blog y después replicarse en otras plataformas.



Imagen 1.4: Nota informativa de sitio Web de Colaborativo 27/04/18

Los contenidos en formato visual, pueden ser los contenidos con mayor popularidad debido a su inmediatez, pues no es necesario que el usuario lea una nota u observe un video para comprender un tema. Con respecto a esto el Consultor y *Speaker* en *Marketing* Digital y *Social Media* comenta:

> En internet lo visual tiene una gran importancia. Estos contenidos llaman muchísimo la atención por su facilidad para ser compartidos. En particular las infografías son uno de los mejores formatos de contenido para una estrategia de *content marketing*, si el objetivo es explicar algo o educar sobre algún tema. Adicionalmente son sencillos de digerir, por lo que son contenidos tentadores para personas que buscan una forma rápida de entender algo. (Juan Carlos Mejía Llano, P. 11).

Según esta cita los contenidos visuales (Imagen 1.5) son tentadores y llaman la atención por su facilidad para ser compartidos, además la respuesta del usuario es inmediata, no debe reflexionar ante la lectura de una nota o de un video, sólo debe observar por segundos una foto, si éstas son impresionantes o no, el usuario reaccionará inmediatamente. Es por esta razón que los llamados memes, han cobrado relevancia en las redes sociales alrededor del mundo.

Por lo general son utilizados para educar (instructivos o tutoriales), promocionar (institucionales o de información sobre un producto o servicio) e impactar. (IAB, P. 23)



Imagen 1.5: "Meme" Facebook 20/04/18

Los contenidos audiovisuales son regularmente los más propensos a viralizarse en la Web. Pues este formato posibilita a anunciantes y a usuarios enseñar más eficientemente un tema. En Video-blogs o Vlogs, se pueden publicar entrevistas, discusiones o simplemente exponer opiniones y novedades sobre los temas de interés. (Juan Carlos Mejía Llano, P. 11) Todas las redes sociales permiten el formato audiovisual, pero el éxito de éstos depende de los temas de interés y de los tipos de

formatos técnicos, por ejemplo, el mejor formato audiovisual para reproducirse en Facebook y en Instagram es: 1.1 (Imagen 1.6), este formato hace que se reproduzca en casi toda la pantalla del celular de un usuario. De esta manera será inevitable que el usuario pase de largo sin haber visto los primeros segundos. Este formato es el más recomendado cuando hay que subir contenido audiovisual a Facebook e Instagram, aunque estas redes también posibilitan el formato audiovisual horizontal o 16:9 (Imagen 1.7), que es el formato que se utiliza en Youtube y que se relaciona una pantalla horizontal de cine.



Imagen 1.6: formato de video 16:9 Captura de pantalla 20/04/18



Imagen 1.7: formato de video 1:1. Captura de pantalla 20/04/18

Los formatos tipo Podcast son audios con temáticas de interés específicas.

> Un podcast es un contenido de audio episódico, con diferentes frecuencias (ej: diaria, semanal, mensual) al que el usuario puede suscribirse y recibir nuevos episodios. El contenido puede ser: entrevistas, mesas redondas, noticias, consejos, etc., siendo coloquialmente llamado "programas de radio bajo demanda". (IAB, P. 11)

Este formato de contenido representa un tipo de comunicación que puede ser fluido, pues no requieren de la total atención del usuario y permiten que desarrolle otra actividad mientras escucha.

1.3 Posicionamiento de contenidos

El contenido que se vuelve viral a través de buscadores -sistemas informáticos que buscan archivos almacenados como Google-, tiene dos maneras de popularizarse, la primera de ellas es de manera orgánica. El término orgánico -cuando a un contenido en Web se refiere-, es cuando éste es original y es visto por una gran cantidad de personas, debido a que es de interés para la comunidad. Ante esto el sitio Web sobre posicionamiento, escribe:

> El término "orgánico" en relación con la estrategia de marketing, aún se encuentra dando sus primeros pasos en cuanto a su posición conceptual; sin embargo, esto se trata de nada más ni nada menos, que publicar contenido genuino, original e interesante. En ocasiones, debido a las múltiples herramientas, opciones y formas de comunicarnos e interactuar a través de las redes sociales, nos olvidamos de un punto especial muy importante, y es el de mantener el concepto inicial de lo qué es la web 2.0: diseñar y

> mantener nuestros sitios web con contenido propio y actualizado. (Posicionamiento Web, P. 2)

Los formatos de contenido son características técnicas que fusionados con un contenido de interés y orgánico, consiguen ser virales; aunque Google tiene estrategias y métodos para que los creadores de contenido, puedan ser vistos por un mayor número de usuarios, si tienen una correcta estrategia para la optimización de sus sitios, para que estos sean reconocidos e indexados por un motor de búsqueda. Entre estas estrategias se encuentra el SEO, que es necesario para ayudar a los motores de búsqueda a entender sobre qué trata una página o sitio Web y si es o no útil para los usuarios.

> De sus siglas en Inglés (Search Engine Optimization), es la práctica de utilizar una serie de técnicas que implican la optimización de la página (con los llamados factores on site) y su socialización en Internet con otras páginas (los llamados factores off site) con la finalidad de mejorar la posición de un website en los resultados de los buscadores para unos términos de búsqueda concretos. (IAB, P.2)

SEO, es la práctica de utilizar un rango de técnicas, que conforman una estrategia de estructura de sitio, edición de contenidos y de enlaces, que tienen el objetivo de mejorar la posición de un sitio Web, en los buscadores. Por ejemplo, cuando un usuario entra al buscador de Google y busca "Zapatos para dama", el algoritmo del navegador lo llevará a sitios que utilicen las palabras "zapato" y "dama" dentro de sus contenidos; y que además haya sido de utilidad para otros usuarios que buscaron las palabras.

Los motores de búsqueda tienen dos posibilidades, el de rastreo y el de indexación:

> El proceso de rastreo empieza con una lista de direcciones web de rastreos anteriores y de *sitemaps* proporcionada por otras páginas web. Una vez acceden a estas Web, los *bots* buscan enlaces a otras páginas para visitarlas. Los *bots* se sienten especialmente atraídos por los sitios nuevos y a los cambios en las Webs existentes. Son los propios *bots* los que deciden qué páginas visitar, con qué frecuencia y cuánto tiempo van a rastrear esa web, por eso es importante tener un tiempo de carga óptimo y un contenido actualizado. (Apptiva, P. 4)

En un principio, los motores de búsqueda se basaban en la cantidad de veces que se repetía una palabra, pero ahora basan sus índices en la fecha de publicación, si contienen imágenes, videos o animaciones, etcétera. Pues ahora la cantidad y calidad de contenido son prioritarios para un motor de búsqueda.

El algoritmo mencionado anteriormente, actúa en los procesos informáticos que deciden las páginas o sitios Web que aparecen antes y después en una búsqueda. Éstos revisan los índices y muestras los contenidos mejor optimizados, en cuestión de segundos.

Una correcta estrategia de SEO dentro de un contenido se da cuando se utilizan palabras clave dentro de un texto, en el URL, en el titular, en el *slug* (que es la cantidad de texto que se ve debajo del titular en Web) y en las leyendas debajo de las imágenes, dentro del texto. Existen múltiples herramientas para que estrategias de SEO, entre ellas, se encuentra YOAST (Imagen 1.8), que es una herramienta gratuita en

WorldPress, para facilitar las estrategias de SEO, dentro de las notas de un sitio Web.

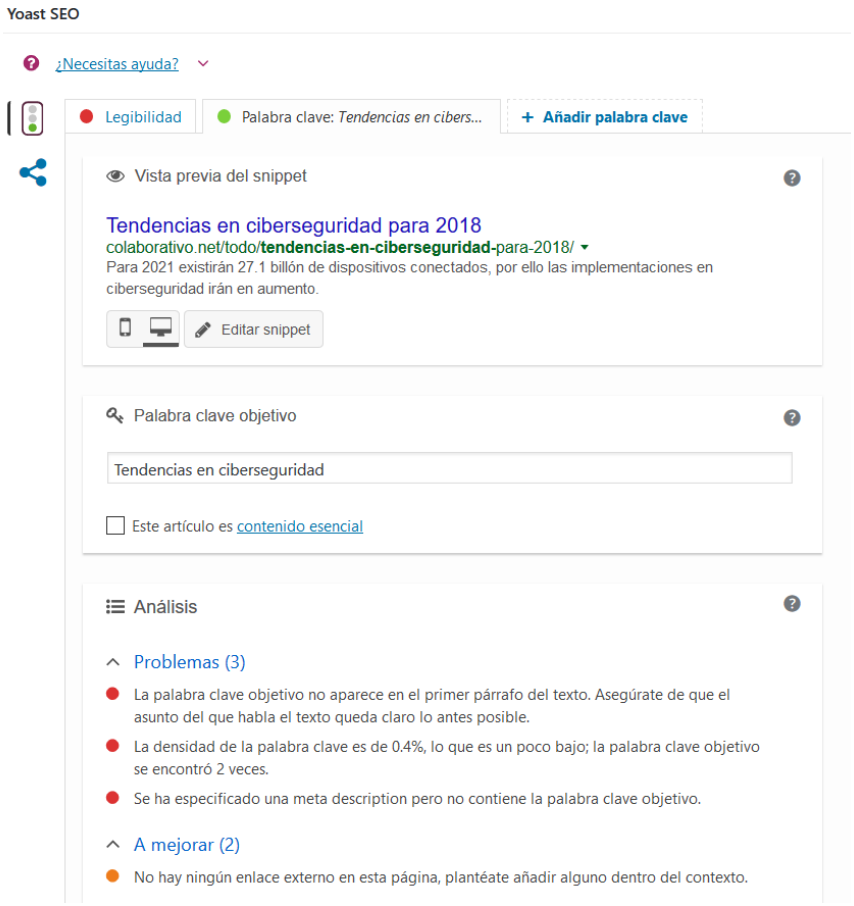


Imagen 1.8: Menú de SEO en WorldPress 27/04/18

La segunda manera de conseguir que un contenido se vuelva viral, es pagando para que el contenido se anuncie a través de Google Adwords, de esta manera el contenido saldrá en primer lugar en la búsqueda de Google. (Imagen 1.9)



Imagen 1.9: contenidos pagados sobre Guardias de seguridad 27/01/18

Este método para salir en primer lugar sólo se paga cuando un usuario hace clic dentro del anuncio. Éste puede aparecer arriba de los resultados de búsqueda cada vez que alguien escriba en Google palabras que coincidan con las palabras clave dentro del sitio, ya sea desde una PC, Tablet o Smartphone.

El sistema por el cual Google Adwords posiciona el anuncio en una mejor o peor lugar se basa en el *ranking* que tiene ese anuncio. El *ranking* es la multiplicación del precio básico que se está dispuesto a apagar por esa palabra clave y el Nivel de calidad de esa palabra clave. (Google Adwords, P. 1) Este *ranking* es resultado de una subasta entre la cantidad de dinero que se paga por clic y si la información contenida dentro del sitio es de utilidad para el usuario.

Los contenidos y sus formatos hacen que el usuario sea susceptible a viralizar una nota, una imagen o un video, pero al final, quien decide qué contenidos compartir, son ellos mismos.

1.4 Características de Reddit

Para establecer a Reddit como objeto empírico, se buscaron las características que hacen única a esta red: en primera instancia su nombre, que es un juego de palabras que en inglés *(I read it on Reddit),* significa "Lo leí en Reddit". De la misma manera con el propósito de explicar qué es Reddit, se identifica que es una red de popularidades en Web, donde los contenidos se votan en tiempo real. A este respecto se refieren los datos que aparecen en su sitio Web:

> Una fuente de novedades y popularidades en Web. Donde los usuarios brindan todo el contenido y deciden, a través de la votación, qué es bueno y qué es basura. Los enlaces que reciben aprobación de la comunidad se disparan hacia el número 1, por lo que la página principal está constantemente en movimiento y (afortunadamente) llena de enlaces nuevos e interesantes. (Reddit, Wiki, Index, P. 1)

De lo anterior se destaca que una característica distintiva de esta red es la acción de quien decide la popularidad de los contenidos en tiempo real, que son los usuarios a través de la votación. Por ejemplo, cuando uno de ellos sube un video sobre una mujer cantando, la comunidad puede darle votos a favor o en contra, lo cual lleva a posicionarlo entre los más populares. El sentido de utilizar esta plataforma es debido a dos factores, el primero es que, gracias a sus características permiten que los usuarios mantengan anonimato voluntario ante los contenidos expuestos; y segundo es que Reddit, es también llamada *The Front Page of Internet*, ya que sus contenidos populares se replican en otras redes con mayor audiencia como Facebook, Twitter y Youtube, y así consiguen la viralidad.

En relación a cómo funciona, se debe decir que une a usuarios con intereses en común. A este respecto se refieren los datos exhibidos en su página de información:

> Reddit es una página en donde la comunidad decide qué es de interés y qué no; esta une a los usuarios con ideas, tendencias digitales, noticias, *gifs* y videos y los clasifica según votaciones y formatos. La misión de Reddit es ayudar a las personas a descubrir lugares donde puedan ser su verdadero yo y facultar a la comunidad para que florezca. (Reddit, about, P. 1)

De lo anterior se desprende que la red es una comunidad de comunidades, pues reúne a personas con intereses en común y juntos forman una gran red donde se comparten textos. Por ejemplo: en Reddit se pueden escribir los intereses del usuario, como tecnología, *gifs,* ciencia, etcétera y le dará contenido sobre esos temas, y lo unirá con personas que también compartan esos gustos.

Reddit es un sitio de noticias sociales, pero no es como un sitio de noticias como los medios regulares: BBC, Reuters o El Universal, en México, su definición de noticias es más amplia de lo que la mayoría de periodistas o usuarios están acostumbrados, pues las imágenes de gatos y perros, memes, *gifs* y notas periodísticas serias, aparecen en la portada del sitio de Reddit.

Esta red posibilita al usuario a múltiples acciones, entre éstas, las tres principales son: Compartir, Votar y Discutir. Compartir permite a todo usuario crear una comunidad de cualquier tema, utilizando o no un contenido; esta opción es una especie de perfil en donde la comunidad es moderada de forma independiente por usuarios voluntarios que

comparten historias, enlaces e imágenes. Votar es una acción en la comunidad global de Reddit donde se votan historias o discusiones importantes, a favor o en contra; las historias interesantes, graciosas o significativas son las que llegan a la parte superior del sitio, donde son más visibles para todos por contar con un puntaje mayor. Discutir implica que los usuarios registrados pueden comentar cualquier publicación en Reddit y de esta manera, brindar información adicional, debates, contexto o incluso *gifs* o memes.



Imagen 1.10 Captura de pantalla de ejemplo de un contenido subido a Reddit (30/03/18)

En esta plataforma, se debate y se discute con más libertades en comparación con otras redes, pero eso no la exenta de tener reglas y políticas de uso. "La naturaleza de los contenidos pueden ser divertidos, serios, ofensivos o cualquier punto intermedio." (Reddit, Política de contenido, P. 1) La plataforma presume que permite contenido "ofensivo", aunque no especifica el concepto de esta definición, pero aclara que hay que "… mostrar suficiente respeto a los demás para que todos podamos seguir disfrutando Reddit." (Reddit, Política de contenido, P. 1)

El hecho de que Reddit brinda más libertades a los usuarios es claro, pues les permite estar en un anonimato voluntario, aunque también es clara con respecto a los contenidos no deseados.

> El contenido está prohibido si: es ilegal, es pornografía involuntaria, es contenido sexual o sugerente que involucra a menores, alienta o incita a la violencia, amenaza, acosa o intimida o alienta a otros a hacerlo, es información personal y confidencial, suplanta a alguien de una manera engañosa o es spam. (Reddit, Política de contenido, P. 3)

Con respecto a lo anterior se concluye que, aunque Reddit es una plataforma con mayores libertades, pues permite anonimato y contenido "ofensivo" en cierta medida, está alineado con la legalidad correspondiente.

Con el objeto de explicar cómo funcionan las políticas de publicidad que regulan las libertades de los usuarios, se debe decir que no puede violar la privacidad ni la propiedad intelectual. A este respecto se toma lo que dice la página de información de Reddit:

> Reddit está diseñado y respaldado solo para uso personal. No puede usar Reddit para infringir la ley, violar la privacidad de una persona o infringir la propiedad intelectual de cualquier persona o entidad o cualquier otro derecho de propiedad. (Reddit, Wiki, User Agreement, P. 1)

Por lo tanto, esta plataforma no respalda actos ilícitos como infringir la propiedad intelectual de cualquier persona o identidad, ya que cuando esto ocurre y un usuario sube contenido que no es suyo, se cierra su cuenta de Reddit.

Ante estas reglas, la plataforma tiene una variedad de formas para hacer cumplirlas, de las cuales incluyen: una petición para que se

detenga el comportamiento del usuario, una suspensión temporal o permanente de cuentas, restricciones a las comunidades de Reddit, eliminación de contenido. También debe aclararse que las comunidades individuales en Reddit pueden tener sus propias reglas donde sus propios moderadores deben hacerlas cumplir.

Los que hacen cumplir estar reglas son los administradores, quienes son empleados de Reddit y que ayudan a mantener el sitio en funcionamiento; ellos tienen una [A] roja en su perfil de usuario y también pueden distinguir sus comentarios con una [A] roja cuando hablen oficialmente. Los administradores generalmente no tienen intervención cuando se trata de comunidades individuales (Subreddits), lo que permite que los moderadores y la comunidad decidan cómo se ejecuta. Sin embargo, los administradores harán cumplir las reglas de Reddit en cada Subreddit.

Reddit es una red donde el contenido y las discusiones son las principales acciones que permiten al usuario interactuar con otros miembros, es por ello, que el contenido y su formato son relevantes, esta plataforma tiene lineamientos para subir contenido: cuando se quiere compartir cierto contenido, se abre un cuadro de texto (Imagen 1.11) donde pide que se indique si es un enlace o texto. En la pestaña de enlace, se pide que es escriba: url, imagen o video, título y pide que se elija una opción sobre dónde publicar el post, si en un Subreddit (categoría específica) o en el blog personal.

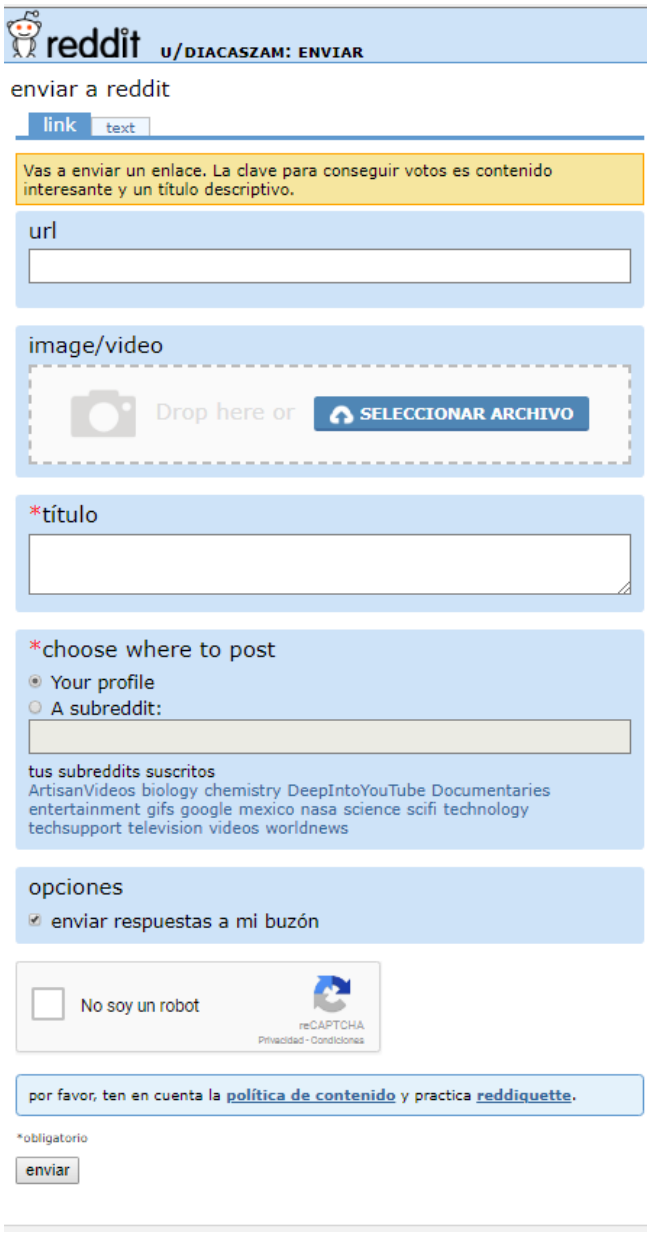


Imagen 1.11: captura de pantalla de cuadro de texto con especificaciones para publicar contenido (30/03/18)

Reddit está compuesta por una serie de clasificaciones que permiten al usuario buscar su contenido de interés. A su vez tiene ocho pestañas que dividen el contenido en: mejor, activo, nuevo, subiendo, polémico, popular, con *gold* y Wiki (Imagen 1.12).



Imagen 1.12: captura de pantalla de pestañas de portada de Reddit (30/03/18)

En la primera pestaña de la portada llamada "mejores", se pueden visualizar los contenidos con más votos positivos de ese momento. La plataforma de Reddit se desarrolla en tiempo real, esto quiere decir que los contenidos en esta pestaña pueden haber sido subidos hace una hora o hace 10. En la pestaña llamada "activo", se pueden ver los contenidos con mayor cantidad de votos. En la pestaña "nuevo", se encuentra todo el contenido cargado en ese instante, aunque no tenga votos a favor o en contra o un puntaje determinado. En la pestaña llamada "subiendo", se encuentran los contenidos que están alcanzando mayor puntuación y que están empezando a ser relevante para la comunidad. En la pestaña que dice polémico, se encuentran los contenidos que han causado mayor escrutinio. En la pestaña "popular" es parecida a la pestaña "mejores", pero en ésta, se puede clasificar la búsqueda para encontrar los contenidos más populares en el último mes o en las últimas 24 horas. En la pestaña "Con *gold*" se encuentra los contenidos especializados para aquellos que donan al sitio Web de Reddit. Y en la última pestaña se encuentra la Wiki, la página donde se encuentra toda la información técnica sobre Reddit.

Con el objeto de explicar qué son los Subreddits, hay que decir que tópicos de interés para los usuarios. Con referencia a lo expuesto por la misma sitio Web de Reddit:

> Reddit está formado por miles de subcomunidades, cada una enfocada en un tema específico. Hay un subreddit para la ciudad más cercana. De forma predeterminada los nuevos usuarios se suscriben a una selección de los más populares, pero disfrutará mucho más del sitio si se toma el tiempo para suscribirse a los que más le atraen. Después de hacerlo, la página principal cambiará para mostrar una lista personalizada adaptada a sus intereses. (Reddit, Wiki, FAQ, What are subreddits, P. 23)

Por lo tanto, los Subreddit (Imagen 1.13) son los tópicos de la comunidad y pueden ser temas, formatos de texto, ciudades, etcétera. Por ejemplo, yo puedo editar mis Subreddits o temas de preferencia y así aparecerán en la parte superior de la portada de Reddits.



Imagen 1.13: Captura de pantalla con menú de Subreddits del lado izquierdo. (30/03/18)

Con el objeto de explicar cuál es la audiencia de Reddit, hay que decir que Reddit es una red de pocos usuarios de habla hispana. A este respecto se refieren los datos estadísticos del sitio Web de Alexa:

> Reddit cuenta con una audiencia total de 69,9 millones de usuarios mensuales, en donde el 57% de los visitantes son de Estados Unidos, el 7.5% de Reino Unido, 6.3% de Canadá, 3.2% de Australia y 2.2% de Japón. (Alexa, Site Info, Reddit, P. 3)

Por lo tanto, hay pocos usuarios de habla hispana que visitan el sitio, pero se decidió usar este sitio Web porque todos sus contenidos son traducidos y replicados en otros sitios Web de habla hispana.

Cabe decir que entre las características técnicas del usuario se habla del "Karma", este término es una especie de calificación que se le da al contenido, y aparece a un costado del nombre de usuario que define qué tan bien ha hecho el usuario por la comunidad. A este respecto se toma la definición de la página de Preguntas Frecuentes de Reddit:

> Los usuarios en Reddit tienen la posibilidad de subir todo tipo de contenido, pero que es calificado por el "Karma" Este término es el número a un costado del nombre de usuario que define qué tan bien ha hecho el usuario por la comunidad; la mejor forma de obtener Karma es enviar enlaces de interés para todos, para que los usuarios voten a favor de estos. (Reddit, FAQ, Why Should I try to Accumulate Karma, P. 9)

Por lo tanto, el término de Karma es el número a un costado del nombre de usuario, que define qué tan buenos son los contenidos expuestos por él y qué tan bien ha hecho el usuario por la comunidad, en donde la mejor forma de obtener Karma es enviar enlaces de interés para todos, para que los usuarios voten a favor (Imagen 1.14).



Imagen 1.14: Karma de usuario Maxwellhill 23/03/18

Otra de las características de los usuarios en Reddit, es que su código de conducta permite que ellos no revelen su identidad real, pues la plataforma es generalmente anónima.

Dentro de los cuestionamientos sobre la comunidad y los usuarios, se planteó la búsqueda de datos y estadísticas que dicen que sólo el 6% de los registrados en Reddit son adultos y los demás son hombres jóvenes. A este respecto se refieren los autores Maeve Duggan y Aaron Smith:

> El seis por ciento de los adultos en línea son usuarios de reddit. Esta es nuestra primera encuesta que examina específicamente Reddit como una plataforma independiente, y descubre que los hombres jóvenes son especialmente propensos a visitar el sitio. Alrededor del 15% de los usuarios de internet hombres entre los 18 y los 29 años dicen que usan reddit, en comparación con el 5% de las mujeres en el mismo rango de edad y el 8% de los hombres entre 30 y 49 años. (Pew Research Center, 6% of online Adults are Reddit Users, P. 1)

Esto quiere decir que son hombres jóvenes menores a 30 años los que definen la popularidad de los contenidos y quienes votan por los contenidos que viralizan en otras redes.

1.5 Formatos de contenido en Reddit

Los contenidos en Reddit pueden ser en casi todo tipo de formato, aunque no haya clasificación predeterminada que le permita al usuario ver únicamente imágenes, videos, o enlaces, a menos que las preestablezca como Subreddits.

La portada de Reddit, muestra indiscriminadamente los contenidos en distintos formatos, pues para esta sitio Web es relevante mostrarle a los usuarios los contenidos que son de su interés, sin tener en cuenta el formato en que se encuentre.

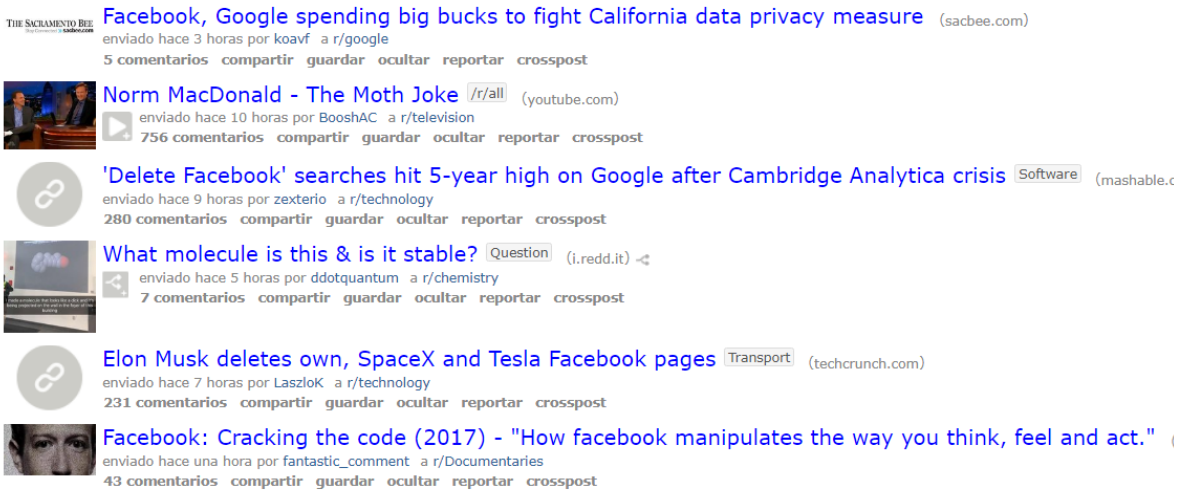


Imagen 1.15: Captura de pantalla de portada de Reddit con videos, enlaces y artículos (30/03/18)

En la imagen seis, podemos observar que en la portada de Reddit se muestran los contenidos más populares y no hay ninguna clasificación para enlaces, videos o imágenes, sino que aparecen en la misma lista de manera indiscriminada.

La única distinción que hace el sitio de Reddit para los formatos de contenidos son los íconos que diferencian un video, de un enlace o de una imagen.

Los contenidos en Reddit son variados y posibilita a los usuarios a debate, con respecto a esta premisa se toma como referencia lo dicho en la plataforma:

> Reddit es una plataforma para que las comunidades debatan, se conecten y compartan en un entorno abierto, hogar de algunos de los contenidos más auténticos en línea. La naturaleza de este contenido puede ser divertida, seria, ofensiva o cualquier punto intermedio. Durante su participación, es importante tener en cuenta este valor por encima de todos los demás: mostrar suficiente respeto a los demás para que todos podamos seguir disfrutando de Reddit para lo que es. (Reddit, Política de Contenido, P. 1)

Entonces como se señala en la cita, los contenidos pueden ser divertidos, serios e incluso ofensivos, pero se declara que debe haber "suficiente respeto a los demás". Por ejemplo, se permiten las palabras altisonantes, pero no palabras ofensivas hacia un grupo de personas en específico.

Si bien es claro que Reddit da libertad a sus usuarios en cuanto a qué contenido son permitidos hay algunas pautas para el contenido que no

lo es, cómo: contenidos ilegales, pornografía involuntaria, contenido sexual que involucre menores o incite a la violencia, o Spam. Reddit es una plataforma Web que promete a los usuarios, mayor libertad en cuanto a publicaciones se refiere; ésta es un referente para todas los sitios que publican contenido diario y popular.

1.6 Reddit como marcador de contenidos virales

Reddit es una plataforma Web donde los usuarios tienen cierta libertad para subir contenido a su perfil o al de otros; donde nadie más que la misma comunidad puede definir si es un contenido relevante o no. Todas las características antes mencionadas hacen de Reddit una fuente de marcadores de contenido que ya está votada por los usuarios. Esto hace que en Reddit ya estén clasificados lo mejores contenidos que después se replican a través de otras redes.

Para ejemplificar este postulado se evidencia la siguiente imagen de contenido en formato de video que se hizo popular en Reddit hace 6 años:



Imagen 1.16: Captura de pantalla de video de BugASalt en el portal de Reddit con fecha de hace seis años (30/03/18)

Este contenido en formato de video anunciaba con un tono de sarcasmo, una pistola para matar moscas: producto que se definió como popular en Reddit y que se viralizó a través de otras redes sociales. El sitio de información "El Nuevo Herald" comenta:

> Bug-a-salt, que usa sal de cocina regular, se vende por un mínimo de $40 en Amazon y en su propio sitio web. Su más reciente modelo tiene incorporado un láser que ayuda a los usuarios a mejorar la puntería para acabar con los insectos en un solo intento. Antes de Navidad, la pistola de sal sobresalió en el sitio web Reddit como una posibilidad de regalo. (Johanna A. Álvarez, P.7)

Esta nota comenta que el producto sí se llegó a vender y que se viralizó en el sitio Web de Reddit. Igualmente, este mismo video se sigue replicando en otras redes a la fecha, a pesar de que su viralidad haya sido hace 6 años en Reddit.



Imagen 1.17: Captura de pantalla de video de BugASalt en Facebook (12/06/18)

Preliminares

La hipótesis establecía que los usuarios preferían compartir los contenidos de Reddit, porque esta red les posibilita tener anonimato voluntario. Durante este capítulo no se validó esta hipótesis, pues, aunque esta red sí posibilita el anonimato, no es la característica que hace relevante a esta plataforma. Durante la investigación, se llegó al postulado que, gracias a todas las características de Reddit, es la fuente de información de otras redes.

Aunque la red social más popular sea Facebook, en cuanto consumo de contenidos, Reddit es de relevancia, pues algunos contenidos populares en esta plataforma se replican en otras redes. En otras palabras: lo que hoy es popular en Facebook, ayer fue popular en Reddit. Entonces, aunque la hipótesis que indica que Reddit es popular porque les daba la opción a sus usuarios de estar en un anonimato voluntario, no se

confirmó, pues se esclareció que esta red es relevante porque se definen los contenidos populares (a través de sus votos), que después se replicarán en otras redes con mayor audiencia.

De la misma manera, se identificó que los formatos de contenido son relevantes para el usuario, pues las características técnicas ayudan a que un contenido consiga la viralidad.

Capítulo 2

Presentismo y activismo social: Internet como aglutinador y diversificador

El objetivo del segundo capítulo es definir los conceptos de presentismo y activismo social, para establecer los parámetros su relación con la utopía y distopía. También se busca crear contexto acerca del ciberespacio y cómo este funciona como aglutinador o diversificador. Se busca contestar a la pregunta: ¿cuáles son las características del presentismo y activismo social que se vinculan con la utopía y distopía? La hipótesis establece que el presentismo es la creencia que sólo se vive en el presente; y es propiciado por el entretenimiento banal y obsoleto; se vincula con distopía, porque imposibilita al actor social a pensar en el futuro y en realización de utopías. Mientras que el activismo es una estrategia para lograr la participación en los cambios sociales y el desarrollo, que también puede propiciarse por el contenido en redes.

Para resolver este cuestionamiento se toman como referencia los libros de *La Ligereza* de Lipovetsky, *Diferentes, desiguales y desconectados* de García Canclini, *Cibercultura* de Pierre Lévy, *La cultura en el mundo de la modernidad líquida* de Zygmunt Bauman y *Génesis del ciberespacio de* Asensio Guillén, Antonio y Navio.

2.1 Presentismo, como generador de distopías

La palabra presentismo no se encuentra en el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española; esta etiqueta lingüística es definida por varias ramas, incluso existe el término "presentismo laboral", que se

refiere a estar siempre presente en un puesto de trabajo, pero dedicando parte de la jornada laboral a otras funciones que no son propias del trabajo. (Psicología y mente, P. 4)

De la misma manera, definen como presentismo a la corriente que afirma que el pasado y el futuro no forman parte de la realidad, ya que lo único que existe es el presente. (Definiciones, P. 6) La definición de presentismo, durante esta investigación será más cercana a la García Canclini que indica:

> Si quieres vivir el hiperpresente, no te quedará tiempo para la memoria ni para la utopía: la extrañeza ante la temporalidad extraviada se conjugará en la simulación *high tech* de rememoraciones jurásicas y futuras guerras intergalácticas, tan parecidas. (Canclini, P. 175)

García Canclini utiliza la palabra "hiperpresente", para referirse a un concepto contrario al de memoria y comenta que si es el deseo de la persona es vivir en el hiperpresente no tendrá tiempo para la utopía, sino para experiencias proporcionadas por sagas cinematográficas. Su concepto habla de la comunicación contemporánea, que tiene como principal objetivo el entretenimiento de masas.

Definiremos el presentismo, como la incapacidad de gestionar el tiempo, donde las palabras hoy y ahora, son las más escuchadas. Donde el presente es tan cómodo que no se piensa en un futuro cercano. Ante la definición de García Canclini, comentaremos que el presentismo crea un mundo de objetos desechables, y de taquilla, pues no se piensa en cómo los consumos de hoy van a repercutir mañana. Donde las

satisfacciones se obtienen por distintos medios que garanticen la inmediatez.

Ante todos los productos y servicios que garantizan la inmediatez, se deben mencionar las tecnologías de comunicación, en particular las redes sociales, que garantizan la fugacidad e inmediatez de contenidos por minuto, como se preestableció en el capítulo anterior.

Las tecnologías de la información y la comunicación han jugado un papel importante en el desarrollo y estancamiento del presentismo, estas tecnologías que aseguran la conectividad del individuo en todo momento, convierten al actor social en un contendor de información, pues, múltiples redes posibilitan al usuario de perfiles donde les es posible almacenar fotos, artículos, videos y *gifs*. Es importante recalcar que dicha información es emitida no sólo a través de redes sociales, también de los gadgets informativos y sitios Web.

> La nuestra es una sociedad de consumo: en ella la cultura, al igual que el resto del mundo experimentado por los consumidores, se manifiesta como un depósito de bienes concebidos para el consumo, todos ellos en competencia por la atención insoportablemente fugaz y distraída de los potenciales clientes, empeñándose en captar esta atención más allá del pestañeo. (Bauman, P. 19)

Los creativos publicitarios, los productores televisivos y las revistas de la farándula crean una opinión general y conveniente que elimina la resolución de los consumidores de dichos medios. Bauman comenta que la sociedad está sometida a la culturización del consumo a través de los

medios que alimentan la fugacidad y potencian la satisfacción de necesidades a través de compras.

Los usuarios responden a estímulos generados por contenidos que son bombardeados diariamente por medios de comunicación, pues como se explicó en el capítulo anterior se suben más de 14,6 millones de contenidos a la red (cuantificando sólo los formatos tipo imagen y en la red social Facebook).

Muchos de estos contenidos alimentan el consumo y el presentismo, incluso se han popularizado frases como: YOLO, que por sus siglas en Inglés quiere decir: sólo se vive una vez. (Imagen 2.1, 2.2, 2.3)



Imagen 2.1: Captura de pantalla del perfil de @bluryliza usuaria de Twitter (15/06/18)

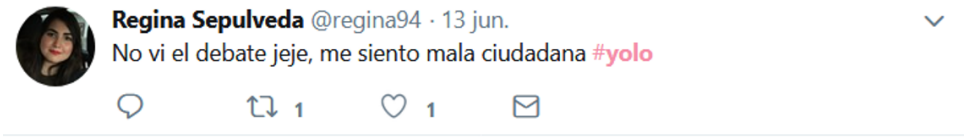


Imagen 2.2: Captura de pantalla del perfil de @regina94 usuaria de Twitter (13/06/18)

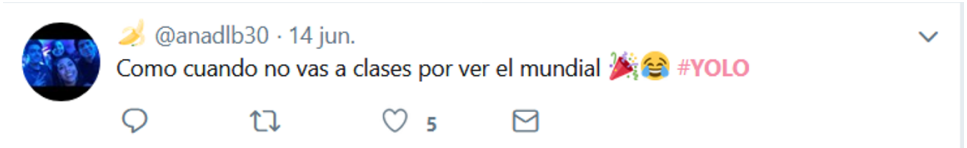


Imagen 2.3: Captura de pantalla del perfil de @anadlb30 usuaria de Twitter

Ante estas premisas e imágenes podemos establecer que el presentismo se vincula con la distopía, pues este concepto se define como "… la representación ficticia de una sociedad futura de características negativas causantes de la alienación humana." (Real Academia de la Lengua Española, 2018)

La distopía es la antítesis de la utopía y se relaciona con el presentismo debido a que este último provoca sentires fugaces de satisfacción, lo cual impide la realización de utopías.

Como se dijo en la cita previa, Bauman menciona que "… la cultura, al igual que el resto del mundo experimentado por los consumidores, se manifiesta como un depósito de bienes..." (Bauman, P. 19) Ante esto, se debe aclarar el término de cultura, pues muchos contenidos son definidos como culturales; este término está definido por múltiples autores en distintas épocas y ramas. Bauman menciona:

> La "cultura" se asociaba a un "rayo de luz" que pasaba "bajo los aleros" para ingresar a las moradas del campo y la ciudad, llegando a los oscuros escondrijos del prejuicio y la superstición que como tantos otros vampiros (se creía), no sobrevivirían a la luz del día. (Bauman, P. 14)

En esta expresión se utiliza el término "rayo de luz" que era un tropo semántico para definir una iluminación o comprensión que podía cambiar la situación presente. Además, también es relacionado con el periodo histórico como "Ilustración" o "Iluminismo".

Ante esta definición de cultura, podemos retomar el término de utopía y distopía, pues, si la cultura está definida como un "rayo de luz" que puede cambiar la situación presente, ésta es la guía de toda visión utópica, y por consiguiente podemos concluir que la cultura aleja las visiones distópicas.

Aunque también debemos retomar lo que dice Bauman sobre la definición de Cultura durante lo que él llama "Modernidad Líquida". Él menciona que:

> La cultura puede ahora concentrarse en la satisfacción y la solución de necesidades y problemas individuales, en pugna con los desafíos y las tribulaciones de las vidas personales. La cultura de la modernidad líquida se corresponde bien con la libertad individual de elección, y que su función consiste en asegurar que la elección sea y continúe siendo una necesidad y un deber ineludible de la vida. (Bauman, P. 18)

Esta segunda definición deja de lado su identificación con el término de utopía para alinearse con el de distopía. Surge la duda: ¿hay una culturización de masas a través de los contenidos en red? Y si es así, cuál es la definición de "cultura", a la que se refiere, a la que está alineada con el "rayo de luz" y a la utopía, o a la satisfacción de necesidades y a la distopía. Bauman retoma a Bourdieu y señala que:

> La cultura hoy se ocupa de ofrecer tentaciones y establecer atracciones, con seducción y señuelos en lugar de reglamentos, con relaciones públicas en lugar de supervisión policial: produciendo, sembrando y plantando nuevos deseos y necesidades en lugar de imponer el deber. (Bauman, P. 18)

En esta cita se presupone que la cultura sólo ofrece deseos que deben ser saciados, que la cultura ya no impone el deber. Se hace evidente que la frivolidad de la cultura contemporánea no crea intelectuales, crea creativos publicitarios con ingenio y actores pasivos y consumistas conformes con su realidad social sin visiones utópicas.

La cultura es un término importante para determinar si un contenido definido como "cultural" es o no utópico. Debemos recordar que una variable a considerar para definir este término es la temporalidad en donde se define este concepto. Ante esto Mark Fisher habla sobre el Realismo Capitalista y como este condiciona la producción de cultura:

> El Realismo Capitalista es algo más parecido a una atmósfera general que condiciona no solo la producción de cultura, sino también la regulación de trabajo y la educación, y que actúa como una barrera invisible que impide el pensamiento y la acción genuinos. (Fisher, P. 41)

Como vemos el término de cultura es sumamente complejo, pues este es descrito por varios autores de distintas disciplinas; desde la búsqueda histórica del concepto, que remite al debate sostenido entre los franceses, ingleses y alemanes a inicios del siglo XIX por la apropiación y definición del concepto, hasta la polisemia que en la actualidad posee la palabra, hacen un complicada la búsqueda de una definición universal del término.

Para esta investigación se retomará el primer concepto descrito donde se asocia la cultura con un "rayo de luz", como tropo semántico para

describir la iluminación o comprensión que podía cambiar la situación presente.

Ante todos estos conceptos de cultura, utopía y distopía es posible presumir que el presentismo es causado por agentes de consumo y productores de bienes y servicios, que a través de los contenidos en Web pueden viralizar un modo de vida y de entretenimiento. La Web y los contenidos toman el lugar de lo que Canclini llamaba "rememoraciones jurásicas" al referirse a sagas cinematográficas como entretenimiento de masas, pues el entretenimiento se ha posicionado como la razón principal para consumir contenidos.

2.2 Activismo social en red o en busca de utopías

El activismo social es definido como el ejercicio del proselitismo y acción social de carácter público. (RAE, 2018) En esta tesis se hablará de cómo ciertos contenidos pueden generar o no, sentires activistas y utópicos. Plantearemos que el ciberespacio es un ecosistema propicio para una disputa ideológica y por consecuencia una posibilidad utópica de cambio, o de manera contraria, un afianzador a la utopía hegemónica o de comunicación unilateral como en los medios tradicionales. Esta disputa entre actores sociales puede ser iniciada en grupos, páginas, sitios o aplicaciones a través de contenidos Web.

La creación de contenidos en Web está hecha con distintos propósitos, se presume que, en el caso de los contenidos presentistas, su objetivo es entretener, mientras que los contenidos activistas o utópicos tienen un "*call to action"*, que llama al usuario a la "acción", aunque este llamado puede estar en el contenido de manera implícita o explícita.

Estos contenidos pueden describir e informar al usuario sobre algún tema que genere sentimientos o emociones que inviten a la acción, por ejemplo: cuando el medio de información *El País* saca una nota sobre cómo los popotes pueden dañar la vida marina, los lectores cambiarán sus hábitos y dejarán de utilizar estos utensilios, aunque el medio (El País) no lo haya pedido directamente.

Existen plataformas en la Web dedicadas exclusivamente a promover acciones y peticiones que movilicen a los ciudadanos a participar en campañas, con el fin de llegar a un objetivo.

> En Change.org, gente de todo el mundo inicia campañas, moviliza a otros ciudadanos y colabora con responsables de tomar decisiones, para generar soluciones. (Change.org, about, P. 1)

Change.org, es una plataforma donde se inician campañas para viralizar movimientos y reunir firmas para una campaña en específico. Esta plataforma ha logrado que ciudadanos de todo el mundo conozca causas por las cuales movilizarse y haga responsables a las autoridades o a quienes corresponda. Un ejemplo de ello, es cuando después del temblor del 19 de septiembre del 2017, la sociedad civil pidió que parte del presupuesto destinado a las campañas electorales se fuera a la reconstrucción de los estados afectados por el sismo.



Imagen 2.4: Captura de pantalla de la petición en Change.org (13/07/18)

La petición iniciada por Alfredo Aguirre, de Monterrey se viralizó en redes sociales y consiguió que un millón 475 mil 879 de simpatizantes firmaran la petición, en menos de una semana.

Los contenidos en Web pueden tratarse de innumerables temas: política, medio ambiente, industria, innovación, ecología, animales, chistes, *shows* y hasta cachorros. Éstos consiguen la viralidad cuando muchos usuarios se sienten atraídos por esos contenidos. En el caso de los contenidos activistas, se plantea la teoría de la inteligencia afectiva, a lo que Castells comenta:

> La teoría de la inteligencia afectiva sostiene que el desencadenante es la ira y el represor es el miedo. La ira aumenta con la percepción de una acción injusta y con la identificación del agente responsable de la acción. (Castells, P. 210).

Castells habla de la teoría de la inteligencia afectiva, la cual es el proceso por el cual un actor social identifica sus problemas con otros actores; el objetivo de este proceso es lograr una comunidad y en un futuro un cambio en la mente de las personas ya que es imposible que haya un acuerdo entre estos actores. Si alineamos este concepto a las tecnologías y a las redes sociales, podemos decir que muchos contenidos facilitan la comunicación y brindan a los actores sociales una oportunidad de unirse por una causa, y reprimir sus miedos al sentir identificación con otro agente de acción.

Además, gracias a las redes sociales es posible unirse a comunidades que compartan los mismos intereses y luchas, de esta manera se crea no sólo una red de contenidos de interés, también una agenda de acción ante cualquier hecho.



Imagen 2.5: Captura de pantalla en grupo #YoSoy132 (14/07/18)

Se presume que los contenidos presentistas, por el contrario, no reconocen causas con las cuales identificarse, pues en su mayoría los contenidos son de entretenimiento (como se dijo en el capítulo anterior). Es posible inferir que el presentismo es una especie de anestesia ante el proceso antes expuesto por Castells, pues los contenidos que son transmitidos en la televisión de cadena abierta y gran parte de Internet, inundan la mente de los actores sociales pasivos, y los moldea para que éstos tengan como objetivo conseguir el último celular de cierta compañía, el último disco de la semana y que sigan consumiendo diariamente el contenido que les llena la mente de deseos hacia objetos obsoletos, como indica Bauman en *La Cultura en el Mundo de la Modernidad Líquida*:

> Se asemeja hoy a una selección más de la gigantesca tienda de departamentos en que se ha transformado el mundo, con

> productos que se ofrecen a personas que han sido convertidas en clientes. (Bauman, P. 21)

Bauman comenta que hoy la cultura se asemeja a una tienda de departamentos y si consideramos que en Internet están presentes 3000 impactos publicitarios al día por persona, sobre múltiples productos y servicios (Zenith Media, P. 5), podemos decir que las personas están sujetas a contenidos presentistas y publicitarios.

Además, es posible identificar que los usuarios en Internet pasan dos horas diarias en plataformas digitales, lo que equivale a casi un mes en un año, según un estudio de Global Web Indes.

Se presume que el uso de esta forma de comunicación horizontal da paso al estancamiento del presentismo y a la creciente organización de movimientos sociales; por ejemplo: cuando se entra a un sitio de comunicación horizontal, como un foro en donde se toquen temas únicamente de moda, éste brindará un contenido el cual dirá lo que está "de moda" durante esa semana, un usuario haciendo caso a esos consejos, comprará semanalmente cierta ropa porque dicho sitio indica que es ésa la que se está usando, de esta manera se incrementarán los contenidos presentistas.

También se debe decir que los contenidos presentistas consiguen la virilidad más rápido que los contenidos activistas, pues, aunque estén en los mismos formatos, los usuarios prefieren contenidos presentistas que llaman más su atención, a continuación, una comparación de contenidos publicados el mismo día.

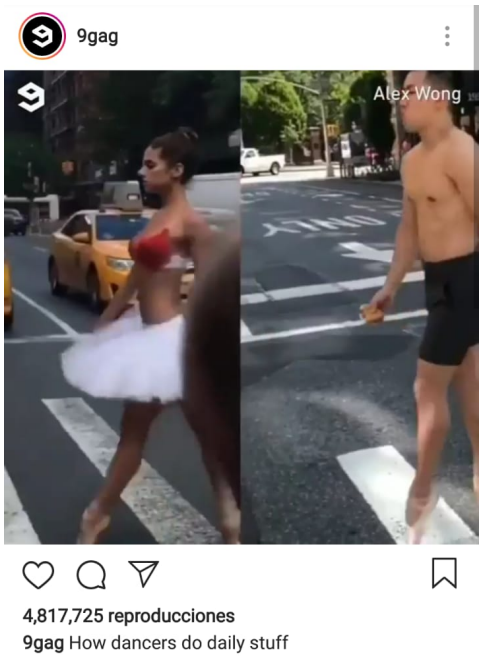


Imagen 2.6: captura de pantalla 9gag (14/07/18)



Imagen 2.7: captura de pantalla New York Times (14/07/18)

Estas dos publicaciones fueron subidas el mismo día y a la misma hora, la del lado izquierdo fue hecha por 9gag, un sitio de humor en Internet que replica contenido a través de Facebook, Twitter, Instagram y otras redes. La publicación del lado derecho fue realizada por el medio de comunicación New York Times. Ante estos dos contenidos podemos observar la evidente diferencia de *likes* y reproducciones, pues la de 9gag tiene 4,81,725 reproducciones y la de The New York Times, que hace referencia a los feminicidios en México tiene apenas 4,058 *likes.*

El presentismo y el activismo conviven en los contenidos cotidianos, en el caso de los contenidos activistas, que propician la disminución del hiperpresentismo, es cuando éstas se utilizan como medio para la identificación con otros usuarios; como indica Castells en la cita anterior sobre la teoría de la inteligencia afectiva, el miedo disminuye cuando el

actor se identifica con otros. Por ello si un actor social consume contenidos presentistas estará en contacto con otros usuarios consumidores de los mismos contenidos, al verse en contacto estos usuarios expresarán su inconformidad ante algún hecho a través de redes sociales y se darán cuenta que su desconcierto no es el único, de esta manera el miedo (el represor), disminuirá y se acrecentará la ira.

Se presume que la cultura instantánea es un factor importante que propicia el presentismo y favorece la falta de utopías; por supuesto se deja en claro que hay otros factores que influyen en este proceso, como la creciente modernización selectiva, la falta de oportunidades escolares, las políticas industriales y la reproducción de capital. Para esclarecer estas premisas voy a exponer un ejemplo: cuando las empresas industriales deciden sacar un producto al mercado como un celular, un coche etcétera, dichas empresas tienen que invertir en la materia prima para proporcionar un producto manufacturado, grandes cantidades de dinero son utilizadas para la realización de este producto, el cual será comprado por los pocos privilegiados que puedan pagarlo y será descontinuado y remplazado pocos meses después por otro producto con cambios apenas perceptibles, pero con pérdidas económicas importantes que repercutirán en la economía del país y así en la vida del trabajador.

La vida cambia, lo extraño se vuelve cotidiano y lo interesante fugaz; las palabras habladas se convierten en símbolos y *emoticones,* y la rebeldía se convierte en desidia y comodidad. Todo en esta vida tiene un contra; en el caso de los movimientos sociales en red y el presentismo encarnan esta dicotomía.

En síntesis, para fines de esta investigación se definirá como contenido activista o utópicos a todos aquellos contenidos que implícitamente o explícitamente llamen a la acción, que informen sobre temas de gobierno, organizaciones y Estado, medio ambiente, contingencia, aprendizaje, movimientos sociales, propuestas sociales y manifestaciones. Mientras que un contenido presentista o distópico será aquel que sea sólo de entretenimiento o que esté causado por agentes de consumo, y productores de bienes y servicios, que a través de los contenidos en Web pueden viralizar un modo de vida.

2.3 Ciberespacio: aglutinador de lo social

Ante las premisas que asumen que los contenidos en Web son generadores de sentires presentistas y activistas, se debe hablar del ciberespacio como aglutinador de lo social. En el libro del mismo nombre se establecen teorías donde se retoman tres modelos de Van Dijk, para estudiar el ciberespacio, el de Mercado, Infocrático y de Internet. En donde se comenta que el Modelo de Mercado es "… similar a las formas de democracia de masas con medios de comunicación masivos, unidireccionales y punto-a-masa *(broadcasting model)."* (Guillén Antonio y Navío Julio, P. 14) Modelo parecido a los medios de comunicación masiva como radio, televisión y prensa escrita, donde la información se daba por real. Por otro lado, el Modelo Infocrático, "… se centra en la máxima eficiencia en el tratamiento de datos modernizado y racionalizando los sistemas de burocracias de las administraciones públicas, las empresas, los partidos políticos." (Guillén Antonio y Navío Julio, P. 15) En este segundo modelo se habla de cómo el almacenamiento y el tratamiento de la información se encuentra por encima de los derechos ciudadanos.

En caso último, Van Dijk propone el Modelo Internet que es construido desde la horizontalidad en la comunicación.

> Se trataría de un sistema sin un centro de control hegemónico. Por el contrario, se generan unas redes de nodos interconectados que constituyen una red en la que los usuarios determinan los contenidos y las reglas, y en consecuencia predomina el modelo de *conversación* junto con el de consulta. (Guillén Antonio y Navío Julio, P. 15)

Este modelo describe que la identidad puede ser vista como una descripción que puede reescribirse indefinidamente.

Podemos decir que el modelo de Internet sí es un sistema sin control hegemónico, donde la comunicación reproducida en redes se presenta de manera horizontal. También debemos decir que este modelo no abarca en su totalidad el papel que puede representar el ciberespacio. En el libro sobre el Ciberespacio se comenta:

> Debemos señalar que la mayoría de las utopías políticas que se proyectan sobre el Ciberespacio admiten el tercer modelo («Modelo Internet»). Es decir, se concibe como posible un espacio público de acción sobre la base de la red de nodos donde proliferan las asociaciones ciudadanas, que se manifiestan en la multiplicación de blogs, chats, foros o páginas de cualquier tipo. (Guillén Antonio y Navío Julio, P. 15)

En esta cita se comenta lo que se dijo anteriormente sobre los contenidos expuestos en blogs, chats y foros de un tema en particular,

donde se comparten imágenes, videos, audios, notas y *gifs* por usuarios que comparten ideales o gustos. Lo que se debe recalcar, es que el ciberespacio brinda la oportunidad de compartir contenidos a un sinnúmero de usuarios, que poco a poco se van convirtiendo en recipientes de temas contemporáneos y fugaces.

Se debe decir que el modelo de mercado o tradicional sí se encuentra presente en el ciberespacio, pero en una nueva estructura, pues sólo se asume desde el punto de vista mercantilista, ya que la Mercadotecnia ha innovado en las maneras de vender un producto y ha optado por realizar campañas donde su objetivo es informar y educar, antes de vender por lo que es llamado ventas "en frío" y donde sí existe la posibilidad de mantener conversación con usuarios o *leads.*

"Se proponen dos categorías del ciberespacio: aglutinador (hacia lo mismo) y diversificador (hacia lo diverso)". (Guillén Antonio y Navío Julio, P. 17) Estas categorías presentan dos posibles objetivos del ciberespacio, donde una proporciona conformismo de información y la otra, por el contrario, una opción de búsqueda optimizada. Se comenta que esta dicotomía ha sido planteada por varios autores, por ejemplo, Gildardo Martínez indican que:

> ... para los primeros, las tecnologías de la información y la comunicación contribuirían a eliminar las fronteras, el inicio de la aldea global, el mundo libre, igualitario, sin distancias y la construcción de ciudades-mundo, telépolis [...] Para los segundos, las implicaciones sociales de estas tecnologías son más dramáticas al remitir a los cambios de valores e instituciones (e incluso su desaparición) y una ruptura del tejido social, produciéndose un "hombre mutilado", contraído

> en sí mismo, que lo lleva al intimismo extremo y perpetuo, y al desconocimiento del polo de la alteridad. (Bermúdez y Martínez, P. 11-12)

En esta cita se comenta que los que creen que el ciberespacio es un diversificador vivirán el inicio de la aldea global, que serán observadores y partícipes de lo que puede ser una utopía tecnológica, mientras que los que piensan que el ciberespacio es un aglutinador será quienes se impongan a lo que creen que será una ruptura del tejido social.

Pierre Lévy también se pregunta si el ciberespacio es una nueva manera de dominación virtual, pues algunas versiones comentan que el ciberespacio es una extensión del imperio militar norteamericano.

> Otra versión tercermundista o europea de este relato paranoico presenta el desarrollo del ciberespacio como una extensión del imperio militar, económico y cultural norteamericano. A partir de ahí, toda aclaración de los aspectos positivos de la cibercultura o de las oportunidades que pueda abrir al desarrollo humano es sospechosa de servir a los intereses del capital virtual en emergencia o del nuevo sistema de dominación mundial tecnofascista, ciberfinanciero o americanoliberal. (Levy, P. 196)

Tomando en cuenta este análisis, también es importante considerar el cambio de civilización donde se redefinen los términos de potencia militar, económica, política y cultural, Pierre Lévy comenta en su libro *Cibercultura: la Cultura de la Sociedad Digital* y sobre su crítica a la dominación que en el ciberespacio: "Algunas de las fuerzas van a ganar poder, otras van a perderlo, y algunas recién llegadas van a ocupar

posiciones que no existían." (Levy, P. 197) Esta cita parece reafirmar lo comentado por Bermúdez y Martínez, cuando señala que las tecnologías de la información y la comunicación contribuyen a eliminar fronteras, pues es un mundo sin control hegemónico donde voces antes silenciadas ahora pueden ser escuchadas. Este hecho da un punto a favor del ciberespacio y sus capacidades, pero también se debe considerar los contenidos consumidos por estas fuerzas, para que no pierdan su presencia en el mismo ciberespacio.

El ciberespacio proporciona múltiples acciones, posibilita la fácil unión de actores sociales que comportan ideales y la suma a una comunidad más grande, donde se comparten contenidos y agendas de acción.

> Cualesquiera que sean sus orígenes: geográfico y social, incluso si no tiene casi ningún medio económico, con tal que adquiera un mínimo de competencias técnicas, puede emplear el ciberespacio por cuenta propia y adquirir datos, entrar en contacto con otros grupos o personas, participar en comunidades virtuales o difundir con destino a un vasto público las informaciones de toda naturaleza que juzgue dignas de interés. Éstas nuevas prácticas de comunicación perduran e incluso se profundizan a medida que se extiende el ciberespacio. (Levy, P. 198)

En esta cita se comenta lo fácil que puede llegar a ser formar vínculos entre los usuarios, aunque su conocimiento técnico sea mínimo, pues el ciberespacio le brindará datos y contenidos de su interés.

Ante las posibilidades del usuario en el Ciberespacio y ante las discusiones sobre si éste juega un papel aglutinador, diversificador,

utópico o distópico, debemos comentar que la utopía en el ciberespacio tiene varias lecturas, donde es posible que se haga una jerarquía de culturas, Bermúdez y Martínez, comentan que:

> La utopía dentro de las visiones aglutinadoras del Ciberespacio tiene una doble lectura: como imposición de una determinada cultura que hallaría su culminación o, por el contrario, la utopía como proyecto de alter-globalización, que no tiene por qué implicar una tendencia totalizadora, sino universalizadora. (Guillén Antonio y Navío Julio, P. 55)

Por lo dicho, el Ciberespacio puede funcionar como globalizador de la pluralidad, la cual sería una función aglutinadora positiva.

Como se comentó anteriormente la utopía es la exploración cultural de lo posible más allá de lo actual, pero este concepto al igual que el de cultura, es descrito por varios autores, pero se concuerda con que éste remite a un sentir de futuro imaginario donde las fuerzas hegemónicas son eliminadas.

En el libro *La Génesis del Ciberespacio* se plantea un cuestionamiento acerca de la utopía y de la alter-globalización y se hace el cuestionamiento sobre cómo conjugar la utopía, que siempre se constituye como el horizonte único de un progreso social caracterizada precisamente por la apertura, la pluralidad y la diseminación de identidades a lo que se responde que:

> Para superar esta contradicción debemos ir a la concepción misma de progreso, que ya no es entendida como una línea unívoca, sino multivectorial, integradora, capaz de asumir

> simultaneidades múltiples y fragmentadas. (Guillén Asencio y Navío Julio, P. 56)

Esta cita comenta que el progreso no existe en de manera lineal ni finalista, sino que es integradora y plural, donde conviven particularidades en un centro común integrador, el cual ahora puede ser bien representado por el ciberespacio y sus plataformas horizontales.

Surge una comparación entre el ciberespacio y una sociedad abierta, pues se rechaza el historicismo mecanicista que anula la capacidad crítica del individuo y evita ideologías cerradas y deterministas que hacen unívoca la evolución de la historia. (Guillén Asencio y Navío Julio, P. 110)

La sociedad abierta toma al individuo crítico que no sólo elige racionalmente dentro de las normas impuestas, sino que es capaz de escoger y jerarquizar contenidos e información según sus intereses, además de descartar normas en función de su razonabilidad.

Se presume que el ciberespacio al ser el ente opuesto a los medios de comunicación masiva como la televisión, el radio y los medios impresos, funge como un lugar libre de restricción y censura. Entonces ¿cabe hoy día interpretar el Ciberespacio como lo opuesto, es decir, como un foro que frente a la seducción sin límites y anestésica de la televisión propone un florecimiento del individualismo crítico y racional? (Guillén Asencio y Navío Julio, P. 110)

La respuesta a esta pregunta tiene múltiples respuestas, según la trinchera de donde se hable, para los que celebran el ciberespacio como integrador de ideologías que conviven en un espacio en común

comentarán que sí, pues la libertad para viajar en línea y formarse una opinión gracias a sus descubrimientos, describiría la materialización de ese individuo libre que nació en tiempo de la ilustración.

Los contenidos en Web juegan un papel importante en las características propias del ciberespacio, pues a pesar de ser descrito como la proyección de una sociedad abierta, también debe considerarse qué causan estos contenidos en los actores sociales, y si realmente los contenidos del ciberespacio están ayudando a estos actores a formar opiniones gracias a descubrimientos en Web o si está sirviendo como generador de presentismo a través del entretenimiento.

Después de las postulaciones teóricas de este segundo capítulo podemos dar puntualmente los hallazgos descubiertos y las pautas conceptuales que utilizan en esta investigación:

1. El contenido activista o utópicos serán aquellos que implícitamente o explícitamente llamen a la acción, que informen sobre temas de gobierno, organizaciones y Estado, medio ambiente, contingencia, aprendizaje, movimientos sociales, propuestas sociales y manifestaciones.
2. El contenido presentista o distópico será aquel que sea sólo de entretenimiento o que esté causado, por agentes de consumo y productores de bienes y servicios, que a través de los contenidos en Web pueden viralizar un modo de vida.
3. El ciberespacio proporciona múltiples acciones, posibilita la fácil unión de actores sociales que comportan ideales y la suma a una comunidad más grande, donde se comparten contenidos y agendas de acción.

Preliminares

En este segundo capítulo se buscó responder a la pregunta de investigación sobre: ¿cuáles son las características del presentismo y activismo social que se vinculan con la utopía y distopía? Se confirmó la hipótesis que el presentismo es la creencia de que sólo se vive en el presente; y es propiciado por el entretenimiento banal y obsoleto; y que se vincula con distopía, porque imposibilita al actor social a pensar en el futuro y en realización de utopías. Mientras que el activismo es una estrategia para lograr la participación en los cambios sociales y el desarrollo, que también puede propiciarse por el contenido en redes.

Esta hipótesis se afirmó durante este capítulo, con base en postulaciones teóricas de Zygmunt Bauman y García Canclini, se ratificó que las tecnologías y más concretamente el contenido en redes, convierten al actor social en un contendor de información, pues múltiples redes le proporcionan contenido en distintos formatos.

De la misma manera se cuestionó las capacidades del ciberespacio como aglutinador y diversificador y se concluyó que: aunque el ciberespacio es visto como un ente opuesto a los medios de comunicación masiva, pues funge como un lugar libre de restricción y censura, no considera si realmente los contenidos del ciberespacio están ayudando a los actores a formar opiniones gracias a descubrimientos en Web o si está sirviendo como generador de presentismo a través del entretenimiento.

Capítulo 3

Presentismo y activismo en contenidos en Web: formatos y características

El objetivo de este tercer capítulo es analizar una muestra de contenidos subidos por usuarios al sitio Web de Reddit, para diagnosticar su relación con el activismo y el presentismo según la temática de éstos. Se analiza la muestra de contenidos con base en su formato y en la cantidad de votos.

La pregunta de investigación cuestiona ¿cuáles son las características de los contenidos presentistas y activistas? Y se propone una hipótesis que indica que los contenidos definidos como presentistas, son audiovisuales, cortos y de temas sobre entretenimiento y farándula, mientras que los contenidos activistas son textos escritos, aun cuando éstos no tienen la misma cantidad de audiencia.

Para validar esta hipótesis, se hace un análisis de contenido que diagnostique las características de los textos presentistas y activistas, después se hace una interpretación con base en los resultados preliminares de los capítulos anteriores.

3.1 Técnica de estudio

Para validar la hipótesis de este trabajo de investigación se hace un análisis de contenido de textos subidos al sitio Web de Reddit. Al respecto, Raúl Martín Martín autor del trabajo *Estadística y Metodología de Investigación* comenta que es el estudio detallado de una muestra preestablecida, con el objetivo de reconocer las características y fundamentos de uno o más elementos contenidos en texto. Martín comenta que:

> El análisis de contenido se observa como una técnica de investigación que tiene como meta la descripción sistemática y cuantitativa de los textos más y menos populares en la plataforma digital elegida previamente. (Análisis de contenido, P. 2)

Este análisis toma interés por las características del contenido y se ocupa en tomar inferencias válidas a partir de los temas de los textos, con respecto a los productores del contenido y su interacción con los usuarios. El análisis de contenido que aquí se trabaja, busca convertir los fenómenos aislados (el presentismo y activismo relacionados con la utopía y distopía) en datos, para buscar constantes que den más claridad sobre los contenidos en Internet.

Dicho de esta manera, se quiere que los datos obtenidos sean objetivos, susceptibles de medición, significativos y generalizables. Para determinar que los resultados sean objetivos se hace una especificación explícita de variables y se determina las dimensiones de las categorías que se encuentran dentro de éstas. Posteriormente en el análisis de contenido se explican las categorías que se van a utilizar en cada variable. Es de importancia que los temas cuantitativos tengan la

especificación clara de las medidas, además de la existencia de relaciones entre las variables. Si bien en esta investigación, esta técnica de estudio debe adaptarse al contenido cualitativo que se trata de analizar. Este tratamiento será la tabulación de las muestras categorizadas.

Concretamente, el análisis de contenido es la técnica de estudio que se utiliza para convertir fenómenos simbólicos en datos que deben ser objetivos y reproducibles.

3.2 Metodología

Para iniciar el análisis previamente descrito se elige una muestra de contenidos en el sitio Web de Reddit. Esta consiste en tomar el contenido más popular, todos los domingos a las 8:00 pm, durante cuatro semanas a partir del primero de julio del 2018 hasta el 22 del mismo mes.

Se predefinió, como se explicó en el capítulo primero, que la muestra se recolectó del sitio Web de Reddit porque éste es un sitio que se usa de referente para otras redes sociales; asimismo esta red es la encargada de popularizar contenidos que después conseguirán la viralidad a través de otras redes sociales. Cabe decir que el sitio Web de Reddit es una plataforma que recibe contenidos cada hora y que cambia su *feed* (pestañas de contenidos), en tiempo real. Por ello se establece que el contenido se eligiera en un horario aleatorio.



Imagen 3.1: Captura de pantalla del *Home* de Reddit 15/09/18

Debemos aclarar que no se tomó la pestaña de contenidos "mejores", donde se encuentran los contenidos con mayor puntuación, porque en la pestaña de "populares" se encuentran los contenidos que se han hecho populares por tener votos positivos y negativos, no sólo positivos.

Para analizar estos contenidos en la plataforma, se realiza una matriz de contenido, donde se explica cuáles son los conceptos que explicitarán el *corpus* de la investigación.

3.3 Matriz de análisis

Para fines de esta investigación se propuso una matriz de análisis con un sistema de categorías que determinó el proceso para obtener la muestra a analizar. A continuación, se presenta la Matriz:

Concepto	Definición	Variable	Indicador	Ítem
Presentismo (generador de distopías)	Corriente que afirma que el pasado y el futuro no forman parte de la realidad, ya que lo único que existe es el presente.	V1. Temas de espectáculo, trivialidades. V2. Formatos de contenidos presentistas o distópicos V3. Cantidad de votos	I1. Se definirá como tema de espectáculo, los contenidos de: farándula y chismes televisivos. Los contenidos triviales serán los contenidos que: de comedia o risa como memes. I2. Cantidad Contenidos en post, video o imágenes vinculados con acciones presentistas. I3. Contenidos más votados	I1 Los contenidos de farándula y chismes serán aquellos que ventilen la vida privada de personajes públicos. Los contenidos "memes", serán aquellos que tengan una frase irónica, sarcástica o graciosa junto con una imagen de acuerdo al texto. I3 El rango de votos se definirá como: Alto: mayor a 100,000 votos. Bajo: menor a 100,000 votos.

Activismo (generador de utopías)	Actitud o comportamiento de las personas que participan en movimientos, especialmente de tipo político o social.	V1. Temas de política, medio ambiente, cultura, movimientos sociales. V2. Formatos de contenidos activistas o utópicos. V3. Cantidad de votos	A1. Se definió como tema cultural como político, todo aquel que toque temas de gobierno, organizaciones y Estado. Se definió como tema de medio ambiente a todo aquel que toque temas de: contingencia ambiental, flora, fauna y ecosistemas. Se definió como tema de cultura a los contenidos de: aprendizaje y conocimiento. Se definió como tema de movimientos sociales a los contenidos de propuestas sociales y manifestaciones. A2. Contenidos en post, video o imágenes vinculados con acciones presentistas. A3. Contenidos más votados	I1 Los contenidos definidos como temas políticos serán: reformas, diplomacia internacional, comercio nacional e internacional, población, impuestos, aranceles. Los contenidos sobre medio ambiente serán: contaminación, basura, animales, plantas. Los contenidos de educación serán: reformas educativas, nuevos programas para niños, libros de texto. I3 El rango de votos se definirá como: Alto: mayor a 100,000 votos Bajo: menor a

100,000.

Tabla 3.1 Diana Castillo (11/05/18)

El sistema de categorías de esta matriz determina el grado de profundidad con el que se aborda cada variable. En el caso de esta investigación se propuso una definición del concepto de activismo y presentismo basada en las conclusiones de los capítulos anteriores y posteriormente se relacionó con temas, formatos y cantidad de votos.

Cada contenido se entendió como una unidad de análisis y se clasificó según su tema, su formato técnico y su popularidad (previamente definida por votos). Los criterios a considerar son: la definición de presentismo que posteriormente se relaciona con temas de espectáculo, farándula, chismes y comedias; y la definición de activismo que a su vez se relaciona con temas de política, medio ambiente, educación y movimientos sociales. Evidentemente también se hace una definición de los subtemas como: espectáculo, farándula, política, medio ambiente.

Una vez realizado el estudio de la muestra por esta herramienta, se presenta los resultados de los contenidos categorizados. Se registran los contenidos y se clasifican según sus temas como contenido activista o presentista. De la misma manera se describen los formatos de contenido, su duración y la cantidad de interacciones definidas en votos. En el caso de los votos, como se definió que el rango de votos se definiría como alto o bajo después de 100,000, se utilizará la abreviatura “K” para referirnos a la cantidad de 1,000, para facilitar su lectura.

3.4 Muestra obtenida

La recolección de contenidos comenzó el domingo primero de julio y finalizó el domingo 22 del mismo mes. Se obtuvieron ocho contenidos en distintos formatos y con distinta cantidad de votos; a continuación, se presenta la muestra obtenida con datos sobre tema, categoría, formato, duración, interacciones y observaciones:

Fecha: 01/07/18

Contenidos 1



"I am working on ways to ban half of the sub, that is, if you guys really want to. Get this to 60K(aka half the sub) upvotes that way I know this is what you all want."

Contenido popular

Tema: meme

Categoría: Presentismo

Formato: Imagen

Duración: 0 min

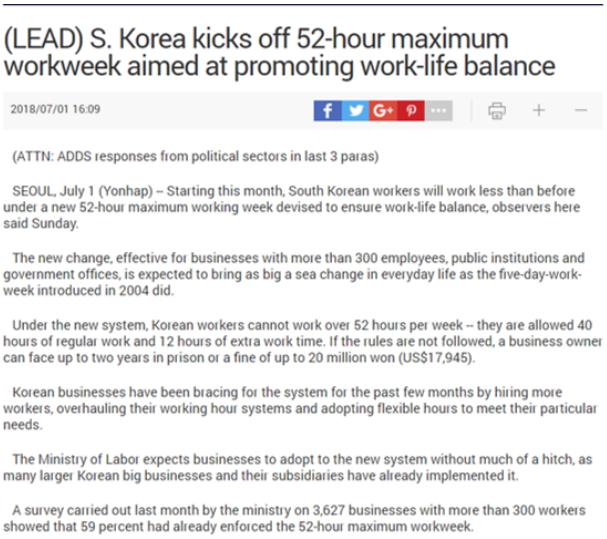
Interacciones: 180K votos (alto)

Observaciones: en este contenido un usuario de Reddit pregunta a sus suscriptores si están de acuerdo con eliminar a la mitad de sus seguidores, haciendo referencia a la película de Avengers donde el villano pretende eliminar a la mitad de la población para resguardar la

paz.

Tabla 3.2 Diana Castillo (10/07/18)

Contenido 2



(LEAD) S. Korea kicks off 52-hour maximum workweek aimed at promoting work-life balance

2018/07/01 16:09

(ATTN: ADDS responses from political sectors in last 3 paras)

SEOUL, July 1 (Yonhap) -- Starting this month, South Korean workers will work less than before under a new 52-hour maximum working week devised to ensure work-life balance, observers here said Sunday.

The new change, effective for businesses with more than 300 employees, public institutions and government offices, is expected to bring as big a sea change in everyday life as the five-day-work-week introduced in 2004 did.

Under the new system, Korean workers cannot work over 52 hours per week -- they are allowed 40 hours of regular work and 12 hours of extra work time. If the rules are not followed, a business owner can face up to two years in prison or a fine of up to 20 million won (US$17,945).

Korean businesses have been bracing for the system for the past few months by hiring more workers, overhauling their working hour systems and adopting flexible hours to meet their particular needs.

The Ministry of Labor expects businesses to adopt to the new system without much of a hitch, as many larger Korean big businesses and their subsidiaries have already implemented it.

A survey carried out last month by the ministry on 3,627 businesses with more than 300 workers showed that 59 percent had already enforced the 52-hour maximum workweek.

Contenido menos popular

Tema: Horas laborales en Corea del sur

Categoría: Activismo

Formato: Nota informativa

Duración: menor a un minuto de lectura

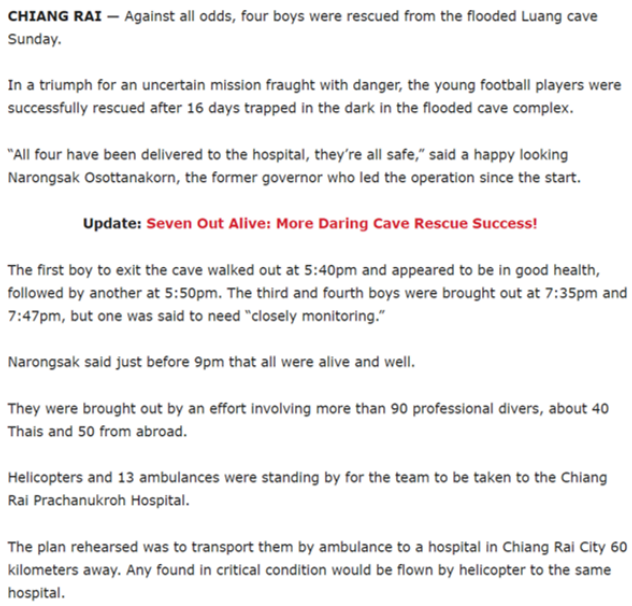
Interacciones: 1000 votos (bajo)

Observaciones: A pesar de que este contenido es en formato de nota informativa, la cantidad de párrafos a leer es mínima, pues son sólo seis, equivalente a menos de minuto de lectura.

Tabla 3.3 Diana Castillo (10/07/18)

Fecha: 08/07/18

Contenido 1



CHIANG RAI — Against all odds, four boys were rescued from the flooded Luang cave Sunday.

In a triumph for an uncertain mission fraught with danger, the young football players were successfully rescued after 16 days trapped in the dark in the flooded cave complex.

"All four have been delivered to the hospital, they're all safe," said a happy looking Narongsak Osottanakorn, the former governor who led the operation since the start.

Update: Seven Out Alive: More Daring Cave Rescue Success!

The first boy to exit the cave walked out at 5:40pm and appeared to be in good health, followed by another at 5:50pm. The third and fourth boys were brought out at 7:35pm and 7:47pm, but one was said to need "closely monitoring."

Narongsak said just before 9pm that all were alive and well.

They were brought out by an effort involving more than 90 professional divers, about 40 Thais and 50 from abroad.

Helicopters and 13 ambulances were standing by for the team to be taken to the Chiang Rai Prachanukroh Hospital.

The plan rehearsed was to transport them by ambulance to a hospital in Chiang Rai City 60 kilometers away. Any found in critical condition would be flown by helicopter to the same hospital.

Contenido popular

Tema: Niños rescatados de una cueva

Categoría: Activismo

Formato: Nota informativa

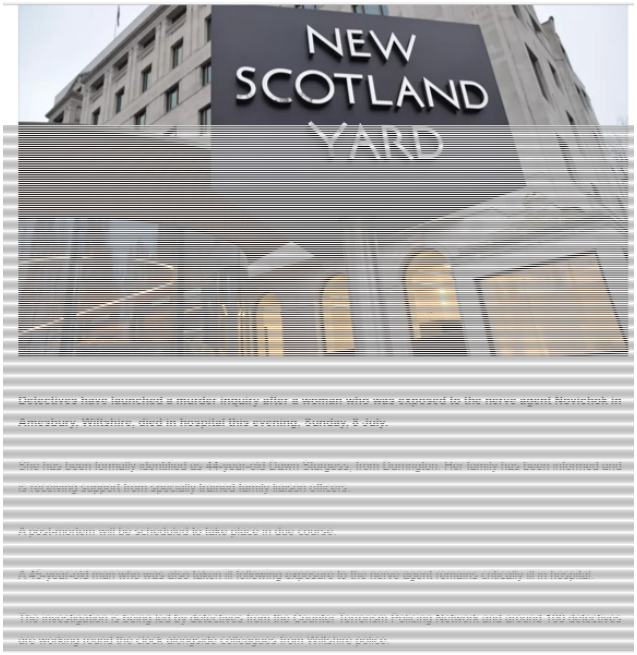
Duración: 2 minutos de lectura

Interacciones: 68.3k (bajo) votos

Sin observaciones

Tabla 3.4 Diana Castillo (11/07/18)

Contenido 2



Contenido menos popular

Tema: Mujer muere después de la exposición a un agente nervioso en Amesbury

Categoría: Activismo

Formato: Nota informativa

Duración: 2 minutos de lectura

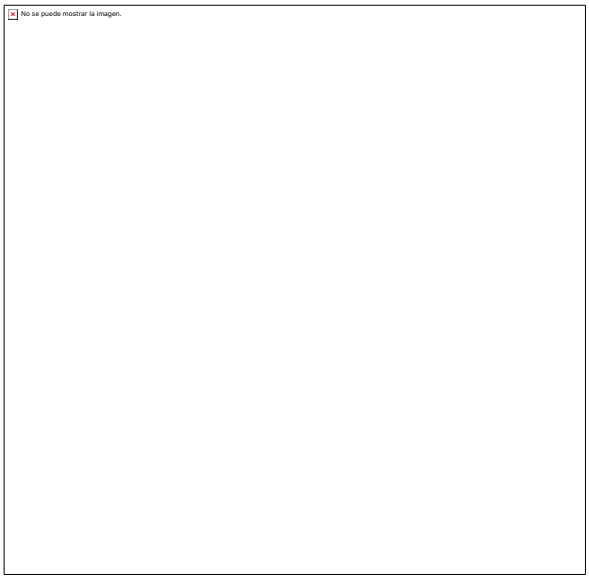
Interacciones: 17.0k votos (bajo)

Sin observaciones

Tabla 3.5 Diana Castillo (11/07/18)

Fecha: 15/07/18

Contenido 1



Contenido popular

Tema: Hombre atrapa balón de fútbol desde larga distancia

Categoría: Presentismo

Formato: video

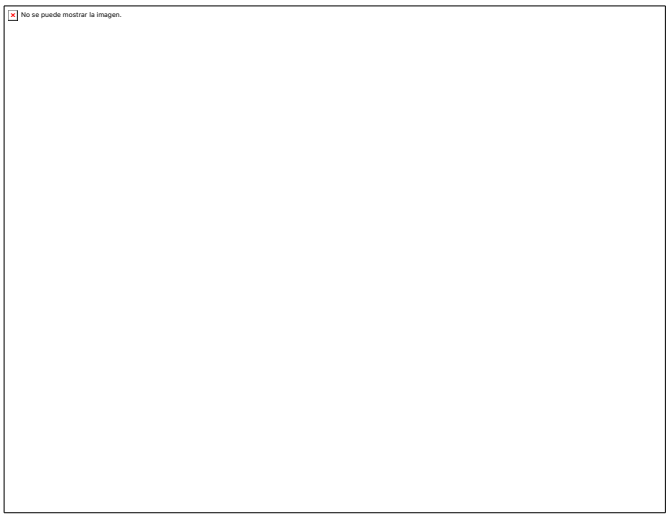
Duración: 10 segundos

Interacciones: 111k votos (alto)

Observaciones: el video no tiene ningún tipo de producción y objetivo, es un video que se presume está grabado desde un celular sólo para evidenciar un hecho.

Tabla 3.6 Diana Castillo (13/07/18)

Contenido 2



Contenido menos popular

Tema: Trump niega versión del medio the “sun” sobre sus críticas a Theresa May

Categoría: Activismo

Formato: Nota informativa

Duración: 1 minuto

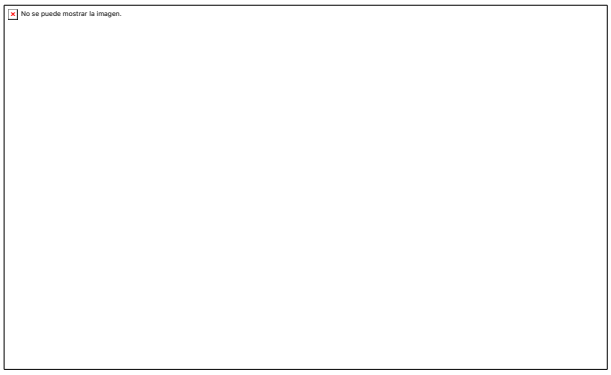
Interacciones: 67.9k (bajo)

Observaciones: a modo de aclaración, la captura de pantalla que ilustra este contenido exhibe sólo la cabeza de la nota y una imagen destacada. Esto sólo por fines de espacio en la tabla de esta investigación.

Tabla 3.7 Diana Castillo (13/07/18)

Fecha: 22/07/18

Contenido 1



Contenido más popular

Tema: Proceso en el que hacen una mesa

Categoría: Presentismo

Formato: Video

Duración: 13 segundos

Interacciones: 100k (alto)

Sin observaciones

Tabla 3.8 Diana Castillo (15/07/18)

Contenido 2

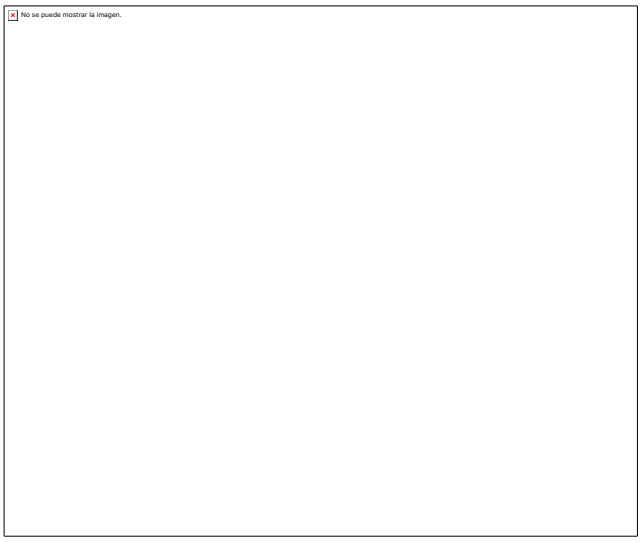
	Contenido menos popular Tema: Trump "fanfarronea" que Putin interfirió Categoría: Activismo Formato: Nota con video Duración: 1 minuto de lectura Interacciones: 60.4 k (bajo) Sin observaciones

Tabla 3.9 Diana Castillo (15/07/18)

3.5 Análisis

Con los contenidos elegidos, se realiza un análisis (que se puede encontrar en la parte de anexos), cuyo fin fue determinar las diferencias y los formatos de los contenidos más y menos populares.

De los 8 contenidos estudiados, tres fueron presentistas o distópicos y cinco fueron activistas o utópicos. También estos contenidos son identificados como: cinco son en formato de nota informativa y tres en imagen y video.

Según las variables de la matriz anterior, se predefinió que los contenidos activistas serían todos aquellos que tocaran temas sobre noticias políticas, medio ambiente, educación y movimientos sociales. Y que los contenidos presentistas serían todos aquellos que tocaran temas sobre farándula, chismes, comedia o memes.

El primer contenido obtenido el primero de julio del 2018 se definió como presentista porque en esta muestra un usuario de Reddit muestra una imagen y hace un "meme" y pregunta a sus suscriptores si están de acuerdo con eliminar a la mitad de sus seguidores, haciendo referencia a la película de Avengers, donde el villano pretende eliminar a la mitad de la población para resguardar la paz. Este contenido fue el de menor duración, pues lleva menos de un minuto en leerlo y contó con 180 mil votos.

El segundo contenido de la misma fecha se determinó como activista porque toca temas políticos al hablar de organizaciones, gobierno y Estado. En esta segunda muestra se habla sobre la cantidad de horas laborales en Corea del Sur y describe que con el objetivo de conseguir una vida más balanceada entre trabajo y vida personal las horas máximas de trabajo en una semana será de 52 horas. Este contenido tuvo una duración de 1 minuto de lectura y 15 mil votos.

El primer contenido del 8 de julio es activista porque habla sobre cómo niños fueron rescatados por un grupo de rescatistas, y se menciona el papel que jugaron las instituciones públicas. En esta tercera muestra se observa que fue uno de los contenidos más populares con 68.3 mil votos, con una duración de 2 minutos de lectura.

El segundo de la misma fecha el 8 julio se describe como activista porque se describe que se inició una investigación por parte de organizaciones estatales por el asesinato de una mujer, que fue expuesta intencionalmente a un agente nervioso. Ese contenido tuvo una duración de 2 minutos de lectura y contó con 17 mil votos.

El primer contenido del 15 de julio se determinó como presentista porque es un video considerado como trivial al evidenciar qué tan hábil es una persona para lanzar un balón de futbol. Este contenido tuvo una duración de sólo 10 segundos y un alcance en votos de 111 mil.

El segundo de esta misma fecha se describe como activista porque se evidencia: cómo el actual presidente de los Estados Unidos, Donald Trump, niega versiones de los medios que afirman que hubo críticas de su parte hacia la Primer Ministro del Reino Unido, Theresa May. Este contenido tuvo una duración de un minuto de lectura y 67.9 mil interacciones en votos.

El primer contenido del 22 de julio es presentista porque es un video considero como trivial al mostrar el proceso de realización de una mesa. Este contenido tuvo una duración de 13 segundos y 182 mil interacciones en votos.

El último contenido de la misma fecha se definió como activista porque describe cómo Trump evidencia su poco interés al admitir que el presidente de Rusia sí intercedió en las elecciones presidenciales de los Estados Unidos. Este contenido tuvo una duración de un minuto de lectura y de 60.4 mil interacciones en votos.

RESULTADOS

A continuación, se tabulan los datos obtenidos a través de la muestra, con la diferencia entre la cantidad de votos de los contenidos presentistas y los activistas, su duración, formato y votos.

Contenido	Formato	Duración	Votos
01/07/18 Contenido 1	Imagen	0 min	180 k
15/07/18 Contenido 1	Video	10 segundos	110 k
22/07/18 Contenido 1	Video	13 segundos	182 k
	Media	**7.66 segundos**	**157.3 k**

Tabla 3.11 Tabla con datos cuantitativos presentistas. Diana Castillo (01/08/18)

Contenido	Formato	Duración	Votos
01/07/18 Contenido 2	Nota	1 minuto	15 k
08/07/18 Contenido 1	Nota	2 minutos	68.3 k
08/07/18 Contenido 2	Nota	2 minutos	17 k
15/07/18 Contenido 2	Nota	1 minutos	67.9 k
22/07/18 Contenido 2	Nota	1 minutos	60.4 k
	Media	**1.4 minutos**	**45.72 k**

Tabla 3.12 Datos cuantitativos activistas. Diana Castillo (01/08/18)

En el caso de los cinco contenidos utópicos o activistas, hay que evidenciar que todos son en formato de nota informativa y que la cantidad de estos, fue mayor a los contenidos presentistas, aunque aun de esta manera no consiguen la misma cantidad de votos. Estos

contenidos activistas fueron cinco (dos más que los contenidos presentistas), lograron una media de 45.72 k votos, una cifra mucho menor a la media de los votos de los contenidos distópicos. Cabe evidenciar que según la muestra obtenida hay más creativos redactores que creativos videastas.

En cuanto a los contenidos presentistas o distópicos que anteriormente definimos con las temáticas de: trivialidades, comedia y farándula son los que tienen mayor cantidad de votos. Pero en el caso particular de nuestra muestra obtuvimos que los contenidos son de temas de comedia o triviales y que no hubo ninguno con la temática de farándula. Mientras que, en el caso de los contenidos activistas, las temáticas que no se hicieron presentes fueron de: cultura, medio ambiente y movimientos sociales.

Los contenidos presentistas son los que tuvieron mayor cantidad de votos, pues la media de los tres contenidos hizo un total de 7.66 segundos de duración de lectura y 157.3 k votos. Ante esto, podemos evidenciar las diferencias notables entre los contenidos en Web con los contenidos difundidos en los medios de comunicación masiva como la televisión, que aún apuestan por contenidos de farándula y chisme.

En relación con los formatos de los contenidos son muy claros, pues todos los contenidos activistas son en formato de nota informativa de dos minutos de lectura o menos, mientras que los formatos de los contenidos presentistas son en video y en imagen. Los resultados obtenidos a través de esta plataforma fueron evidentes al mostrar que los contenidos (que para esta investigación), se definieron como presentistas, son los que consiguen mayor cantidad de votos.

Si recordamos nuestra matriz de análisis, los contenidos con más de 100,000 votos estarían en el rango de alto y los menores a 100,000 en un rango bajo. En el caso de los resultados obtenidos, en los contenidos activistas, ninguna fue de rango alto, pues todos estuvieron por debajo de los 100,000 votos. Mientras que todos los contenidos presentistas superaron esta cantidad de votos.

3.6 Diagnóstico (explicación de resultados)

Ante estos resultados podemos ofrecer el siguiente diagnóstico: si recordamos nuestro primer capítulo acerca de los formatos de contenidos en Web, ahí se identificó que los contenidos en formato visual y audiovisual, son los contenidos con mayor popularidad por su inmediatez. No es necesario que el usuario lea una nota, para comprender un tema y porque son muy fácil de compartir. Igualmente, los contenidos audiovisuales son regularmente los más propensos a viralizarse en la Web, pues este formato posibilita a anunciantes y a usuarios, atraparlos sobre un tema o un hecho. Se comentó que los contenidos podían estar en formato de nota, infografía, galerías, materiales audiovisuales y Podcast, y que en estos formatos se encontraba la clave de su posible popularidad.

Con base en los resultados obtenidos, podemos señalar que los formatos sí son de suma importancia en el momento de la votación, pues se evidenció que los formatos de mayor inmediatez tienen mayor cantidad de votos. Asimismo, debemos recalcar la ausencia de algunos formatos como: infografías, galerías de fotos y Podcast.

Ahora, podemos vislumbrar que los contenidos exhibidos son contenidos presentistas y activistas, pero con marcadas diferencias de votos, pues los presentistas superan por mucho la media de votos de los contenidos activistas. Así se puede decir que los contenidos con mayor cantidad de votos son aquellos que tienen el objetivo de entretener y no de informar. Pues los contenidos definidos como presentistas a pesar de ser menos que los contenidos activistas, doblaron su cantidad de votos.

Si bien con los resultados de esta investigación podemos visualizar cómo funciona el ciberespacio. Podemos decir que sí funciona como aglutinador (hacia lo mismo), pero también como diversificador (hacia lo diverso). Aunque según la muestra obtenida se deja claro que hay una inclinación por los usuarios a consumir contenido presentista, pues, la diferencia de votos es evidente.

Preliminares

Durante este capítulo se buscó contestar la pregunta sobre: ¿cuáles son las características de los contenidos presentistas y activistas? En donde la hipótesis postulaba que los contenidos definidos como presentistas, son audiovisuales y cortos, mientras que los contenidos activistas son textos escritos, aun cuando estos no tienen la misma cantidad de audiencia.

Esta hipótesis se rebasó pues se pudo conseguir mayor información sobre la descripción de las características de los contenidos presentistas y activistas, como la media de duración y de cantidad de votos. De la misma manera se evidenció que los contenidos activistas sí se hacen presentes en la muestra, pero con un número menor de votos.

Conclusiones generales

Duranta la investigación se alcanzaron distintas metas, estas consistieron en:

1. Dar contexto previo sobre redes sociales e Internet, para tener los conocimientos necesarios y entender por qué se eligió a Reddit como objeto empírico.
2. Explicar los formatos de contenido y su modo viralización a través de las redes y del buscador de Google, para entender las características principales de las redes sociales y de sus posibilidades.
3. Dar sustento teórico sobre los conceptos de presentismo y activismo para alinearlo con los contenidos Web.
4. Realización de una matriz de análisis que nos permitiera la obtención de una muestra de contenido a estudiar.
5. Explicar la práctica de usuarios definidos como presentistas y activistas.
6. Rebasar la hipótesis de investigación durante esta tesis.

Esta investigación planteó el objetivo general de identificar los contenidos con más votos durante un periodo definido en el sitio Web de Reddit, para determinar sus características técnicas y temáticas con base en la noción de activismo y presentismo. Este objetivo se cumplió, pues se pudo determinar las características técnicas; además se abrieron muchas posibilidades de investigación.

También se buscó responder a la pregunta general sobre: ¿cuáles son las características de los contenidos presentistas y activistas? Y se propuso una hipótesis que indicaba que el contenido presentista se manifiesta a partir de textos –videos, imágenes, *gifs* y artículos- que tocan temas de entretenimiento; por el contrario, en los contenidos activistas, aunque se expresan en los mismos tipos de textos, se evidencian temas de importancia actual, como política y *worldnews.*

La hipótesis se rebasó, ya que se afirmó que los contenidos presentistas sí son en formatos audiovisuales. Pero, además, se pudo definir una media de tiempo menor a un minuto; mientras que los contenidos activistas tienen un tiempo de lectura no mayor a dos minutos. También se evidenció que, aunque sí hay contenidos activistas, su tiempo de lectura es mínimo, pues un usuario permanece en una nota apenas dos minutos.

La muestra dio cinco contenidos activistas que trataban temas sobre: Trump, la muerte de una mujer ante agentes contaminantes desconocidos, niños rescatados de una cueva y nuevos horarios para trabajadores de Corea. Estos temas fueron los contenidos activistas con mayor cantidad de votos, los cuales se alinean con los temas de: política y w*ordnews*; mientras que los contenidos presentistas trataban de: una película, el proceso de creación de una mesa y el momento en que un hombre ataja un balón a larga distancia.

En relación con la hipótesis planteada, sí hubo una manifestación de los contenidos presentistas y activistas, pero también se vislumbró que existen otros factores que resultaron durante la investigación, como la falta de formatos en tipo *gif* y la preferencia evidente de los usuarios por los contenidos presentistas.

El contenido presentista sobre temas de entretenimiento sí se evidenció, pero también se vislumbró que este contenido distópico se perfila en formado de imagen y de videos cortos. De la misma manera en el contenido activista pudimos observar que el único formato exhibido fue el de nota informativa.

Es de recalcar que los contenidos activistas sí están presentes en la mente de los votantes, pues, aunque la muestra determinó que sus votos eran mínimos, hubo más cantidad de contenidos activistas que presentistas.

Tesis obtenidas

Al realizar esta investigación de tres capítulos se obtuvieron las siguientes tesis:

1. Reddit es una red de contenidos de vanguardia, pues los usuarios suben contenidos originales que son votados y clasificados en pestañas y subtemas que posteriormente se replican en redes más populares.

2. El presentismo es la creencia de que sólo se vive en el presente; y es propiciado por el entretenimiento banal y obsoleto; y que se vincula con distopía, porque imposibilita al actor social a pensar en el futuro y en realización de utopías. Mientras que el activismo es una estrategia para lograr la participación en los cambios sociales y el desarrollo, que también puede propiciarse por el contenido en redes.

3. Con base al análisis de la muestra obtenida los contenidos definidos como presentistas, son audiovisuales, cortos y de temas sobre entretenimiento y farándula; mientras que los contenidos activistas son textos escritos.

Con estas tesis se evidenció la importancia de utilizar a Reddit como objeto empírico, pues se observó que esta plataforma es una especie de filtro para medir los contenidos populares. De esta manera usuarios de otras páginas, plataformas, sitios y redes toman los contenidos de este sitio y los replican. Asimismo, se evidenció que los tipos de formato de contenido tienen relevancia al valorar por qué un contenido se vuele viral.

También se ratificó que las tecnologías y más concretamente el contenido en redes, convierten al actor social en un contendor de información, pues múltiples redes le proporcionan contenido en distintos formatos. Se concluyó que el ciberespacio es visto como un ente opuesto a los medios de comunicación masiva, pues funge como un lugar libre de restricción y censura, pero que no considera si realmente los contenidos del ciberespacio están ayudando a los actores a formar opiniones gracias a descubrimientos en Web o si está sirviendo como generador de presentismo a través del entretenimiento.

Se mostró que los formatos técnicos sí son relevantes para los usuarios en red, y que los temas preferidos son presentistas o distópicos.

En la investigación hubo hallazgos relevantes, acerca de los textos en Web, el hallazgo más representativo de esta investigación revela que el contenido más consumido y más votado en Reddit es aquel que hable sobre temas triviales como comedia y que, por lo general, está formato

de imagen o video. También se debe reconocer como hallazgo, que el contenido activista si está presente, pero su visibilidad es mucho menor a los contenidos en formato de video y de temas distópicos.

Se descubrió que las redes sociales son cada vez más populares, pues las estadísticas indican que los usuarios activos se incrementan mensualmente y que el idioma que predomina en los contenidos es el Inglés. De la misma manera, se evidenció que el sitio Web de Reddit es un referente para los productores de contenido y su audiencia son hombres de habla inglesa. Esto significa que quienes definen qué contenidos se viralizan son varones de Estados Unidos. Otro hallazgo es que los formatos de contenido son de considerarse, pues en ellos se encuentran puntos clave de la posible popularidad de éstos. Aunque también se toman en cuenta los contenidos en sí mismos, en si son contenidos de interés para la comunidad.

Se evidenció con base en las investigaciones que las tecnologías de la información y la comunicación han jugado un papel importante en el desarrollo y estancamiento del presentismo, al aseguran la conectividad del individuo en todo momento, pues convierten al actor social en un contendor de información, ya que múltiples redes posibilitan al usuario de perfiles donde les es posible almacenar fotos, artículos, videos y *gifs*. De la misma manera se confirmó que los usuarios responden a estímulos generados por contenidos que son bombardeados diariamente por medios de comunicación.

Se identificó que el presentismo y el activismo se hace presente en los contenidos cotidianos, en el caso de los contenidos activistas, que propician la disminución del hiperpresentismo, es cuando éstos se utilizan como medio para la identificación con otros usuarios; como

indica Castells sobre la teoría de la inteligencia afectiva, el miedo disminuye cuando el actor se identifica con otros, por ello si un actor social consume contenidos presentistas estará en contacto con otros usuarios consumidores de los mismos contenidos, al verse en contacto estos usuarios expresarán su inconformidad ante algún hecho a través de redes sociales y se darán cuenta, que su desconcierto no es el único, de esta manera el miedo (el represor), disminuirá y se acrecentará la ira.

Esta investigación abre distintos temas de estudio, entre ellos: el comportamiento de las redes sociales ante el aumento de usuarios activos. Este tema llevaría a postulados que hablen sobre el consumo, las marcas, los anuncios y reacciones de los usuarios en Web. Esta línea aclararía el camino del posible rumbo de los consumidores de contenido.

Otro tema a considerar es el estudio de los comentarios realizados en el contenido expuesto en las distintas plataformas Web, pues de esta manera se podría analizar cómo son recibidos algunos textos y por qué algunos llaman a la acción y otros son sólo de entretenimiento.

Un tema más es la creación de redes sociales horizontales y verticales para la posible construcción de una agenda pública de movilización social a través de peticiones, como lo es la plataforma Change.org.

Durante esta investigación se llegó al postulado de que los formatos técnicos de los contenidos sí son relevantes para los usuarios, en este caso, un tema que podría desprenderse es: cómo funcionaría un contenido con temática activista, pero en formato de video o de imagen. Pues quizá de esta manera los contenidos activistas conseguirían la viralidad a la par de los contenidos presentistas.

Asimismo, nos podemos preguntar si la razón de que las televisoras actuales estén en decadencia, es porque los temas de farándula no son de interés para los consumidores de contenido.

Para concluir se debe decir que esta investigación se basó en un contexto donde el Internet y sus contenidos son cada vez más relevantes en la vida cotidiana de los usuarios, de los creativos, de los consumidores y de los comerciantes, y que es por este motivo que no se debe pasar por alto los temas y los formatos que viralizan ciertas situaciones.

De la misma manera se recalca que de esta investigación se pueden desprenden muchas otras sobre contenido en Web, Internet, formatos, internautas e incluso consecuencias a largo y corto plazo para los usuarios activos de las distintas redes sociales.

Anexos

Tabla de análisis de contenidos obtenidos del primero de julio del 2018 al 22 de julio del mismo año.

Fecha de Contenido	Tema	Presentismo /activismo	Formato	Duración	Interacciones (Votos)
01/07/18 Contenido popular	Meme	Presentismo	Imagen con encuesta	0 min	180k
01/07/18	Horas	Activismo	Nota	Menor a 1	15k

Contenido menos popular	laborales en Corea del sur			min de lectura	
08/07/18 Contenido popular	Niños rescatados de una cueva	Activismo	Nota	2 min de lectura	68.3k
08/07/18 Contenido menos popular	Mujer muere después de la exposición a un agente nervioso en Amesbury	Activismo	Nota	2 min de lectura	17.0k
15/07/18 Contenido popular	Hombre atrapa balón de fútbol desde larga distancia	Presentismo	Video	10 segundos	111k
15/07/18 Contenido menos popular	Trump niega versión del medio the “sun” sobre sus críticas a Theresa May	Activismo	Nota	1 minuto de lectura	67.9K
22/07/18 Contenido popular	Proceso en el que hacen una	Presentismo	Video	13 segundos	182K

	mesa				
22/07/18 Contenido menos popular	Trump "fanfarrone a" que Putin interfirió	Activismo	Nota	1 minuto de lectura	60.4K

Tabla 3.10 Tabla de contenidos, Diana Castillo (20/07/18)

Fuentes de consulta

1. Álvarez, Johanna "¿Quién dijo que matar moscas era aburrido? Una pistola de sal se populariza con gracioso comercial". El Nuevo Herald. Web. 04-01-18 <https://www.elnuevoherald.com/noticias/estados-unidos/article192967094.html>

2. Amazon.com Company. "The top 500 sites on the web". Alexa. 23-03-18. Web. Tiempo real. <https://www.alexa.com/topsites>

3. Asencio, Antonio. Navio Julio. *La Génesis del Ciberespacio.* Madrid. UNED, 2018. Impreso.

4. Apptiva. "¿Cómo funcionan los motores de búsqueda en Internet?". 23-02-18. Web. 22-07-18

<http://apptivaweb.com/seo/como-funcionan-los-motores-de-busqueda-en-internet >

5. Barciela, Patricia "En qué año se creó el Internet". *Prensa Escuela*. 18-12-13. Web. 16-07-18 <http://www.prensaescuela.es/actividades/alumnos/pregunta-a-un-cientifico/todas/13031-en-que-ano-se-creo-el-internet>

6. Bauman, Zygmunt. *La Cultura en la Modernidad Líquida.* Ciudad autónoma de Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica, 2011. Impreso.

7. Castells, Manuel. *Los Movimientos Sociales Urbanos.* Barcelona. Siglo Veintiuno Editores. 2000. Impreso.

8. Change.org. 2018. Web. 12-07-18 <https://www.change.org/about >

9. Definición. "Definición del Presentismo". 2015. Web. 16-07-18 <https://definicion.de/presentismo/>

10. Duggan Maeve y Smith Aaron. "6% of Online Adults are Reddit users". 03-07-13. Web. 10-08-18. <http://www.pewinternet.org/2013/07/03/6-of-online-adults-are-reddit-users/>

11. Estrategia Digital "13 Estudio sobre los Hábitos del Internet en México 2017". *Asociación del Internet.* 08-08-18. Web. 09-09-18. <https://www.asociaciondeinternet.mx/es/component/remository/Habitos-de-Internet/13-Estudio-sobre-los-Habitos-de->

12. Fisher, Mark. *Realismo Capitalista.* Buenos Aires. Caja Negra, 2017. Impreso

13. García, Néstor. *Diferentes, Desiguales y Desconectados*. Barcelona. Gedisa, 2005. Impreso.

14. García Jonathan. "Presentismo Laboral: causas y consecuencias de este fenómeno". Web. 05-09-18 <https://psicologiaymente.com/organizaciones/presentismo-laboral-trabajo-enfermo >

15. Gorgues, Vicente. "Internet y las redes sociales". 15-10-16. Web. 24-03-18 <https://www.levante-emv.com/opinion/2016/10/15/internet-redes-sociales/1479565.html >

16. Geertz, Clifford. *La Interpretación de las culturas*. Barcelona. Gedisa, 2003. Impreso.

17. Interactive Advertising Bureau. "Content Marketing". 2015. Web. 14-07-2019 <http://www.iabmexico.com/wp-content/uploads/2016/05/WPCONTENT2015.compressed.pdf>

18. Interactive Advertising Bureau. "Estudio de Audio Digital". 2018. Web. 12-07-2019 <https://www.iabmexico.com/wp-content/uploads/2018/03/IAB-Estudio-de-Audio-Digital-2017-Adult-Millennials-_-V-Prensa-2.pdf>

19. Interactive Advertising Bureau. "Seo: Optimización de Webs Para Buscadores". 2019. Web. 14-07-2019 <https://www.iabmexico.com/wp-content/uploads/2018/03/IAB-Estudio-de-Audio-Digital-2017-Adult-Millennials-_-V-Prensa-2.pdf>

20. Instagram. "Our Story". Web. 10-07-19 < https://instagram-press.com/our-story/>

21. Levy, Pierre. *Cibercultura*. Barcelona. Anthropos, 2007. Impreso.

22. LinkedIn, "About". Web. 14-07-19 <https://about.linkedin.com/es-es>

23. Lipovetsky, Gilles. *La Era del Vacío.* Barcelona. Anagrama, 2017. Impreso.

24. López Jair. "Por usuarios, Facebook sería China y México; Twitter, Estados Unidos". Web. 07-08-15 Web. 20-06-18 <http://www.elfinanciero.com.mx/tech/por-usuarios-facebook-seria-china-y-mexico-twitter-estados-unidos >

25. Merca 2.0. "Significado y un poco de historia sobre el término viral" 25-09-15. Web. 12-07-2019 <https://www.merca20.com/significado-y-un-poco-de-historia-sobre-el-termino-viral/>

26. Marketing 4 Ecomerce "Historia de Internet: cómo nació y cuál fue su evolución" 12-03-10. Web. 14-07-19 <https://marketing4ecommerce.net/historia-de-internet/>

27. Mejía Juan Carlos. "Formatos de contenido digital indispensables para tu estrategia de Marketing de Contenido" 09-11-18. Web. 14-07-18 <https://www.juancmejia.com/y-bloggers-invitados/formatos-de-contenido-indispensables-para-tu-estrategia-de-marketing-de-contenido-content-marketing/>

28. Pingdom. "Report: Social networks demographics in 2017". 10-05-17. Web. 15-06-18. <https://royal.pingdom.com/2017/05/10/social-media-in-2017/>

29. Pinterest, "What is Pinterest". Web. 14-07-19 <https://help.pinterest.com/en/guide/all-about-pinterest>

30. Reddit. "About". Web. 05-05-18 <https://www.redditinc.com/>

31. Statista. "Most Popular Facebook fan pages as of April 2018, base on numbers of fans". Web. 06-05-18 <https://www.statista.com/statistics/269304/international-brands-on-facebook-by-number-of-fans/>

32. Silva Arianna. "El contenido orgánico como herramienta del marketing". Web. 16-05-18 <http://www.posicionamiento-webs.com/contenido-organico-marketing-digital/>

33. Snap Chat. "SnapInc". Web. 14-07-19 <https://www.snap.com/es/>

34. Universia México. "El 60% del contenido en la web está sólo en 10 idiomas", 19-03-15. Web. 20-07-18. <http://noticias.universia.net.mx/cultura/noticia/2015/03/19/1121717/80-contenido-web-solo-10-idiomas.html>

35. We are social / Hootsuite. “Digital in 2017 Global Overview”. 24-01-17. Web. 23-03-18 <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>

36. Young Katie. “Social Media Captures Over 30% of Online Time”. 11-09-17. Web. 23-09-18. <https://blog.globalwebindex.com/chart-of-the-day/social-media-captures-30-of-online-time/>