

EN FORMA

6 14 22 28

**LA GRANJA
ORGÁNICA
DEL PRÍNCIPE
CARLOS**

Home Farm, en la finca de Highgrove, es la granja orgánica del príncipe Carlos de Inglaterra

**VIAJAMOS A
LA CAMPIÑA
INGLESA**

Los Cotswolds son una región del sudoeste de Inglaterra que fue declarada en 1971 lugar de excepcional belleza natural. Proponemos visitarla

**MANTENER
EL CEREBRO
EN FORMA**

Una serie de juegos y actividades para que no se nos oxide el cerebro

SÍ PUEDES

Ramiro Calle nos explica un caso de incomunicación entre una madre y su hija, de 17 años, que, además, acaba de decirle que está embarazada

EN FAMILIA

30 36 45

**VIVIR
DESPACIO**

Carl Honoré vivía deprisa, tan deprisa que no tenía tiempo para contarle un cuento a su hijo. Ahora ha cambiado y explica a **Es** su experiencia

**PONER LA VIDA
EN EL ESCAPARATE
DE INTERNET**

Mucha gente cuenta su vida, aspiraciones, hobbies o preferencias en la red. ¿Es exhibicionismo?

CREAR

José Antonio Marina nos habla de su amor por las flores y nos explica por qué a los maestros de zen les parece casi blasfemo que vendamos las rosas por docenas



EN CASA

46 51 55 56 60 62

**AGENDA
TRADICIONAL
O AGENDA
ELECTRÓNICA**

Parece que la agenda electrónica se está imponiendo a la tradicional. Pros y contras de cada una

**ADORNOS
PARA LA
NAVIDAD**

Un bazar de objetos de decoración y otras historias sobre la Navidad

NO VA MÁS

Si quiere contratar a los Eagles para su fiesta privada ya puede ir preparando 5,7 millones de euros

**EL HOGAR
ECOLÓGICO**

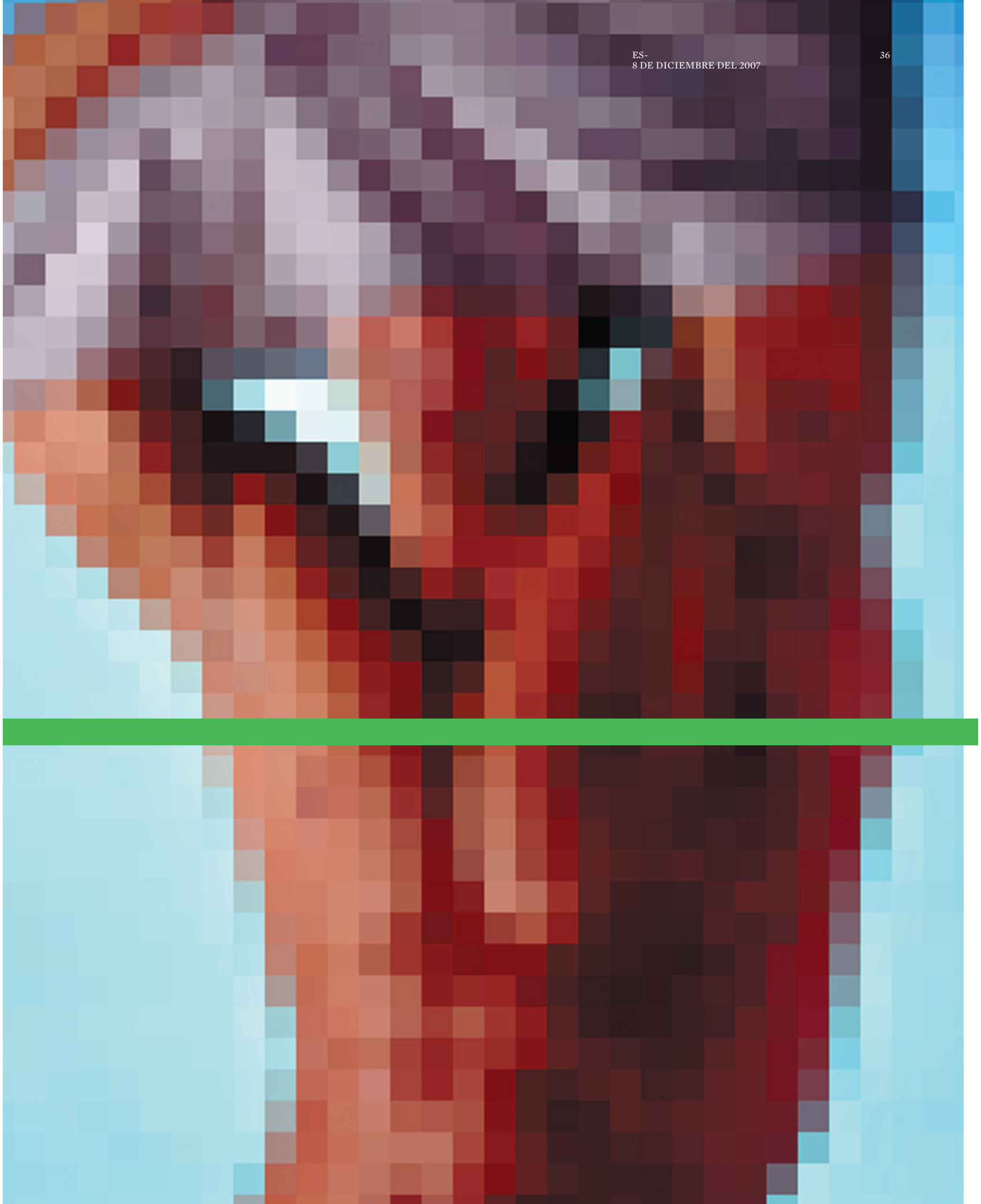
Cada vez son más los productos que se ofrecen con la etiqueta eco. El hogar también lo puede ser, pero, ¿cuándo amortizamos la inversión?

**EL BARRIO
DE ALMUDENA
Y CAMERON**

Los modelos Almudena y Cameron presentan su iniciativa para dar un impulso a su barrio de Madrid

EN JUEGO

Oriol Ripoll nos enseña esta semana a pensar de lado



Con webs como MySpace o Facebook, millones de personas parecen haberse puesto de acuerdo para colgar en internet sus hobbies, sus preferencias, sus fotos, incluso sus aspiraciones. ¿Es por deseo de ayudar a los demás o por simple exhibicionismo?

INTERNET PONE LA VIDA EN EL ESCAPARATE

Texto Cristina Sáez

Cuando *la_minouche* conoció a Kan, hace ya un par de años, pensó que quizás sería buena idea abrir un blog a través del cual explicar a su nueva amiga de Shanghai cómo era la vida en la ciudad de Barcelona. Con fotos, pequeños textos e incluso algún que otro vídeo corto, ha ido contando a lo largo de este tiempo a Kan qué era la noche de Sant Joan o cómo era un concierto del Summercase. De hecho, desde que tiene abierto su blog, esta internauta confiesa que no sale de casa sin su cámara digital o su móvil, con los que siempre está preparada y dispuesta a capturar pedazos de realidad.

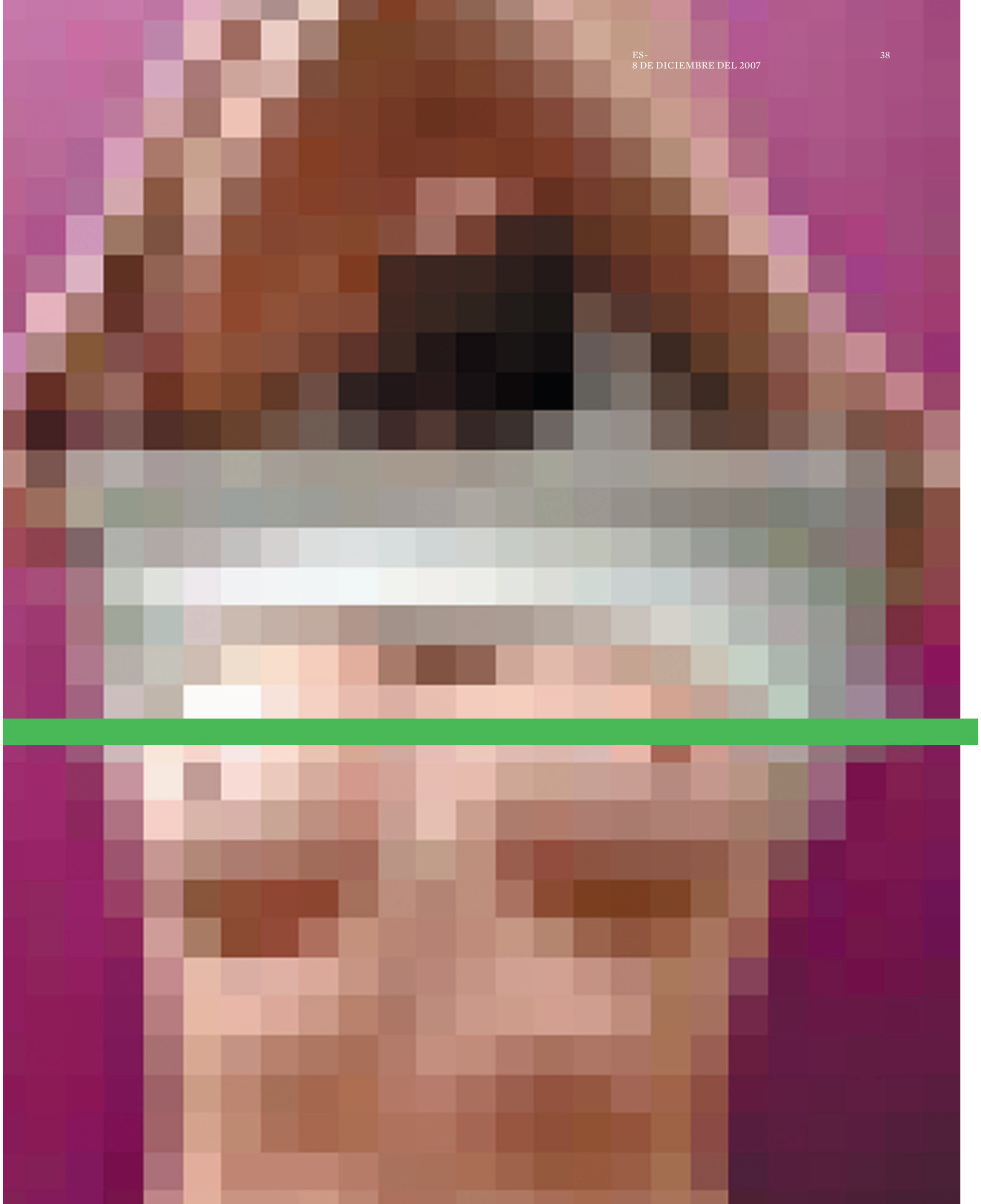
“Me abrí el blog porque me apetecía contarle lo que hacía a Kan, pero, además, también influyó el que mi hermana viva fuera. Con el blog, me ahorro mails –explica *la_minouche*–. Además, me permite hacer muchas más cosas, como elaborar listas de libros que leo o quiero leer, de canciones que me gustan; puedo incluir enlaces a webs, subir música y compartir fotos y vídeos. Y tanto Kan como mi hermana y el resto de mis contactos

pueden dejarme un post. Es más enriquecedor que un simple mail”.

Ésta no es su única experiencia en internet; suele chatear con amigos casi a diario; mantiene un fotoblog en Flickr, en el que cuelga todas sus vacaciones y fiestas de cumpleaños; y ahora unas amigas la acaban de convencer para que se abra un perfil en MySpace. “Había probado con Meetic y Match, pero no me gustaron. Me apunté para conocer gente, pero estaban completamente enfocados a encontrar pareja e... ¡iban muy a saco! En cambio, MySpace –asegura *la_minouche*, el nick o apodo que utiliza esta barcelonesa en internet– es ante todo una red de amigos, de amigos de amigos. Y me atrajo el hecho de poder ampliar mi círculo de amistades”. En su perfil, figuran todos sus datos personales, desde su nombre real y fotografía hasta sus aficiones, sus gustos, cuál es su película favorita o incluso el nombre de su gato. Ahora, además, ha publicado su currículum académico y profesional en otra web de este tipo, Facebook.

“En cierta forma, hay un punto exhibicionista en todo esto –considera *la_minouche*–, es una forma de decir ‘mira qué guay que soy, cuántas cosas he hecho y a cuántos sitios he ido’. Tengo fotografías en varias webs dedicadas al tema de los viajes y cuando me destacan en alguna, me siento super orgullosa”. Pero, puntualiza *la_minouche*, por otra parte, “es también una forma de buscar tu propio *target* de amigos, de encontrar a gente que es como tú y de ayudar a los demás. A lo mejor algunas de las cosas que cuento en mi blog pueden ser útiles para otro”.

Karrye, otra internauta, decidió abrir su fotoblog en mayo pasado. “¡Es muy, muy divertido! Me animaron unos compañeros de trabajo y la verdad es que me lo paso super bien. Empecé un poco para enseñar mi trabajo fotográfico, aunque, la verdad, cada vez lo fui personalizando más y más. Ahora tengo muchas fotos mías y de mis amigos, y me encanta leer los comentarios que la gente me deja, saber si les han gustado mis fotos o no, qué opinan, cuál es su favorita. ▶



► La_minouche y Karrye son tan sólo dos de los millones de internautas que cada día alimentan ese organismo vivo que es internet. Sus historias, sus pensamientos, sus ideas, sus palabras y sus imágenes se diluyen en los incalculables bytes que a diario engordan la red. Y es que a los seres humanos nos gusta ver y ser vistos, y, en este sentido, internet da alas. Motivados por una especie de necesidad vital de autoestima, de valoración, de reafirmación, de control, de vanidad e incluso de inmortalidad, coleccionamos y almacenamos memorias, experiencias, recuerdos, retazos de cotidianidad, para así poder llevar un recuento de nuestras vidas. O quizás, simplemente, un registro vital por razones meramente prácticas.

Hasta hace poco, invitábamos a los amigos y familiares a ver el vídeo de nuestra boda; el álbum de las vacaciones o las fotos de la comunión del niño; y encima de la mesa de la oficina lucía una foto de nuestra familia. Ahora, ese ejercicio de *exhibicionismo público* que antes practicábamos en *petit comité*, se multiplica ad infinitum gracias al desarrollo de nuevas tecnologías y herramientas, sumamente fáciles de usar y muy populares: desde el software para crear un blog o un fotoblog hasta los lápices de memoria que permiten transportar gigabytes de información, pasando por los teléfonos móviles con cámara de alta definición incorporada y otros muchos *gadgets* con los que atrapar y colgar parcelas de nuestras vidas. ¿El destinatario? Nosotros mismos, nuestro círculo de amistades o, por qué no, el mundo entero.

“Hay mucha gente que siente la necesidad de



ALGUNOS SE CONVIERTEN EN FAMOSOS, COMO LA JOVEN NATACHA MERRITT

de la misma forma que hay muchas personas a las que les gusta mostrar, también hay a quienes lo que les gusta es mirar. “De hecho, el voyeurismo electrónico es una de los fenómenos que más furor ha provocado en la red”, añade Canals.

En cambio, para Miguel Subías, presidente de la Asociación de Usuarios de Internet (AUI), que millones de internautas cuelgan sus vidas en la red tiene otra interpretación. “No es tanto exhibicionismo como compartir. Internet se basa en la aportación de una masa de millones de personas que cuelgan textos, fotografías, vídeos y construyen la red con sus aportaciones. Y su única

exhibirse delante de los demás, e internet es un medio que permite hacerlo de forma más discreta, sin sentirse cohibido –considera Francesc Canals, director del Observatorio de Internet–. Abren páginas web personales en las que cuelgan sus fotos de viajes, las de sus parejas, las de sus fiestas... Esta necesidad de exhibirse siempre ha existido, mucho antes que internet, y la progresiva incorporación de tecnologías ha hecho que se haya ido diversificando”. Pero

recompensa es participar en esa creación”, opina.

Primero fueron los blogs, los diarios personales on line, fáciles de crear y mantener, en los que millones de personas en todo el mundo vuelcan sus pensamientos, sus sentimientos y todo lo que se les pasa por la cabeza a diario. Aunque sólo unos pocos, los más afortunados, consiguen saltar a la fama y ser visitados cada día por miles de personas, mientras que la mayoría se pierde en un cosmos de información caótico. A continuación, aparecieron los moblogs, diarios que se podían actualizar y mantener desde el móvil y que permitían hacer entradas al momento. Y por último llegaron los fotoblogs, fotologs o flogs, que incluían imágenes además de textos, y que propiciaron un verdadero destape en masa; permitían una doble fantasía: ser observados por el ojo de la cerradura virtual a la vez que espiar vicios e intimidades ajenos. Son también otra forma de alimentar el narcisismo; los fotologueros compiten por ver quién es más visitado y unos pocos consiguen llamar la atención y convertirse en verdaderos *web celebrities*, como la veinteañera Natacha Merritt, que pasó de mostrar sus desinhibidas fotos eróticas en su flog (www.digitalgirly.com) a publicar un libro en varios idiomas con la editorial Taschen.

Por último, llegaron los perfiles en webs como MySpace, Meetic, Match, eConozco, Facebook o LikedIn, y la revolución del vídeo con YouTube. Sin intermediarios, ni censores –al menos por ahora– con libertad para publicar lo que uno quiera; todo el mundo puede tener sus 15 megas de fama. Tanto es así, que desde hace poco más ►

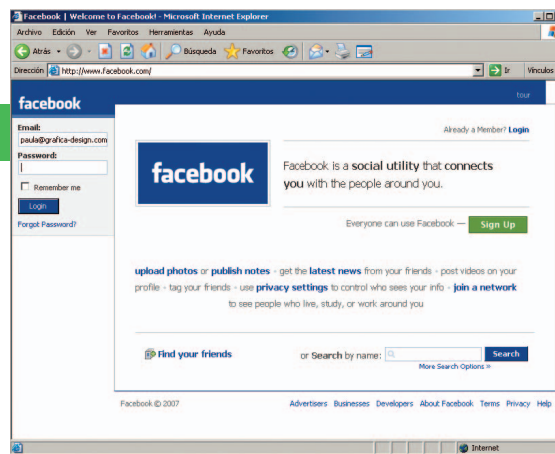
EL ‘YO IMAGINARIO’ DEJA PASO AL ‘YO REAL’

Entre tanta oferta, entre tantísimas iniciativas, cada vez triunfan más, paradójicamente, aquellas que nos muestran tal y como somos, que nos despojan de nuestros *yos imaginarios*. Con nuestros nombres, nuestra foto, nuestra profesión y edad... reales.

FACEBOOK

El usuario de Facebook puede organizar sus círculos sociales y decidir en cada momento quién tiene acceso a qué información y restringirla, de manera que sólo

los amigos íntimos, por ejemplo, puedan ver las fotos de las últimas vacaciones. Ya cuenta con 47 millones de perfiles. Se trata de una red social creada para poder seguirle la pista a los compañeros del colegio o de la universidad, enviarles fotos o mensajes, y retomar la amistad. Comenzó en la universidad de Harvard y sus usuarios suelen usar sus auténticos nombres y apellidos, declaran su sexo y edad reales, y su verdadera profesión. La suelen usar, sobre todo, mayores de 35 años para



Facebook es un sitio web que está registrando un fuerte crecimiento. Ya cuenta con 47 millones de perfiles

establecer relaciones personales. www.facebook.com

MYSPACE

Es un espacio que permite al usuario mantener un blog y un álbum de fotos, tener acceso a correo electrónico, colgar vídeos y música, o chatear con su lista de contactos. El usuario se crea un perfil, invita a sus amigos a hacerse uno o busca a personas que ya sean miembros, de manera que todos esos contactos se convierten en parte del Friend Space,

o espacio amigo. La gracia de esta web es que toda la gente del espacio de amigos de cada uno de los contactos que tenga el usuario pasa a formar parte de su red que, como una bola de nieve, cada día se va haciendo más y más grande. De MySpace han surgido un gran número de grupos musicales, que colgaban sus vídeos y sus canciones y han terminado dando el salto de la red a la fama. Es el caso del grupo Artick Monkeys, entre otros. www.myspace.com

► de un año este tipo de páginas está experimentando un verdadero boom, alimentado en parte por el empuje de la Web 2.0, la web social, que es la segunda generación de servicios basados en internet. Y los expertos vaticinan que esto es sólo el principio. “La clave del éxito está en la sencillez de las nuevas tecnologías, que han democratizado y popularizado su uso –explica Fernando Garrido, subdirector del Observatorio de la Cibersociedad e investigador en The Cocktail Analysis–. Las herramientas son tremendamente fáciles de usar y hacen que cualquier persona pueda tener un blog o un fotoblog”. Y es que con sólo dos clicks puedes colgar una imagen o actualizar tu diario.

Estas redes sociales, tejidas segundo a segundo por los usuarios, nos reconectan con amigos que creíamos perdidos; nos acercan a personas con perfiles muy similares al nuestro; nos ayudan a establecer amistades y también relaciones laborales. Y con algo de suerte, nos presentan posibles parejas. Además, estas webs funcionan como una plataforma de autopromoción para ser la persona que queremos ser; para que los demás nos vean como queremos que nos vean. Hay quienes alertan sobre la posible violación de la intimidad que supone que colguemos información personal en este tipo de webs, pero lo cierto es que en estas redes sociales sólo compartimos aquello que queremos compartir; enseñamos sólo nuestras mejores fotos; ponemos sólo nuestra mejor cara; dejamos que el otros deje comentarios en nuestros espacios personales sólo si nos parecen oportunos.

LOS USUARIOS TEJEN REDES SOCIALES QUE TIENEN EFECTOS EN SU VIDA ‘OFF LINE’

son accesibles para todo el mundo. Supongo que en el fondo soy celosa de mi intimidad”, explica la_minouche. “En mi fotoblog sólo pueden dejarme un comentario aquellos usuarios que tengan otro flog dentro del mismo servidor –explica Karrye–. Yo puedo bloquear comentarios que me parezcan ofensivos y también a un determinado usuario para que no pueda entrar nunca más. Es más, si encuentro algún contenido, algún texto o foto que sea ofensivo, puedo denunciarlo. En este sentido, creo que la política de defensa del usuario es bastante buena”.

No obstante, en muchas ocasiones, los usuarios no son completamente conscientes de la repercusión que puede tener la información que cuelgan en la red. ¿Para qué querría alguien mirar las fotos de tu boda o leer qué te pareció la última película que fuiste a ver? “Tus fotos familiares pueden acabar como fondo de pantalla de móvil de otra persona en la otra punta del mundo –alerta Canals, del Observatorio de Internet–. Los motores de búsqueda de las páginas de descarga

“Mis álbumes de fotos en Flickr están ordenados por grados de privacidad. Hay algunas fotos que sólo puedo ver yo; otras que sólo tengo para mis contactos de messenger, y las más neutras, que me gustan pero en las que ni salgo ni yo ni nadie de mi entorno,

de fotos rastrean la web y van cogiendo las fotos que encuentran a su paso y las incorporan en sus bases de datos”. Tampoco sería extraño ver una foto privada usada en publicidad. “Ya se han dado varios casos de personas que al abrir una revista descubren un anuncio en el que hay una imagen suya o que han hecho ellos –asegura Fernando Garrido, del Observatorio de la Cibersociedad–. Lo mismo ocurre con los blogs. Hay quienes han plagiado textos que luego han publicado en revistas o diarios”.

Quizás uno de los aspectos más inquietantes de la privacidad en internet se da en el ámbito de las relaciones sociales. “Nos encontramos con estudios –asegura Garrido– que recogen cómo los departamentos de recursos humanos de las empresas comienzan a utilizar Google como herramienta para obtener datos extra de los candidatos, sin que éstos hayan dado su aprobación y ni tan siquiera estén enterados”. A través del blog, del perfil en Facebook, el posible futuro jefe puede haber visto fotos de las vacaciones de sus candidatos, saber qué ideología política tienen, qué películas les gustan, cuáles son sus aficiones y, en general, cómo piensan. “La gente no es consciente del uso que se puede dar a esa información –alerta este investigador–. Pero es un tema sumamente serio, que origina problemas de forma mucho más frecuente de lo que pensamos. Antes de colgar nada en la red, hay que pensar en las repercusiones. ¿Queremos que los demás lean qué opinamos sobre tal o cual? ¿Que vean las fotos de casa? De ahí la importancia de la conciencia social”. ■

DE LA ELITE A LO MASIVO

LUJO, CALMA Y EXCLUSIVIDAD

Mientras la mayoría de los mortales se conforma con tener un perfil en MySpace, en LinkedIn o en Meetic, la jet set ha trasladado su mundo de lujo y exclusividad a internet. Se trata de SmallWorld, el Facebook de la elite, un sitio por el que se pasean Naomi Campbell, Paris Hilton o Quentin Tarantino. Como si fuera un club privado del mundo real, para entrar en Small World hace falta una invitación. Aquí los fabricantes son también de ultralujo, que alquilan jets, cajas en bancos suizos

o apartamentos de gran lujo en ciudades como Nueva York o París. Tiene 225.000 miembros. Es una bolsa de empleo de alta gama entre personas de buena compañía pero también organiza fiestas, algunas de ellas memorables, como la que montó en Saint Tropez y que hizo las delicias de famosetas como Paris Hilton.

www.smallworld.com

WAMBA

Es la versión latina de sitios como MySpace, Flickr o Facebook. Facilita la comunicación entre amigos,

conocer gente nueva, compartir contenidos audiovisuales, tener un blog o buscar antiguos compañeros de clase. Saltó a la red a inicios del 2007 desde Mallorca. Hoy tiene más de un millón de usuarios registrados, procedentes de España, Latinoamérica, Francia e Italia, según los datos de la empresa, que asegura que recibe unos 200.000 nuevos socios al mes.

www.wamba.com

YOUTUBE

Con el lema ‘broadcast yourself’, algo así como ‘difúndete a ti mismo’,

la simplicidad de esta herramienta y la inmediatez han propiciado que los internautas se lanzaran a subir millones de vídeos caseros, grabaciones, videoclips, montajes y todo aquello que se les pasara por la cabeza.

Cada día se cuelgan 70.000 nuevos clips, que circulan por la red a toda velocidad. Y, de media, del megavideoclub que es YouTube, se visionan a diario 100 millones de vídeos. YouTube es, además, un medio excepcional para difundir mensajes y campañas.

www.youtube.com



Paris Hilton



Quentin Tarantino



Naomi Campbell