



ES-
18 DE SEPTIEMBRE DEL 2010

10

¿TRAMPA PARA FAMOSOS?

Aunque muchas estrellas se benefician de la publicidad que dan las redes sociales, otras se han visto perjudicadas por la virulencia de este tipo de comunicación

Texto Estela Saldaña

Escándalos, fotos del alto voltaje, salidas del armario muy sonadas, divorcios controvertidos, condolencias y sobre todo mucho cotilleo. Las redes sociales se han convertido en la plataforma pública en la que los famosos intentan construirse una imagen más cercana para su público para así alejarse -aunque en algunos casos pase exactamente lo contrario- del ruido mediático que sus carreras originan o bien simplemente promocionarse. Gracias a los perfiles públicos que proporcionan herramientas como Twitter, Facebook, MySpace, o los blogs podemos hacernos una idea más o menos acertada de la vida de una *celebrity*.

La entrada de los famosos a las redes sociales ha causado mucho ruido y cada vez son menos las estrellas que no tienen una página en cualquiera de ellas. Comentarios como los de la mujer del futbolista del Real Madrid Kaká llamando cobarde al entonces entrenador Manuel Pellegrini, las fotos de Lenny Kravitz desnudo, peleas sentimentales públicas -como las reinas del famoseo Lindsay Lohan y su ex novia Samantha Johnson- o la paternidad de Cristiano Ronaldo han sido portadas de muchas revistas del corazón o de la prensa deportiva.

Muchos famosos retransmiten su vida en la red, otros, en cambio, apuntan algunos detalles de su cotidianidad, ¿pero con qué objetivo? ¿Qué beneficio obtienen? El sociólogo Javier Barray-coa opina que el hecho de que los famosos nos brinden aspectos de su vida no es más que un "mecanismo de protección y mimetización con la gente común. Una forma de decir soy uno más; soy como vosotros", una herramienta que les permite mostrarse como personas corrientes con la finalidad última de agradar más a su público.

Otro de los motivos, en gran parte vinculado con el anterior, es simplemente comercial. La industria de la música, el cine o simplemente el famoseo es eso, una industria, y por eso no es de extrañar que haya acudido a las redes sociales para difundir su producto. Ello abre otro interrogante: ¿Hasta qué punto el que está detrás de ese facebook o twitter del famoso de turno es él mismo? ¿Tiene, pongamos por caso, un actor la enorme capacidad de trabajo que supondría responder a sus legiones de



- 1 El matrimonio Ashton - Moore es la pareja más seguida de Twitter
- 2 Ashton Kutcher robó una foto al trasero de su mujer mientras ella planchaba
- 3 Lady Gaga colgó esta foto al morir el diseñador Alexander McQueen
- 4 Ricky Martin suele colgar fotos de sus gemelos en su Twitter



seguidores? Aunque una buena parte de los perfiles son impulsados por el propio famoso y es este el que realmente los controla, muchos otros no son más que una estrategia de marketing utilizada por personas expertas que conocen muy bien el poder de este tipo de comunicación y saben cómo usarlo. No hay evidencias de qué famosos han delegado en otros la atención a sus fans o la publicación de comentarios, pero, según qué tipo de contenidos resulta chocante y en ellos se intuye cierto aroma de pura y dura mercadotecnia. "No creo que sean los famosos los que escriban realmente en este tipo de redes, más bien me parece una forma muy interesante que tienen ellos de venderse", opina el periodista Josep Sandoval.

Uno de los pocos famosos donde esta *delegación* de su perfil en terceros sí ha sido claramente admitida es el presidente venezolano Hugo Chávez, que ha contratado a nada más y nada menos que a 200 empleados para administrar su cuenta de Twitter, donde debutó en abril pasado y donde cuenta con cerca de 300.000 seguidores.

Los que sí administran directamente su perfil tienen un problema añadido al trabajo que les supone: qué cuentan y qué no. Es en este punto donde toda esa estrategia de marketing puede verse seriamente entredicho. El músico Miqui Puig opina que los famosos muchas veces revelan aspectos de su vida

por pura inconsciencia: "Como es un medio muy cercano, es muy fácil caer en la trampa y perjudicarte tú mismo, como la novia de Kaká cuando insultó a Pellegrini".

Las consecuencias de las exposiciones públicas constantes por parte de los famosos propician incesantemente noticias. Las revistas del corazón e incluso la prensa diaria suelen seguir de cerca los perfiles públicos de los famosos y cualquier cosa que se salga de tono o que pueda resultar interesante es carne de titular. La cantidad de ejemplos es abrumadora. Por ejemplo, el del cantante colombiano Juanes, que a menudo usa su Twitter para criticar e incluso bromear con la situación política de Latinoamérica. El escándalo vino por una broma del cantante al presidente de Venezuela, Hugo Chávez —otra vez Chávez—, al que se refirió como

ALGUNOS FAMOSOS NO HAN SOPORTADO LA PRESIÓN Y HAN CERRADO SUS PERFILES

"hijo de puta". El chiste levantó un aluvión de críticas por parte de sus seguidores y de la prensa. Al final a Juanes tuvo que rectificar alegando que sólo era una inocente broma, aunque luego deshizo sus disculpas y reivindicó su derecho a escribir lo que le dé "la gana", ►

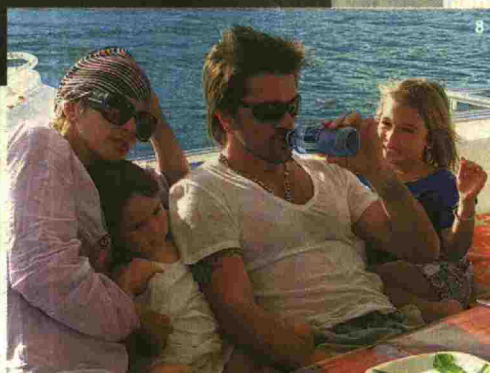
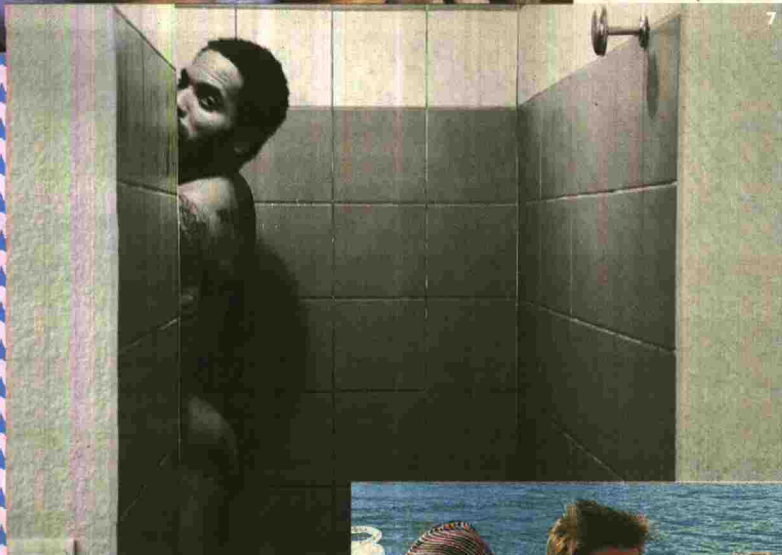
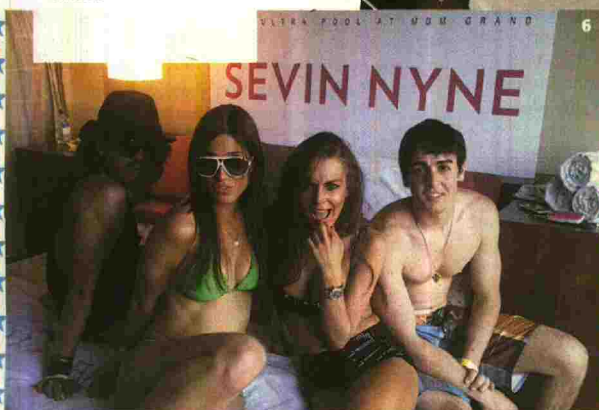
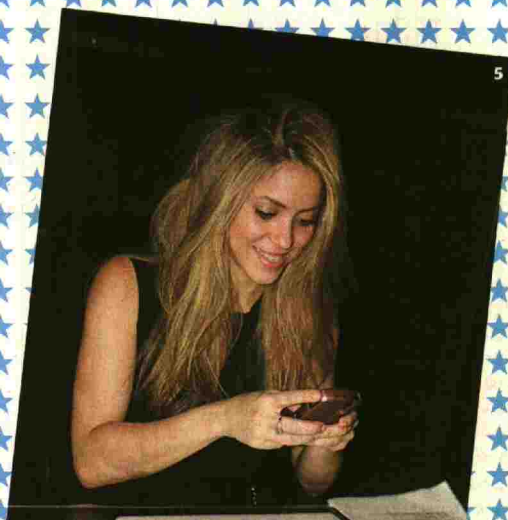
TWITTER, EL FAVORITO DE LOS FAMOSOS

Si alguien pretende ser un rastreador de la vida privada de los famosos, lo primero que tendrá que hacer es crearse un perfil en Twitter, ya que es el favorito de la mayoría de los famosos, sobre todo de los de Hollywood. Pero, ¿por qué los famosos prefieren esta herramienta social en vez de otras? Uno de los motivos es que Twitter verifica a conciencia la autenticidad de sus perfiles. Otra razón es su rapidez. "Una entrada en Twitter se hace en un instante y puede enviar un montón de visitas a un enlace corto y generar respuestas en cuestión de segundos", aclara el experto en tecnología de la información, Enrique Dans.

En los perfiles de Facebook también podremos encontrar a famosos, sobre todo nacionales, que normalmente suelen mantener dos tipos de cuentas: una dedicada a sus fans y otra de carácter privado. "Facebook se diferencia de Twitter en que en Facebook eres amigo de tal, mientras que en Twitter eres un seguidor. En Facebook se busca más la amistad, pero en Twitter sólo veo que tal persona me está siguiendo", aclara el relaciones públicas Josep Vinaixa. Otra de las razones que también propone Vinaixa para que los famosos prefieran la red de microbloggin es que, en "Twitter, si tú insultas a un famoso puede que no lo vea nunca, pero con Facebook siempre le llegará una notificación y acabará enterándose".



- 5 Shakira suele actualizar su perfil para contar todo acerca de sus conciertos
- 6 Lindsay Lohan protagonizó una de las batallas amorosas más seguidas en Twitter
- 7 Lenny Kravitz posó desnudo para su perfil en Twitter
- 8 Juanes suele opinar sobre la política latinoamericana en su Twitter



ES-
18 DE SEPTIEMBRE DEL 2010

12

► para al final agregar "¿O es que creen que me van a venir a censurar? ¡Están locos!".

Otro célebre descuido (¿calculado?) fue el del actor Ashton Kutcher, que en su momento colgó en su Twitter un *robado* del trasero de Demi Moore mientras planchaba. El error llevó a una pelea conyugal retransmitida en Twitter, cientos de miles de visitas y, por supuesto, fama. La pareja se entretiene con la tecnología: Moore acaba de publicar sus fotos en bikini, por supuesto a disposición de cualquier internauta. ¿Y Miley Cyrus? La ya ex Hannah Montana se vio obligada a abandonar su cuenta en Twitter por las fuertes críticas que recibían sus post. Cansada de los comentarios y con la intención de reciclar su imagen, dejó a sus más de un millón de seguidores dedicándoles un rap en el que expresaba sus motivos por los que abandonaba su perfil: "Me aburrí de agradar, yo no vivo para los periódicos, vivo para mí", sentenciaba.

Son casos que demuestran que, para un famoso, casi más importante es la capacidad de llegar a la gente que el mensaje que les remite. Como especifica Enrique Dans, profesor de tecnología de la información en IE Business School, "las redes sociales no te obligan a compartir nada, eres tú quien elige en cada momento lo que quieres compartir y la privacidad que quieres perder". Es decir, los perfiles públicos de los famosos no son en absoluto un Gran Hermano a través del cual los podremos espiar. Algunos tienen esa frontera muy clara. "No tengo un límite a la hora de contar cosas de mi vida. Se trata de que es lo que te apetezca que vea la gente y qué prefieres guardarte", explica la cantante Edurne. "No publico nada si considero que es privado. Cuelgo opiniones, ideas, intereses y vivencias, pero de mi vida personal pongo un 1,0", asegura el humorista Berto Romero.

Con esta pugna entre marketing, vida privada y fans, no es extraño que algunos, como la antes mencionada Miley Cyrus, hayan renunciado a este instrumento. "No entiendo a las personas que agregan famosos a sus redes sociales para que estos les contesten y sean sus amigos; naturalmente esto es imposible. La gente olvida que estos medios son de propaganda pura y dura", añade el cantante Miqui Puig, que borró su cuenta en Facebook por estar en contra de los *grupos de odio* que circulan por esta red y por "el error de muchas personas al confundir este tipo de red como un lugar donde verter sus miserias". El actor Robert Pattinson, protagonista de *Crepúsculo*, también declaró en su día que las redes sociales, en concreto Twitter, le habían "arruinado la vida" al tiempo que aseguraba estar harto de que sus seguidores conocieran al detalle cada uno de sus pasos. Y si algún lector está pensando en alcanzar la fama algún día y abrir su página, vale la pena tener en cuenta la reflexión del relaciones públicas Josep Vinaixa: "Al final la idealización que se tenía por el famoso se está perdiendo. Al mostrar tantas cosas de su vida privada la gente pierde el interés e incluso deja de considerarlos famosos".

Pero, después de tantos escándalos, marketing, ma-



PROHIBICIÓN A LOS PERFILES DE LOS FAMOSOS

Aunque productoras, discográficas y empresas usen las redes sociales como una herramienta de promoción, muchos otros temen la magnitud de estas redes y prohíben a sus estrellas filtrar en sus perfiles algún tipo de dato sobre sus proyectos. Estas restricciones suelen venir de grandes productoras hollywoodienses que en sus contratos establecen garantías de confidencialidad

respecto a Facebook, Twitter o cualquier otro tipo de red social o blog. Entre las estrellas afectadas por este tipo de prohibiciones están Cameron Díaz o Mike Myers, que en sus contratos, para poner las voces de la nueva película de Shrek, se les especificaba que no dieran ningún tipo de información al respecto del filme. "Cuando tenemos noticias importantes que dar, prefiero preguntar antes de

hacerlo público y así evito cualquier problema", indica la cantante María Villalón. Pero, sin duda, los que más sufren restricciones en cuanto a publicar lo que quieran son los deportistas. Clubs como el Manchester United o la selección española durante el mundial prohibieron a sus jugadores participar en cualquier tipo de redes sociales con la intención de poder controlar la política de comu-

nicación. La NBA también ha prohibido a sus jugadores y entrenadores usar estas herramientas sociales desde 45 minutos antes de que comience un partido hasta finalizar la rueda de prensa. El Comité Olímpico Internacional, por su parte, distribuyó un estricto código relativo al uso de redes sociales y blogs para los deportistas participantes en los Juegos Olímpicos de invierno de Vancouver.

los entendidos, equivocaciones y peleas, ¿hay una cara positiva en la presencia de los famosos en las redes sociales? La hay..., o al menos no todo es marcadamente negativo. Gracias a las fotos y comentarios que cuelgan los famosos podemos hacernos –si nos interesa, claro– una idea aproximada de su vida o, por lo menos, la parte que ellos nos quieren mostrar. Es el caso de Ricky Martin, que, dejando aparte su salida del armario –oportunamente comunicada en su página web–, es uno de los famosos que intentan ofrecer una imagen más cercana mostrando su faceta más tierna y paternal junto a sus mellizos. O el de las acciones solidarias que promueven actores como Ben Stiller o cantantes como Alejandro Sanz y Miguel Bosé, que usaron su popularidad para pedir ayuda por la tragedia en Haití.

Otros se ven con la necesidad, a diferencia de algunos casos anteriores, de mostrar su vida privada. Jim Carrey, por ejemplo, comunicó su divorcio: "Jenny y yo acabamos de terminar nuestra relación de cinco años". Su ex mujer le contestó con un "siempre consideraré a Jim como uno de los principales hombres de mi corazón". O Lady Gaga, que, tras la muerte del diseñador Alexander McQueen, decidió colgar una foto muy cariñosa de ellos dos y expresar su condolencia.

"Al final, esto de las redes sociales es como la escuela, en la que pones a cada uno en un grupo, con los famosos pasa lo mismo..., están los que hacen más ruido, están los conservadores, los que son solidarios y pretenden salvar el mundo.

Ahora cualquiera sabe que tal famoso es amigo de este otro, que aquel se lleva fatal con ese...", señala el relaciones públicas Josep Vinaixa, muy seguido en Twitter y Facebook por sus entradas sobre lo último en música y el mundo del espectáculo. Otro de los factores que encuentra importante Vinaixa a la hora de que un famoso decida construirse un perfil es cuidar mucho su estilo y controlar todo lo que dice: "Muchos famosos no se fijan en cómo utilizar estas redes, porque si quieres insultar a alguien, pues lo haces mediante la opción del privado, pero nunca de manera pública", aclara. O sea, que las redes son una potente arma para alimentar la popularidad y la fama, pero un arma cuyo tiro puede salir por la culata, en caso de utilizarse mal. ■