



LA CULTURA RESIGNIFICADA

La Barbie uruguaya hace furor

Jóvenes generan proyectos desde una PC y son seguidos por miles de usuarios en redes.

FOTO



La Barbie uruguaya previo al partido Uruguay- Ecuador. Foto: Facebook The Barbie Uy

Vota por esta noticia:

★★★★★ 2 votos

 Me gusta 8

TEMAS

 tecnología - internet -
 Barbie uruguaya

JUAN PABLO DE MARCO | 11 nov 2016

Con el nombre de "influenciadores" se conoce a estos personajes que resignifican la cultura uruguaya y ofrecen una nueva forma de expresarla. Son pocos, muchas veces anónimos, y seguidos por miles y miles de personas. Una Barbie uruguaya, una página que utiliza una expresión local para mostrar los excesos de las personas y otra que intenta comparar personalidades opuestas causan furor en Facebook.

En la noche del martes, República AFAP reunió, en un evento que tuvo lugar en la Sala Teatro Movie de Montevideo Shopping, a estos influencers para contar sus experiencias e incentivar a los jóvenes a ahorrar. Miles de personas intentaron participar del encuentro, pero solo poco más de 500 estuvieron en la cita.

Una de las influencers fue Natalia Acosta (24) quien hace dos meses viene trabajando en su proyecto The Barbie Uy.

Se trata de una página en Facebook que exhibe a una Barbie en actividades típicas que configuran la cultura uruguaya.

"Lo más inimaginable es ver una Barbie, que es sinónimo de algo topísimo, comiéndose un choripán. Eso es lo que la hace distinta y a la gente le encanta", comentó.

También la presenta en situaciones que suelen ocurrirle a los uruguayos. "Arranqué la semana perdiendo el ómnibus", dice una de las últimas publicaciones, mientras se ve a la Barbie de espalda, tomándose la cabeza, y a un ómnibus de la empresa COME en marcha.

Mujeres y hombres de todas las edades siguen su cuenta, aunque los millennials, nacidos entre 1981 y 1995, conforman el mayor número de seguidores. En Uruguay, hay 800.000, según el Observatorio de Innovación en Comunicación Digital.

Natalia, diseñadora gráfica, se esfuerza en que los distintos elementos que acompañan a la Barbie sean reales y no un producto virtual generado en Photoshop. Por eso, el mate y el termo están hechos en miniatura. Además, piensa cuidadosamente en cada uno de los accesorios.

"La gente me dice: Me encantó la ropa, tengo esto para regalarte. Es increíble", apuntó.

Su éxito fue tan rotundo que muchas empresas se acercaron para patar publicidad con la Barbie uruguaya. Bares, marcas de ropa, peluquerías ya han solicitado "su imagen".

Cada dos días, Natalia sube una fotografía de la Barbie. "La idea es que cada día tenga algo creativo. Que no sea sacar algo por sacar. Aunque la idea es tener una regularidad, porque si no la gente se olvida", apuntó.

The Barbie Uy trascendió fronteras y ya hay seguidoras que le piden que haga una versión chilena o argentina. "Apenas me da el tiempo", comentó.

"Yo tan & vos tan".

Además de este proyecto en redes sociales, Natalia creó Yo tan & Vos tan, una idea que busca mostrar las diferentes personalidades de la gente (en general, antagónicas) a través de una frase.

"Yo tan palabras y vos tan emoji". "Yo tan tesoro y vos tan pirata". "Yo tan primavera y vos tan picaflor": esas son algunas de las placas que aparecen en la página, que cuenta con más de 177.000 seguidores. "Es un humor súper irónico, que generalmente se refería a las relaciones amorosas", señaló Natalia.

Los aportes son del público, lo que le sirvió para crear un libro que ya está a la venta.

La lógica de esta página es similar a la de "La gente anda diciendo", hoy con 8 millones de seguidores, que también fue presentada en el evento del martes. En este caso, se trata de una página pensada por argentinos, que recoge conversaciones escuchadas en la calle o en los ómnibus por otras personas.

"Ese Trump no puede ganar, es imposible, dice que no quiere a nadie, solo a sus hijos, y el presidente tiene que querer a todos". (Chica de unos 12 años a su papá. Bondi línea 110. Buenos Aires. Jueves)", dice uno de los últimos posteos.

Se te fue la moto.

Otra de las páginas que creció en popularidad es "Se te fue la moto", con más de 81.000 seguidores, creada por tres jóvenes que trabajaban en una agencia de publicidad y bromeaban con la frase cada vez que alguno se excedía en una situación.

"Pensamos: ¿por qué no hacemos una fanpage para que se cuelgue la gente? La verdad, no esperábamos la repercusión que llegamos a tener", contó Agustín, uno de los creadores.

Ellos intentaron resignificar la frase "se te fue la moto", usual en las conversaciones de los uruguayos, con imágenes que sorprenden por lo inesperado. "Por ejemplo, mostrar a alguien que camina vestido de Spiderman en el shopping", comentó Agustín.

"Estás viendo cosas negativas todo el tiempo y rompés el molde mostrando cosas súper bizarras, y así generás empatía", explicó.

Según cree, el éxito se debe a lo "conservadora" que es la sociedad uruguaya. "Quizás en Argentina no tendría tanta notoriedad. Por eso a nosotros nos costó cruzar el charco", agregó Leandro, su socio.

Estos dos publicistas reciben a diario decenas de mensajes de personas resentidas. "Por eso, tenemos que saber filtrar", puntualizaron.

Al principio, buscaban noticias exóticas que pudieran estar en la página. A la semana y media, ya tenían cientos de mensajes de usuarios que hacían el trabajo por ellos. "Después, se nos fue la moto a nosotros", admitió entre risas.

¿Por qué?

Los millennials son los grandes consumidores de estos contenidos. Según un estudio elaborado por la Universidad ORT sobre esta población, lo que más busca en las redes sociales es el "entretenimiento".

Dinorah Margounato, integrante del Observatorio de Innovación en Comunicación Digital de ese centro de estudios, opinó que lo que valoran los jóvenes de estos contenidos es "la autenticidad".

"El proyecto de la Barbie no parece que haya nacido como un proyecto comercial. Es porque a alguien se le ocurrió que podía ser divertido ver eso", comentó. En el mismo sentido, agregó, ocurrió con Tiranos Temblad, una serie divulgada en YouTube que recopilaba otros videos subidos por uruguayos.

Dice, además, que son proyectos que nacen de millennials. Son contenidos creados por ellos mismos para ellos. No tienen la obligación de ser políticamente correctos ni están obligados a usar lenguaje publicitario. Permiten los errores y son valorados", puntualizó.

Para Margounato, tienen los "códigos de comunicación correctos", porque son los códigos que usan los millennials.

DE QUÉ HABLAN LOS MILLENNIALS EN INTERNET

El Observatorio de Innovación en Comunicación Digital de la Universidad ORT analizó de qué hablan los millennials en las redes sociales. El fútbol y el deporte en general son los temas principales de conversación en Twitter, en la misma proporción entre mujeres y hombres. También responden a las causas sociales, como por ejemplo pedir ayuda para colaborar con las personas que sufrieron el tornado en Dolores. También hay una matriz argentina en lo cultural y musical. Según detalla el sitio web de la universidad, esta generación habla sobre Marcelo Tinelli, los youtubers argentinos y Lali Espósito. De Uruguay, sobre las bandas Marama y Romba.

NOTICIAS DE HOY


 PRONÓSTICO
 ¿Cómo estará el
 tiempo hoy?

 ONCS - EL PAÍS
 El tránsito en
 Montevideo

 INN CONTENT PARA FNC
 Así fue la Conrado
 Bierfest, la mejor
 fiesta del año

 RECONCILIACIÓN
 Luciano Castro
 admitió que volvió a
 mandarse una
 macana con su
 mujer

tvshow

¡MIRALAS!
CHINDOLELÉ
 Las fotos sexies
 de la hija modelo
 de Xuxa

REDES
**La reacción de
 los famosos
 tras un nuevo
 triunfo celeste**

GORZY VS ROMANO
**¿Hay que
 darle los
 puntos a
 Argentina?**

OVACIÓN DIARIO DEPORTIVO

ELIMINATORIAS EN EL CENTENARIO

**Uruguay le ganó a Ecuador
 y reserva los pasajes al Mundial**

ELIMINATORIAS
 Sebastián Coates y el
 primer gol anotado con la
 Celeste.

ELIMINATORIAS
 Las cinco fortalezas que
 tiene esta selección
 uruguaya

COMENTARIOS

Comentarios (0)



Iniciar Sesión para comentar

¿Olvidó su contraseña?

Para comentar las noticias debes iniciar sesión con el usuario y contraseña elegidos al momento de registrarte.

Si no estas registrado todavía, puedes hacerlo ingresando a [Registro de Usuarios](#)

No recuerdas tu contraseña? puedes acceder a [Registro de Usuarios](#) y solicitar que te la enviemos a tu email como recordatorio.

OPINIONES

EDITORIAL DE HOY

¿Por qué se discrimina a los militares?

El gobierno recorre un camino equivocado. Mientras mantiene un gasto que no ha tenido límite en la Administración Pública ni en las empresas del Estado, ha decidido crear un tributo a cargo de los beneficiarios del Servicio de Retiros y Pensiones de las Fuerzas Armadas.

Hernán Bonilla

 El triunfo
 de Trump

 Leonardo
 Guzmán

 Trump y
 nosotros

EL PAÍS digital
 1 314 059 Me gusta

¿De qué vamos a hablar?

Me gusta esta página

Sé el primero de tus amigos en indicar que le gusta esto.

ÚLTIMO MOMENTO

Últimas noticias

Acusan a Facebook de ayudar a ganar a Trump y Zuckerberg sale al cruce Varios análisis aseguran que Facebook relanzó una serie de noticias y videos que luego resultaron falsos.

Discutió con su exmujer, se llevó a su hijo de 3 años y lo asesinó El hombre se presentó en la casa de su exmujer, en un balneario de Valizas, para entregarle al hijo...

¿Cómo estará el tiempo hoy? Sepa qué le espera para el día de hoy

LO MÁS...

- + Leído + Comentado**
- Empresario coreano fue filmado por el Sunca fingiendo una agresión
 - Madre mató de un golpe en la cabeza a su hija de 2 años
 - Hombres necesitan salir con amigos dos veces por semana por su salud
 - "Hombres ordinarios" del Sunca acosan mujeres en movilización
 - Latin American Wings anunció un acuerdo para la compra de Alas U
 - Encuentran en Casavalle dos cuerpos carbonizados
 - 5 cosas para hacer tras el triunfo de Trump, según Michael Moore
 - Falleció el legendario Leonard Cohen
 - Falleció trabajador y el Sunca realiza hoy un paro parcial
 - Principio de acuerdo por Alas Uruguay
- [Ver más](#)

EDICION IMPRESA

CLUB EL PAÍS

EL PAÍS
 11 de Noviembre de 2016

Descargar PDF

GALLITO

- Automotores Inmuebles
- Trabajo Clasificados