

Internet al servicio del pueblo

Apresúrate y consigue tus 10 Mbytes de fama en tu mundo mundial

No es que esté mutando la idiosincrasia de la comunidad virtual, pero es que en la Web aparecen cada vez más personajes salidos de programas de televisión estilo *OT* o *Mira quién baila*. Algunos buscaron la atención del mundo y otros, por su oficio o condición (como aquellos que se convirtieron en reporteros en medio del conflicto bélico del Medio Oriente) se toparon con ella casi sin querer.



¿Qué contestarías ante las preguntas ¿amas a Laura lo suficientemente poco como para no tocarla?, ¿viste el corral que el Koala le hizo a su opá?, ¿pensante en atizarle con un bate de béisbol al pinche güey? Debido al auge de nuevas herramientas para la publicación de contenidos digitales, muchas personas han dejado de ser simples usuarios y se han convertido en verdaderas estrellas del ciberespacio.

La expresión «cultura popular» se refiere a la idea de que la cultura se desarrolla gracias a la creatividad de los ciudadanos comunes. En ese sentido, Internet ha permitido que las personas encuentren un canal eficaz para la difusión de sus mensajes... o simplemente sus payasadas.

La Web ha traspasado las fronteras geográficas e idiomáticas a fin de distribuir información que renueve las maneras de percibir el mundo y de participar en él. La pregunta tradicional de qué hace Internet por las personas revierte necesariamente en un nuevo planteamiento: ¿qué hacen las personas con Internet? Obviamente, la primera respuesta es comunicar.

Ahora la expresión popular, sea cual sea su naturaleza y contenido, se resiste activa-

mente a la producción tipo, delineada hasta no hace mucho por grupos mediáticos de toda la vida. A través de las nuevas herramientas web las personas intervienen directamente en la generación de sus contenidos, creando y fusionando expresiones populares de todos los niveles, hasta convertirlas súbitamente en figuras reconocidas por la enorme audiencia con que está poblada Internet. La calidad o credibilidad de los nuevos contenidos queda a merced de una lógica social que premia la creatividad y castiga el oportunismo.

Estrellas de la noche a la mañana

Ya no hay obstáculos para que cualquier persona produzca y comparta sus vídeos a través de Internet con servicios como YouTube. Se han creado cientos de aplicaciones capaces de almacenar y reproducir producciones audiovisuales de carácter profesional o casero.

Algunos, sin otra intención que la de experimentar con las nuevas tecnologías, han alcanzado el estrellato tras sólo unos minutos al aire. Otros, con premeditadas puestas en escena, salieron del anonimato y ganaron un impresionante séquito de fans.

Ok Go: Baile, humor y buena música

www.okgo.net

Uno de los grupos que más ha aprovechado las bondades de Internet como instrumento de promoción son los Ok Go, una banda de rock de Chicago integrada por cuando amigos que sumó miles de adeptos a través de



ingeniosos vídeos publicados en YouTube y otros servicios web para la distribución de contenidos multimedia. Antes de difundir los vídeos el grupo ya tenía un número considerable de seguidores en su haber, lo que los catapultó al estrellato son sus clips que de

descarga en descarga los convirtió en uno de los productos mediáticos más populares entre los usuarios de la Red.

Con un presupuesto increíblemente económico (algunos hablan de cinco dólares por vídeo) e hilarantes coreografías grabadas en plano secuencia, los Ok Go son un ejemplo claro de cómo las herramientas web que ofrece la actual Internet son suficientes para planear una contundente campaña de promoción viral. Incluso se han organizado concursos *on-line* para premiar con una presentación conjunta en alguna ciudad de los Estados Unidos a quienes mejor imiten las coreografías del cuarteto, creadas, según continuos rumores, por la hermana de **Damián Kulash**, el vocalista de la banda (www.youtube.com/groups_videos?name=okgodance).

Actualmente sus canciones son de las más compradas a través de iTunes, la tienda de música de Apple, y sus vídeos, cuya realización artesanal subsanó la negativa de su sello discográfico **Capitol Records** a producirlos, han sido descargados más de 5 millones de veces a través de YouTube, el servicio a donde decidieron subir el clip de los temas «**A Million Ways**» una versión bastante amateur de «**Praise You**» de **Fatboy Slim**, y «**Here It Goes Again**», un gracioso baile que el grupo hace sobre cintas de gimnasio.

Geriatric1927: quejas y refunfuños geriátricos

www.youtube.com/profile?user=geriatric1927

Peter es un jubilado británico de 79 años que encontró la fama al colgar en Internet varios vídeos en donde vertía reflexiones suyas sobre

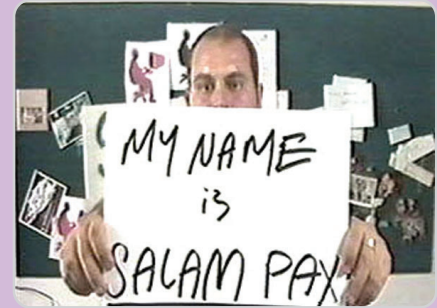


tecnología, política o cultura. En un santiamén, sin habérselo propuesto, miles de personas de varios países comenzaron a seguir su videoblog que poco a poco fue convirtién-

Diarios desde el infierno de Bagdad

Salam Pax, uno de los bloggers que hizo popular el concepto de weblog y que catapultó el uso de esta herramienta entre los usuarios de Internet, es quizás el más claro ejemplo de cómo la industria editorial tradicional puede convivir con las herramientas de publicación de nuevo cuño. Este arquitecto iraquí se hizo célebre por actualizar, bajo el seudónimo de Salam Pax («paz» en árabe y latín) y en plena Guerra de Iraq, **Warblog** (http://dear_raed.blogspot.com/), un diario en donde daba un testimonio íntimo sobre el día a día tanto en el Bagdad bajo el régimen de **Sadam Hussein** como en el ocupado por el ejército estadounidense desde el año 2003.

Su cuaderno de bitácora logró captar la atención de miles de lectores en todo el mundo que se vieron seducidos por una cobertura menos restringida y sesgada que la ofrecida por los canales informativos tradicionales (dentro y fuera de Iraq) Aunque para ese entonces los weblogs ya funcionaban como una eficiente plataforma para la



publicación de contenidos *on-line*, la aparición del diario de Salam Pax (que en principio fue creado para poner en contacto a su autor con un amigo residente en Jordania) dejó en evidencia el valor intelectual e informativo de los textos publicados dentro de las bitácoras. Gracias al éxito en Internet, varias editoriales confiaron en que alcanzaría el mismo reconocimiento si los textos fueran redistribuidos nuevamente, esta vez como obra impresa.

dose, pese a la austera producción de su director, en un rotundo éxito de audiencia y en uno de los shows favoritos dentro de YouTube, el nuevo gigante de Internet.

Según cuenta este adicto a las batallitas del abuelo Cebolleta, «*es un lugar fascinante para ir y ver todos esos maravillosos vídeos que ustedes las personas jóvenes han producido, así que pensé que tendría que ir y hacer uno yo mismo. Lo que espero poder hacer es quejarme y refunfuñar de la vida en general desde la perspectiva de una persona vieja que ha estado allí y lo ha hecho, y espero que ustedes respondan de alguna forma con sus comentarios.*»

Las claves de su éxito, un amante declarado del jazz y las motocicletas, se pueden resumir en la sencillez y familiaridad con que narra cada una de sus historias, acompañadas con un poco de *blues* y producidas en un set de grabación que bien podría ser su habitación o la sala de estar de su casa. Su primer vídeo, llamado «**First Try**» pero reconocido entre los usuarios como «**Quejas y refunfuños geriátricos**», es una simple presentación que hace sobre su experiencia con la tecnología y las expectativas que tiene respecto a los vídeos que sube a la Red.

En los siguientes episodios podemos conocer un poco más sobre su rutina, algunas vivencias suyas durante la Segunda Guerra Mundial y muchos más detalles sobre su vida personal. A estas alturas, **Geriatric1927** es una estrella de la web, con miles de suscriptores (pronto alcanzará 30.000) y un número abrumador de gente que escribe a su correo diariamente. También fue objeto de un reportaje realizado por la BBC News que daba cuenta de su increíble popularidad. Este fenómeno multimedia demostró que las nuevas tecnologías están a disposición no sólo de experimentados usuarios de la Red, sino de cualquiera que tenga algo que decir.

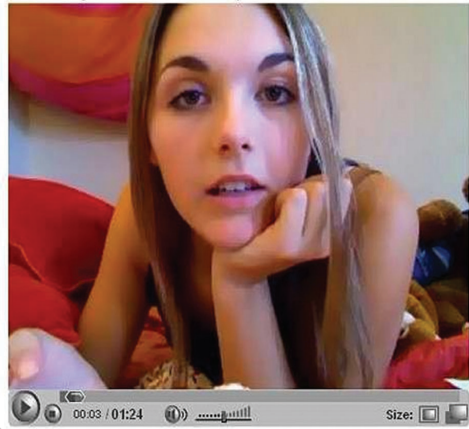
Lonelygirl15: un fake que funcionó

www.lonelygirl15.com

Otro hit reciente ha sido la aparición de **Bree**, una inocente joven de quince años cuyos vídeos reciben un número espectacular de visitas y comentarios, y que ha acaparado la atención de miles de *bloggers* alrededor del mundo. Incluso se ubicó durante algunas semanas en la lista de los diez términos más populares de Tech-

INTERNET | WebStars

Me, Religion, and Daniel :(



norati, el buscador predilecto de la blogosfera mundial.

Lonelygirl15, como se hizo conocer en Internet, sacó a la luz pública varios aspectos de su vida privada a través de episodios de aproximadamente tres minutos, en donde hablaba de su infancia, su familia y hasta de Daniel, su mejor amigo, con quien se le ve conversando en repetidas ocasiones. Sin embargo esta producción es un *fake*, es decir, un montaje ficcionado en donde los sucesos publicados no obedecen a la realidad.

El verdadero nombre de la protagonista de Lonelygirl15 es **Jessica Lee Rose**, una actriz neozelandesa recién graduada de la Escuela de Cine de Nueva York y radicada en Los Ángeles. Ingresó al show después de una hermética audición para hacer parte de una producción novelesca liderada por los cineastas **Ramesh Flinders** y **Miles Beckett**, que prometía cautivar audiencias en todo el mundo y generar ruido dentro de Internet.

Dio resultados. Hoy en día la serie cuenta con más de 40.000 suscriptores, y algunos de sus clips han recibido medio millón de visitas. El videoblog no sólo ganó la lealtad de un número de devotos que envidiaría cualquier programa de televisión, sino que también se convirtió en un fenómeno de masas capaz de llamar la atención de varios medios tradicionales de los EEUU, como el New York Times o la cadena de música MTV.

Aunque la labor investigativa de algunos *bloggers* puso al descubierto la identidad de Lonelygirl15 (e incluso los realizadores del proyecto revelaron varios secretos de su producción dentro del foro oficial), el show demostró cómo este tipo

de productos audiovisuales, con la continua participación del público, en lo que sus creadores llamaron «*collaborative storytelling*», se pueden generar contenidos audiovisuales que reflejan el sentir de los espectadores.

Gary Brolsma: karaoke de la buena suerte

www.newnuma.com

Internet es una caja de Pandora. No todas las buenas ideas alcanzan el éxito deseado ni todos los hits de audiencia surgen gracias a una brillante iniciativa. Esta premisa la conoce bien Gary Brolsma, un adolescente de 19 años que aprovechó el auge de los contenidos generados por los usuarios a tra-



vés de las nuevas tecnologías de audio y vídeo para convertirse, de la noche a la mañana, y si ningún talento especial, en una celebridad.

Después de grabarse a sí mismo mientras cantaba la popular canción rumana «*Dragoste Din Tei*», con absoluto desparpajo, subió el clip a Internet. En pocos días era famoso y su rostro había sido visto por miles de personas alrededor del mundo. Incluso algunos canales de música como Vh1 rotaron el vídeo. Ahora el chico «*Numa Numa Dance*» tiene su propio sitio web, con nuevos vídeos, fotografías, patrocinadores y hasta *ringtones*.

Periodismo emergente: los ojos del mundo sobre ciudadanos corrientes

Las nuevas herramientas para la distribución de contenidos digitales, como los blogs, los fotoblogs o los videoblogs han servido a los ciudadanos de a pie para permitirles expresar sus emociones, intereses o disgustos, y hacerse un espacio en un escenario en donde cualquier humano, por méritos o un simple golpe de suerte, puede convertirse en el centro de atención de millones que personas.

Los warblogs como formato de publicación se hicieron populares durante la guerra de Iraq gracias al diario de Salam Pax, una de las primeras leyendas de la blogosfera mundial. Recientemente, en plena guerra del Líbano, entre bombardeos y anuncios de alto al fuego, el contenido generado por los ciudadanos cobró especial relevancia gracias a la actualización de cientos de bitácoras por parte de ciudadanos israelíes y libaneses que registraban en tiempo real los sucesos del conflicto.

La gente encontró en esta multitud de espacios digitales nuevos focos de información para analizar el enfrentamiento bajo el punto de vista de columnistas amateurs que contaban su experiencia en medio del fuego cruzado, convirtiendo el conflicto en uno de los sucesos más bloqueados de la historia. No sólo los weblogs sirvieron a los nuevos corresponsales de guerra como instrumento de difusión, sino también otras populares herramientas de la nueva generación web como Flickr, en donde publicaban diariamente cientos de fotos que no aparecían en los periódicos tradicionales, o YouTube, que terminó funcionando como un centro de transmisión «en directo».

Producción bilateral de contenidos

<http://lebanesebloggers.blogspot.com/2006/07/day-6-more-attacks.html>

La cobertura del conflicto estuvo a cargo no sólo de las agencias de noticias y los grandes medios internacionales, sino también de cientos de sitios web, entre ellos muchos blogs que se crearon con el único propósito de ofrecer una lectura diferente a los antecedentes históricos de la guerra. No obstante, las bitácoras publicadas por residentes tanto de Israel como del Líbano se convirtieron en las fuentes más apetecidas por los internautas para acceder a información de primera mano.

Lo más importante, y probablemente lo que asombró a la mayoría de lectores que visitaban esas páginas web, fue que en repetidas ocasiones *bloggers* de uno y otro lado de la frontera, independientemente del intenso y álgido debate protagonizado, intercambiaron reflexiones y opiniones sin otra intención que la de dar a conocer al mundo formas distintas de percibir la gue-



rra. De pronto, a través de foros y blogs, comenzó a fluir una constante conversación entre ciudadanos de ambos países y miles de personas y periodistas volcaron su atención a cada argumento y réplica que iban publicando.

En «[The Lebanese Bloggers](#)», uno de los diarios libaneses creados durante la guerra y actualizado por varios autores, algunos de sus artículos fueron comentados por ciudadanos de diferentes países. Incluso, en varias ocasiones, soldados israelíes dejaron opiniones bastantes conciliadoras, abriendo las puertas a un diálogo *on-line* marcado por la tolerancia de quienes participaron en él.

Así, un soldado israelí escribía: «*Hola, soy un soldado IDF estacionado en la frontera del Líbano pero que tuvo que volver a casa al funeral de un conocido mío. Nosotros no podemos ver todo el bombardeo sobre el Líbano desde Israel (naturalmente, estamos más preocupados en las bombas que caen sobre nuestro país), pero agradecería mucho que alguien me dijera qué está pasando. No quiero comenzar una discusión acerca de quién está en el camino correcto y quién en el equivocado; mi opinión sobre este asunto es que no hay derecho a que la población civil sea masacrada, desde ambos bandos. Envío mis mejores deseos desde aquí y espero que tú y tu familia estéis bien y consigáis salir de esta horrible situación para siempre. Shachar*».

Posteriormente, con el mismo tono respetuoso del comentario publicado por el soldado israelí, un ciudadano libanés respondió: «*Hola, creo que antes que nada debo mencionar que soy libanés y también que aprecio realmente que haya personas razonables en los dos lados de la frontera. He estado revisando los blogs libaneses en los últimos días y me he sentido frustrado porque la mayoría de los comentarios de los israelíes fueron extremadamente poco amis-*

Guerra del Líbano: reporterismo autodidacta

Durante la crisis varios ciudadanos de Israel, Palestina y Líbano asumieron el papel de portavoces del resto de la población civil y se convirtieron en reporteros aficionados que mediante textos, vídeos e imágenes alcanzaron la popularidad entre una audiencia ávida de información y primicias de lo que estaba sucediendo en Haifa o Beirut. Ellos aprovecharon las herramientas digitales que les ofrecía Internet y sin querer se convirtieron en representantes de quienes sufrían los estragos de la guerra.

Ésta es una breve selección de blogs y fotoblogs que se consolidaron como fuentes alternativas de información y que a la postre dieron a sus autores el estatus de «famosos», al menos durante un corto periodo.

-Beirut Under Siege (<http://beirutundersiege.blogspot.com/>): Historias sobre las vivencias y posterior evacuación de una estudiante sueca residente en Beirut.

-Kishkushim (<http://kishkushim.blogspot.com/>): Blog colectivo escrito desde Haifa, una de las principales ciudades de Israel y en donde cayeron varios misiles del grupo terrorista Hezbollah. Su significado es «scribblings» o «el absurdo» y documenta con fotos y textos la rutina de la población judía tras cada ataque.

-Beirut Notes (<http://beirutnotes.blogspot.com/>): Apuntes de un ciudadano libanés que ha visto con asombro la destrucción de su país y la desaparición arquitectónica de Beirut.

-The Lebanese Bloggers (<http://lebanesebloggers.blogspot.com/>): Este blog se convirtió en una de las páginas web más visitadas

durante los enfrentamientos armados. Su actualización está a cargo de varios ciudadanos libaneses e incluyen aportes de personas de otros países, especialmente estadounidenses.

-Beirut Spring

(<http://beirutspring.blogspot.com/>): Análisis de la actual situación política del medio oriente y de la injerencia del grupo terrorista Hezbollah dentro de la sociedad libanesa.

-Israel at Level Ground

(<http://betbender.blogspot.com/>): Noticias, fotografías, vídeos y *podcasts* de Dave Bender, un periodista norteamericano residente en Israel desde hace 25 años. Su blog es un interesante recurso para acceder a un catálogo de clips e imágenes relacionados con *Israel*.

-Back to Iraq (<http://www.back-to-iraq.com/>):

Diario de Christopher Allbritton, reportero norteamericano de la agencia de noticias AP y del *New York Daily News*. Ha sido corresponsal en el medio oriente desde la guerra de Iraq y afirma que es uno de los pocos *bloggers* que ha podido financiarse gracias a su warblog.

-Westbankblog (<http://westbankblog.blogspot.com/>):

Reflexiones sobre los enfrentamientos bélicos por parte de una familia judía residente en un suburbio a 30 minutos de Tel Aviv. El blog publica diariamente informes sobre cualquier suceso relacionado con la confrontación.

-Raising Yousuf (<http://a-mother-from-gaza.blogspot.com/>):

Anécdotas y relatos de Laila El-Haddad, una escritora y periodista palestina que ha tenido que soportar los avatares de la guerra en la Franja de Gaza, en donde reside junto a Yousuf, su hijo.

tosos frente al sufrimiento de la población civil libanesa. Estamos siendo usados como escudos humanos por parte de los terroristas y nadie comprende nuestro drama. Gracias a tu comentario hoy puedo descansar un poco más tranquilo porque, en estos tiempos difíciles, encuentro voces en Israel que se expresan con ganas de acabar con el conflicto. R».

Como se puede ver en este intercambio de opiniones, toda esta producción de contenidos no hace más que enriquecer el ciberespacio y dar protagonismo de nuevo a los propios ciudadanos, que encuentran un potente medio para comunicar sus vivencias en primera persona.

Ricardo Barrera

ricardo.barrera@lacoctelera.com