Lady Gaga acusada de tramposa en la carrera por el vídeo más visto

21/08/2013

El voluble mundo de los clubes de fans erige monstruos que antes o después termina fagocitando y Lady Gaga, la "mother monster", es su última víctima (o su propio verdugo), al quedar apeada con "Applause" de la competición musical del verano: la carrera por el vídeo más visto tras su estreno.

La ex reina de las redes sociales presentó este lunes el clip del tema de anticipo de su próximo disco ("ARTPOP"), tan extravagante como siempre, con la cabeza de la diva en un cuerpo de cisne negro, pero ni la maquinaria creativa de Haus of Gaga ni el intento manifiesto de sus seguidores por batir el récord fue suficiente.

La mujer que despachó un millón de copias en una semana de su álbum "Born this way" logró -según marcaba el contador en España al cumplirse las 24 horas en la red- unos siete millones de visitas, lejos de los más de doce millones de reproducciones que recibió "Best song ever" de One Direction en ese plazo.

Solo en este verano, el "vídeo más visto en las primeras 24 horas" ha cambiado tres veces de manos. Así, los 10,6 millones de reproducciones del "Beauty & a beat", de Justin Bieber, fueron destronados en junio por el grotesco vídeo de Miley Cyrus "We can't stop", con 100.000 visionados más, que a su vez fue desplazada en julio por la citada "boy-band" británica.

El terreno principal de juego se llama Vevo, la herramienta que, sobre la infraestructura de Youtube, crearon en 2009 Sony, Universal y varias compañías más para administrar directamente sus vídeos.

Muchos usuarios la utilizan como "la nueva MTV" y construyen en ella sus "playlist", esto es, sus listas de vídeos favoritos en cadena, hasta el punto de que la revista Billboard, responsable de las clasificaciones oficiales en Norteamérica, combina sus resultados con los de las ventas para publicar los "hits" más exitosos de la semana.

"¿No hemos conseguido el récord?", se preguntaban pesarosos muchos fans de Lady Gaga a través de Twitter al cumplirse el plazo fijado, en medio del desconcierto por una cifra que variaba según el punto del planeta desde el que se consultara la web.

"¡En Vevo Rumanía se anuncian 15 millones!", anunciaban confusos mensajes en Twitter entre signos de victoria.

Eran horas de vorágine en las redes sociales intentando rascar visionados, pero el contador no subía. La razón, según ha explicado Youtube a Efe, es que cuando un vídeo pasa de las 300 reproducciones, su contador se actualiza más despacio, mientras los filtros se cercioran de que todas esas reproducciones son "de calidad".

Hace tiempo que la plataforma reforzó sus controles para prevenir las tácticas de determinadas empresas, las cuales ayudan a terceros a incrementar su visibilidad en las redes sociales, por ejemplo con perfiles falsos de usuarios, que se afilian a la cuenta de un artista pero que no pertenecen a ninguna persona real, sino que han sido creados masivamente por una máquina.

El propio Bill Werde, director editorial de Billboard, denunciaba hoy a través de su cuenta de Twitter un intento de inflar las cifras de "Applause" con medios poco ortodoxos.

"Un artista que tuitea o pone en su cuenta de Facebook un enlace que permite que un fan le dé al play y deje su ordenador funcionando solo no es la esencia de lo que valoramos en nuestras listas", escribía el ejecutivo, que se quejaba de un enlace difundido y posteriormente suprimido que conducía a una "playlist" con el vídeo de "Applause" repetido unas 150 veces.

No es la primera vez que la sombra de la duda planea sobre Lady Gaga. La compañía Status People testó hace meses la calidad de sus seguidores en Twitter y afirmó que un 70 por ciento de ellos estaban inactivos o eran falsos.

Asimismo, Youtube le restó hace no mucho 156 millones de visionados de su canal oficial bajo la excusa de que ya solo se contabilizan las reproducciones de vídeos que actualmente estén colgados. Algunos medios lo achacaron a "prácticas fraudulentas".

Lejos de los sofisticados medios del mundo de la publicidad, que son los que suelen echar mano de esta ingeniería social, en la lucha de los seguidores anónimos por dar visibilidad a su artista, aparece el humor y, con tal de conseguir visitas extra, algún acérrimo de Gaga tiraba de picaresca con un enlace erróneo al supuesto "vídeo sexual de Justin Bieber".