

Tendencias globales

ANTONI GUTIÉRREZ-RUBÍ
@antonigr



La música y la protesta

En noviembre de 2013, el cantante Pharrell Williams lanzó su canción *Happy*, y lo hizo con un videoclip de 24 horas creado por Clément Durou y Pierre Dupaquier: *We Are from LA*.

Es el video más largo del mundo y accesible desde la web 24hoursofpharrell.com donde aparecen imágenes de la ciudad de Los Ángeles con ciudadanos bailando, así como personajes famosos.

De repente empezaron a colgarse en YouTube diferentes *remakes*, con la misma música, pero en otras ciudades del mundo: Barcelona, Nueva York, Vancouver, Londres, París, Dublín, Tokio, Buenos Aires y, también, México DF,

San Luis Potosí, Cancún, Saltillo o Torreón. En total, estos *lip dubs*, mostrando la belleza de las ciudades y la alegría de sus habitantes, se han llevado a cabo en mil 102 lugares de todo el mundo, como recoge la web *We are happy from...*

Una de estas ciudades es Porto Alegre. Allí, el ayuntamiento realizó un video (*Happy Porto Alegre*) que mostraba lo bonita que es la ciudad y lo felices que son sus ciudadanos. Sin embargo,

el malestar existe y un grupo de jóvenes han lanzado otro video, denominado *Unhappy Porto Alegre*, donde muestran las calles degradadas, la suciedad, la violencia y la mala gestión del ayuntamiento. El primer video promocional y con una visión amable y alegre ha tenido 59 mil visitas. El segundo video de protesta, 340 mil, referenciándose en medios de todo el mundo.

La música ayuda a comunicar políticamente, para bien o para mal. El activismo explora, cada vez más, nuevas formas de comunicación política, que tienen en común tres características ganadoras: las multitudes, las redes, las calles.

Una creatividad extraordinaria está desbordando los formatos clásicos de protesta, casi siempre asociados a las marchas, las manifestaciones o las sentadas. Los coros políticos, o la queja a través de composiciones musicales para ser interpretadas masivamente, forman parte de este nuevo fenómeno. Su atractivo reside en su capacidad para conseguir un momento memorable, altamente creativo y simpático, y con un fuerte impacto mediático. Lo lúdico y lo lúcido se dan la mano en estas nuevas tipologías de intervención pública: acti-

vismo que ocupa las calles, que nace en las redes y que impacta en los medios.

Cantar o gritar juntos forma parte de los nuevos tipos de respuestas masivas, irreverentes y sorprendentes. En la campaña de las elecciones presidenciales mexicanas, descubrimos una acción provocadora y muy efectiva: la “megamentada” crítica. Cinco mil personas impusieron en Jalisco el récord Guinness a la mentada de madre más grande del mundo, y que ahora abre una nueva categoría en este libro. El récord se logró después de que los habitantes superaran los 122 decibelios de ruido al gritar al unísono “Emilio, chingas a tu madre”, en referencia al gobernador de Jalisco, Emilio González Márquez.

“Algún día la política será una canción”, escribió el poeta León Felipe refiriéndose a otro poeta, Walt Whitman. De momento, para que sea así y mientras llegue ese día, cantemos. Motivos para hacerlo no faltan. No es tiempo de solistas. Los coros civiles y democráticos están esperando. Cantar para cambiar el mundo no es una fantasía, es parte de un proceso de recuperación del ánimo democrático, del reencuentro socializador y las energías liberadoras. ■

enroque □

