

El legado de la estrella pop: Él también fue el rey de la tecnología

Michael Jackson era minucioso, perfeccionista y no reparaba en gastos. Siempre estaba a la vanguardia, tanto en el estudio de grabación, en el escenario como en la creación de sus videos.



GABRIELA BADE y ALEXIS IBARRA

Para llegar a la cima de la popularidad, Michael Jackson no sólo se valió de su talento musical. Una enorme máquina tecnológica le permitía hacer funcionar su imperio. La producción de sus discos se hizo siempre en los mejores estudios, lo mismo con sus videoclips y sus espectáculos.

“Era un artista que quería experimentar y explotar todo lo que fuera lo último y lo mejor. Para él no existían barreras de ningún tipo para desarrollar sus ideas, para lograr la ‘magia’”, cuenta el productor chileno Humberto Gatica, quien conoció el preciosismo de Jackson *in situ*: llegó a pasar 36 horas seguidas grabando con él para los discos “Thriller” y “Bad”, en los años 80.

Una pieza clave de su éxito fue el videoclip de “Thriller”. Era más bien un minifilm lleno de efectos especiales y que dirigió el cineasta John Landis. Claro que eso tuvo su precio. Mientras los clips de la época tenían un presupuesto de US\$50 mil, Jackson desembolsó US\$800 mil.

Hombre lobo

La transformación del cantante en hombre lobo era el mejor efecto del clip. Lo logró el talentoso Rick Baker, que usó materiales como látex para crear “maquillajes prostéticos” en el rostro de Jackson. Esto es una máscara que se esculpía y modelaba usando la forma del rostro del ídolo. La técnica lograba que se viera natural y hasta tuviera movimiento.

En su película de 1988, “Mo-



LA ÚLTIMA GIRA.— Entre 1997 y 1998 Michael Jackson recorrió por última vez el mundo con su gira “HIStory World Tour”. Como siempre, impactó con sus enormes pantallas y su pirotecnia visual.

onwalker” (que más bien era una colección de clips), incluyó la canción “Smooth Criminal”, cuyo clip fue dirigido por Colin Chilvers, que había ganado un Oscar por efectos especiales. En este video, el genio de Jackson se lució también tras la cámara: creó un sistema de anclaje para los zapatos que permitía que él y los bailarines se inclinaran más allá de lo permitido.

En 1991, Jackson volvió a golpear con “Black or White”. Y si parecía que eso sería todo, los que vieron su paso por Chile con la gira Dangerous, en 1993, saben que la perfección máxima estaba en sus shows



Hasta un videojuego protagonizó Michael Jackson. Se basó en la película “Moonwalker”.

Ahí la estrella fue el “morphing”, técnica que crea transiciones entre dos imágenes, para dar el efecto de que el rostro o el objeto se transforma. Personas de distintas razas iban cambiando de cara a lo largo del clip. La guinda de la torta fue la transformación del “rey del pop” en una pantera.

Y si parecía que eso sería todo, los que vieron su paso por Chile con la gira Dangerous, en 1993, saben que la perfección máxima estaba en sus shows

in vivo. Uno de los productores que trabajaron en ese concierto cuenta que, meses antes de la partida del tour, todo el show se ensayaba una y otra vez. Para eso, dentro de un estudio de Sony Pictures se montó el escenario real, donde los bailarines y técnicos afinaban los detalles. “Luces, sonido, todo era una máquina perfecta que se veía igual en cada país por el que pasó”, dice.

Para transportar toda la carga para esa gira, Jackson usaba dos aviones rusos. Y entre los chiches con que impactó al mundo, el rey del pop incluyó juegos pirotécnicos y dos enormes pantallas LED que recién hoy están incorporando algunos artistas.

OPINIÓN

Lo supe por Twitter

Supe y seguí por Twitter la muerte de Jackson gracias a que alguien lo vio por TMZ.com, un “blog” especializado en las copuchas del espectáculo y lo transmitió por esa red de contactos.

Los interesados en la suerte del rey del pop en el resto del mundo se volcaban a dicha aplicación: hubo 5 mil mensajes por minuto en la hora posterior a su deceso, casi tanto como cuando Obama ganó la elección.

Gracias a Jacko, este medio se graduó formalmente como sistema de comunicación instantáneo, porque por allí circuló todo, desde los enlaces a las noticias y los sentimientos de quienes se enteraban (incluyendo sus tristes fans y quienes mantenían su rechazo por pedófilo), hasta los chistes que, por supuesto, no tardaron en llegar.

La red se llenó de sitios con información y las principales redes sociales destacaron lo que tenían de la estrella pop, reaccionando rápido a las necesidades de los usuarios: YouTube abrió un canal especial; Facebook triplicó su tráfico y los sistemas automáticos de Google creyeron que las búsquedas que usaban el nombre del artista ligado a la palabra muerte eran un ataque informático de algún tipo, por la frecuencia que comenzaron a llegar.

¿Y los medios? A 1 hora desde que se supo el hecho no tenían la noticia. Dado que no había “fuentes confiables” que lo confirmaran, lo que todos sabíamos no era recogido por ellos. Llámalo responsabilidad, pero demuestra que los usuarios ya no esperan a los medios, buscan y se sirven las noticias por sí mismos, sin importar dónde estén.



J. C. Camus

Juan Carlos Camus es académico en la U. de Chile, experto en arquitectura de la información y escribe en Tidbits, del Poynter Institute, EE.UU. Su sitio es www.usando.info