



Los días del Waka waka parecen estar contados



Shakira se mueve en el Waka waka.

■ PEDRO DE LA HOZ

NO SOLO PORQUE la definición de la Copa esté tocando puertas y, como se supone, tras la efervescencia de los goles venga la calma, sino por su propia naturaleza y proyección, parece que los días del **Waka waka** están contados.

Me refiero al tema musical que ha acompañado la promoción de la lid futbolística mundial de Sudáfrica, **Waka waka (this time for Africa)**, que en la interpretación de Shakira, con el grupo Freshlyground de fondo, si bien ha ganado la efímera apuesta de las listas de éxito, ha recibido también duras críticas.

Entre estas últimas, las de mayor entidad pasan por la observación de que a una parte del público del país anfitrión no les ha gustado la versión de la colombiana —en una nota de la SABS (South African Broadcasting System), personas encuestadas se refirieron a “la falta de convicción” de la cantante y a que “Freshlyground la hubiera defendido mejor”—, y por el ocultamiento publicitario en un primer momento del origen de la canción.

En el primer caso no cabe hablar en términos absolutos. **Waka waka** y Shakira cuentan con devotos tanto en las gradas de los estadios como en las discotecas. Tres días antes de la inauguración de la Copa,



Muchos se preguntan por qué no dejar en un primer plano a Freshlyground.

un cronista del diario Johannesburg Globe suscribía cómo “en las bocinas de los automóviles la música de la estrella colombiana se reproduce con tanta persistencia que parece que todas las calles de la ciudad se han puesto de acuerdo en sumarse, a través de la canción, al espíritu de la fiesta deportiva”.

Pero no es menos cierto que a muchos les hubiera encajado mejor que la voz del Mundial fuera sudafricana. A reservas de que en otro momento de este verano habremos de abordar la riqueza de una actualidad musical prácticamente desconocida en el hemisferio occidental —aquí mismo en Cuba padecemos un enorme vacío informativo en cuanto a lo que sucede con los sonidos de ese país austral—, doy razón a quienes deploraron la decisión de favorecer el protagonismo de Shakira Isabel Mebarak Ripoll, a partir de las propias contribuciones al disco del evento.

Explicemos ante todo que la selección de la canción oficial de la Copa es potestad de la FIFA en alianza con quien produce y distribuye el producto, la transnacional Sony Music. El zar de la organización deportiva, Joseph Blatter, celebró el tema por representar “lo que nosotros, los aficionados al fútbol, podemos esperar de Sudáfrica: vitalidad, poder y dinamismo”.

¿Acaso un grupo como Freshlyground no era capaz de encarnar por sí mismos esos valores? ¿Podía desconocerse el impacto de una formación que apenas dos años antes arrasó con los premios principales de la discografía doméstica, los SAMA, con una muestra enérgica de la fusión entre el

pop y las raíces folclóricas?

La insatisfacción parte de la presencia en el elenco del disco oficial del evento, **Listen Up: The Oficial 2010 FIFA World Cup Album** —integrado por otros once temas, además de **Waka waka**— de la banda UJU, liderada desde el 2006 por el cantante y poeta Nthutu Ndlovu, una de las revelaciones de la zona pop/rock en el país de Miriam Makeba. Eso sin contar con que en el álbum están incluidas, como figuras de relleno, una estampa mítica de la canción africana, la beniana Angelique Kidjo, quien ha asimilado con originalidad la impronta de los ritmos latinos, artista que ha revolucionado el hip hop en Europa por la equilibrada hibridación de sus fuentes sonoras. Nneka, hija de padre nigeriano y madre alemana, irrumpió el año pasado en la lista de éxitos de Alemania y Gran Bretaña y, en fecha reciente, alternó en una gira de conciertos por Europa con Lenny Kravitz.

Para la alianza Sony-FIFA resultaba más efectivo jugar al seguro la carta de Shakira por el terreno adelantado por esta en su andadura internacional.

Vale decir que las participaciones artísticas en este proyecto son honoríficas; la recaudación, tanto de la canción oficial como del álbum, tiene por destino desarrollar no menos de 20 de los llamados centros Football for Hope (Fútbol por la Esperanza) en tierras africanas.

Sin embargo, para la Sony se trata también de una operación de mercadotecnia. Dokus Ageepanana, analista de la industria del espectáculo que comparte sus investigaciones desde Pretoria, sacó cuentas acerca de cómo bastó que transcurriera un

mes desde el lanzamiento de **Waka waka** para que se quintuplicaran en las principales ciudades sudafricanas las ventas del álbum Loba, de Shakira, distribuido por Sony Music. Desde el punto de vista de las ganancias, eso es lo que importa. Poco interesa que al pasar los meses, **Waka waka** quede como un dato en los archivos históricos de la Copa, como sucedió con **Boom**, de Anastacia en la cumbre futbolística del 2002, o con **El tiempo de nuestras vidas**, del cuarteto Il Divo en el 2006.

En cuanto a la paternidad de **Waka waka** se formó una tormenta que parece haberse disipado después de unos cuantos rayos y truenos. En el anuncio oficial quedó establecida la autoría de Shakira, y pocos le prestaron atención a una acotación descriptiva del tema en el comunicado oficial de la FIFA: “Las guitarras sudafricanas apoyan un toque afrocolombiano y el ritmo soca. El coro es similar al de una popular canción camerunesa hecha famosa por Golden Voices en particular”.

En América Latina y otras partes del mundo, donde dicha aclaración pasó inadvertida, comenzó un rosario de descalificaciones que hilvanó desde la posibilidad de plagio hasta la falta de originalidad de la intérprete devenida compositora.

Lo curioso está en que en nuestras tierras casi nadie conoce a las Golden Voices (después adoptaron el nombre de Zangalewa), pero sí al dominicano Wilfredo Vargas, quien en 1988 logró que Las Chicas del Can y Miriam Cruz pegaran **El negro no puede**, que tomó el estribillo del primigenio **Waka waka**.

A Vargas lo instigaron para que presentara una demanda y lo desechó inmediatamente, pues al fin y al cabo, como dijo, ambos partieron de idéntica referencia.

Sin embargo, pocos se han cuestionado la interpretación de Shakira por sí misma. De un tiempo a esta parte la colombiana se ha ido apartando cada vez más de la expresión que predominaba en sus discos iniciales, cuando aportaba una línea interesante en el ámbito del pop latino. La estridencia de su emisión vocal y el abuso de efectos de vibrato se han convertido en un lugar común, en sentido inversamente proporcional a la imagen de la artista. Da la impresión de que ha elegido ser un producto visual antes que sonoro. No es noticia en estos tiempos que la imagen venda, que el continente sobrepase al contenido.

Después de todo, esa es la filosofía de la industria global del espectáculo.



Terror, comedias y cintas inolvidables

Lawrence Talbot regresa a su pueblo donde algo ha matado a muchos campesinos y para acabar con la carnicería, debe destruir a la temible criatura que se esconde en los bosques cercanos. Con esa pista argumental tan elocuente se sostienen los 125 minutos de duración de **El hombre lobo** (2010), del norteamericano Joe Johnston, con Benicio del Toro, proyección que ocupa desde ayer el circuito nacional de estrenos del ICAIC y que incluye en la capital a Yara, Payret, Acapulco, Multicine Infanta (sala 2), Lido, Alameda, Ambassador y Regla.

La programación infantil a escala nacional presenta como novedades **Mi vecino Totoro**, un animado japonés, y la siempre bien acogida cinta **Peter Pan**, de la factoría Disney.

En La Habana, el ICAIC, como parte de la programación de verano está presentando a lo largo de julio el ciclo **100 comedias**, con tandas en Riviera (lunes, martes, miércoles, jueves y domingos a las 6:00 y 9:00 p.m., y los viernes y sábados

solo a las 6:00 p.m.); Payret (lunes, miércoles, viernes y domingos a las 2:30 p.m.); Acapulco y Alameda (jueves, viernes, sábados y domingos a las 6:30 p.m.); y Continental (jueves, viernes, sábados y domingos, a las 7:00 p.m.).

También exhibe el ciclo **50 que no se olvidan** en La Rampa (diariamente a las 5:00 y 8:00 p.m.); Lido y Ambassador (viernes, sábados y domingos a las 6:30 p.m.) y Regla (viernes, sábados y domingos a las 8:30 p.m.).

Ambos ciclos especiales llegarán a los restantes territorios del país. Desde ayer y hasta el 14, circularán para ser programadas por los Centros Provinciales de Cine las comedias, **Aterrizo como puedas**, del norteamericano Jim Abrahams, con Leslie Nielsen; **Asterix y Obelix: Misión Cleopatra**, del francés Alain Chabat, con Gerard Depardieu; y **El magnífico cornudo**, del italiano Antonio Pietrangeli con Claudia Cardinale y Ugo Tognazzi; y del paquete **50 que no se olvidan** podrán verse **Por unos dólares más**,



Benicio del Toro en El hombre lobo.

del italiano Sergio Leone, con Clint Eastwood; **El padrino II**, del norteamericano Francis Ford Coppola, con Al Pacino y Robert de Niro; **Amadeus**, del checo Milos Forman, con Tom Hulce; y **Z**, del griego Costa Gavras, con Yves Montand y Jean Louis Trintignant.