

---

**EL FLASHMOB: ANTECEDENTES Y PERSPECTIVAS COMO PRÁCTICA  
ESCÉNICA COMPROMETIDA SOCIOPOLÍTICAMENTE**

Pilar Chauca  
Universidad de Málaga

Recibido: 15 de febrero de 2012

Aceptado: 1 de marzo de 2012

**Resumen:**

*Fruto del desasosiego y desorientación actual, la ciudadanía ha tomado la plaza. Un sector ha respondido con prácticas escénicas de aparente sinsentido como el Flashmob, solo diferenciadas de manifestaciones anteriores como el Happening por el medio de comunicación empleado, propio de nuestra Era Digital, clave para su difusión y repercusión fuera del sector artístico. Pero, su naturaleza emancipadora, callejera, efímera y reivindicativa corre el peligro de desaparecer en manos de estrategias de Marketing publicitarias. Sus ámbitos de repercusión en Educación e Identidad o su desamparo institucional la sumergen en una escena subterránea fuera del circuito<sup>1</sup>.*

**Palabras clave:** *Flashmob, Happening, Artes escénicas, Era Digital, acción.*

\* \* \* \* \*

**Su notabilidad, en cuanto a actualidad y vacío investigador y su naturaleza, motivos suficientes para su puesta en valor**

La actualidad del *Flashmob* y su vacío investigador son motivos suficientes para emprender una investigación profunda del fenómeno. Tal vez este vacío se deba a que apenas ha transcurrido una década desde su origen, con la publicación en 2002 de “Smartmobs: The next Social Revolution” de Howard Reingold, por lo que no existe trayectoria suficiente para tomar perspectiva y extraer conclusiones. Sin embargo, quizá tampoco se ha logrado reconocer la disciplina desde la que analizar este tipo de acciones, ¿desde la Sociología, la Antropología, la Política, la Educación, las Humanidades Digitales, el Arte, los Estudios Escénicos? algo que resulta paradójico en

---

<sup>1</sup> Resumen del Trabajo Fin de Máster “El *Flashmob*: Antecedentes y perspectivas como práctica escénica comprometida sociopolíticamente” del Máster en Desarrollos Sociales de la Cultura Artística de la Universidad de Málaga, 2012.

un momento en que la interdisciplinaridad ya no está discutida. Indudablemente, los ámbitos de repercusión del *Flashmob* son amplios, por lo que abordaremos el tema desde la multiplicidad de los mismos con un recorrido desde lo global hasta lo local, de EEUU, como lugar de nacimiento, a América, por su histórica implicación social, Europa, por la cercanía geográfica, para concluir con las iniciativas hoy en Málaga.

El objetivo es su puesta en valor, como práctica artística vinculada a las Artes Escénicas por sus antecedentes directos en el *Happening*; como vehículo transmisor de nuevos significados, valores culturales, identidad y memoria; y sus perspectivas como herramienta de reivindicación sociopolítica.

### **Fruto del desasosiego y desorientación actual, la ciudadanía ha tomado la calle**

Estamos atravesando un momento de fricción histórica caracterizada por fuertes cambios sociopolíticos, económicos y culturales. Síntoma de una misma enfermedad llamada democracia, para Jacques Rancière y causa de su ineficacia según Chantal Mouffe, que unido al carácter “rapaz” con el que el capitalismo ha practicado la economía nos hace replantearnos la construcción de la estructura social dominante.

En respuesta, la ciudadanía ha tomado la calle. Lo que defendiera Ernesto Laclau, los populismos contemporáneos, históricamente desdeñados, se han puesto de acuerdo surgiendo movimientos como el 15-M, bautizado conforme al mensaje de Stéphane Hessel como *Los Indignados*, que formados a raíz de la manifestación del 15 de mayo de 2011 convocada por la plataforma “Democracia Real Ya”, ha continuado su actividad al ritmo que lo hace la indignación, expresión, por otra parte, tan eficaz y efectista en sus comienzos como denostada hoy por su uso. Otra de las iniciativas proviene de un sector que ha respondido con prácticas escénicas de aparente sinsentido como el *Flashmob*, en el que multitudes instantáneas, convocadas por un soporte digital, un mensaje vía redes sociales, blogs, foros, e-mail o móvil, realizan algo inusual en el paisaje urbano, de manera “espontánea”, durante un breve periodo de tiempo. Práctica que se remonta al 2003 en Estados Unidos pero que proviene de una manifestación artística originada hace más de medio siglo, denominada *Happening*. La más reciente, con motivo de las rebajas donde una veintena de personas realizan un *flashmob* en la puerta de unos grandes almacenes de Bilbao para protestar por los recortes que está sufriendo la cultura sin aparente repercusión en la sociedad bajo el lema “la cultura no se rebaja”. En definitiva, “terceras vías” necesarias y posibles.

### **El lenguaje que la Era digital ha transformado**

La característica que distingue al *Flashmob* de manifestaciones anteriores, es el instrumento de comunicación del que se sirve, propio de nuestra Era Digital y clave para su difusión y repercusión fuera de la escena artística. Efectos de la Era de los *new media*, renombrados por Lev Manovich como *more media* por la ubicuidad de herramientas de software, que han supuesto más que una invención tecnológica, han creado una situación cultural nueva y desafiante donde los mecanismos de información, el tipo de relaciones sociales y la urbe han cambiado. Por otra parte, un debate sobre el trastorno de la nueva tecnología, que ya abrió Walter Benjamín en 1935 en cuanto a fotografía y cine, como destructores del único fenómeno de la distancia, el aura y al que se sumó medio siglo después, Paul Virilio, esta vez en el

ámbito de la telecomunicación, coincidiendo con el primero, en acusarlo de desplazar los patrones históricos de percepción.

Herramientas decisivas en la actualidad. Un ejemplo reciente, el éxito de las revueltas de Túnez y Egipto, para las que las redes sociales jugaron un papel fundamental. El 15-M, en el que twitter y el resto de comunidades virtuales tuvieron un papel decisivo. O asociaciones como Anonymus, que comenzaron ligadas al ciberactivismo y han cruzado de desarrollar su actividad en Internet a fuera de la red.

### **El origen del *Flashmob* y tipos**

Como comentamos, el origen del fenómeno se remonta al 2002, pero no es hasta 2003 cuando se produce el pistoletazo de salida. El artífice es el Webmaster californiano Robert Zazueta con la creación del sitio Web flocksmart.com desde el que organizaba diversos eventos de este tipo. Pero la primera acción “registrada” data del 3 de junio de 2003 en Nueva York a cargo del editor Bill Wasik, acción que resultaría fallida y que no desanimaría al autor, que el 17 del mismo mes volvería a intentar un *flashmob* en un centro comercial bajo el que ya se conoce como “Love Rug”. Sin embargo, no se llega a tener constancia de ninguno de ellos hasta que tres años más tarde publica el artículo “My crowd: Or, phase 5” en *Harper’s Magazine* donde relataba en detalle los hechos. Desde el primer experimento ha crecido a un número vertiginoso la cantidad de acciones que se llevan a cabo a diario internacionalmente, desde desfiles de zombies, las famosas guerras de almohadas o los bailes multitudinarios. Comenzaron como acciones en la categoría de *absurdmobs*, “multitudes absurdas”, más cercanas a la espectacularidad, y sus matices sociales o políticos los convirtieron en *smartmobs*, “multitudes inteligentes”, más comprometidos en ayudar de manera altruista y anónima a sectores de la población más desfavorecidos o para denunciar las injusticias sociales o políticas gubernamentales, en definitiva una llamada de atención. Con todo, hoy en día a todos los eventos se les suele denominar *flashmobs*.

En España el primer *flashmob* también tiene lugar en 2003 con una acción de lo más absurda en la ciudad de Barcelona y también supuso un fracaso. Años más tarde, en 2009, en la concurrida plaza del Museo Reina Sofía de Madrid se realiza una de las acciones más impactantes y sencillas coincidiendo con la cumbre del G-20 en Londres difundida por los activistas entre listas de correos, SMS o sitios Web con mensajes que bien podrían recordar a los manifiestos futuristas, de tipo “Reunidos para matar” o “El G-20 mata”. En Málaga, el primero, el convocado por la asociación “Granito en movimiento” coincidiendo con el Festival de Cine en abril de 2008 para denunciar mediante una “congelación” la dramática situación de hambre que atraviesan países en vías de desarrollo, al que siguieron otros como la guerra de almohadas en noviembre de 2008 en la Plaza de la Constitución. Del primero ejecutado en España, que apenas reunió diez personas, a éste que congregó aproximadamente a 250, la cantidad de participantes y acciones se ha multiplicado de una manera tan extraordinaria que nos hace reflexionar sobre la explosión que el fenómeno ha experimentado. En Hispanoamérica, si bien, también se han realizado *flashmobs* de puro entretenimiento como los “Sábados de burbujas” de Lima o Caracas; en países como Colombia, acciones más reivindicativas como la de “Transmifoto” tuvo la osadía de reunir a 400 personas para una toma masiva de imágenes en la Estación Héroes del Sistema Transmilenio replicando las exageradas restricciones gubernamentales, un *flashmob* que

servió de modelo para que alzaran la voz personas anónimas en foros de discusión en Internet sobre los graves problemas de terrorismo que la ciudad sufre.

### **Su naturaleza emancipadora, callejera y desmaterializada lo acerca al *Happening***

Sin duda, el *Flashmob* supone la emancipación de los *mass media*. Por lo tanto, si concebimos los medios como mediatizadores, ya no estamos mediatizados. Sin embargo, la discusión a cerca de si los medios, median o mediatizan, aún no está resuelta para los sociólogos. Para empezar, Philippe Breton, apunta la confusión entre los conceptos de mediación y mediatización, a lo que los argentinos Eliseo Verón y Mirta Varela añaden que los medios más bien se encargan de “transformar” el primero o son capaces de construir los acontecimientos expresamente para su mediatización, la segunda.

Pero indudablemente, el *Flashmob* actúa por un estímulo callejero. El pequeño clan de artistas de la acción reorganizado en tribus temporales, que para el artista de acción y gestor independiente Nelo Vilar invadía el orden social para transformar la experiencia en conciencia, se puede extrapolar al *Flashmob*. No es nueva la necesidad humana de utilizar el espacio público como soporte creativo; prácticas como las intervenciones urbanas, un “signo salvaje” fuera de campo y cercano a la vida para el crítico quebequés Patrice Loubier, los aforismos de la artista Jenny Holzer, la serie que Braco Dimitrijevic, *Casual Passer By*, viene desarrollando desde los 70 o cualquier graffiti urbano suponen la esencia de la cultura en acción. Juegos escénicos parientes de movimientos como el Situacionismo o el Fluxus. La desmaterialización del objeto con un “gesto antiartístico” de una obra efímera “sin pedestal” cuestiona las condiciones de exposición y desacredita el sistema tradicional de las Bellas Artes como ya lo hiciera Marcel Duchamp, escultores como Richard Serra con esculturas transitables o el gran Joan Brossa, con alguna de sus poesías visuales urbanas. Pero, si por algo nos recuerda al *Flashmob*, es por su faceta menos conocida, la del teatro brossiano, rupturista y adelantado a su tiempo, acciones-espectáculo, presentadas en los 60 pero escritas en los 40, precedentes por tanto del *Happening* o la *Performance*. Con todo, el concepto del arte como espectáculo estuvo presente en toda su obra.

Píldoras teatrales, símil de la naturaleza “express” de la que se caracteriza hoy la Cultura o más bien, la “microcultura” de los libros de un minuto, el twitter o las representaciones teatrales de menos de 15 minutos y para menos de 15 personas del “Microteatro Por Dinero” en Madrid. Si algunas obras del autor consistían en una subida y bajada del telón, hoy, la necesidad de una comunicación más urgente y directa nos vuelve a recordar el sabor que tiene lo efímero.

La imprevisibilidad formal, espacial y de tiempo, el azar, en definitiva, son algunos de los paralelismos que comparten este tipo de acciones, *flashmobs*, con las “actividades participativas” del precursor del *Happening*, Allan Kaprow. Interesado en el expresionismo abstracto de Jackson Pollock e influenciado por John Cage comenzó a crear obras que requerían de la participación de la audiencia, con la presentación de *18 Happenings in six parts* en la Galería Reuben de Nueva York en 1959, donde el espectador muta de pasivo a activo, es este nuevo tratamiento del público, rasgo característico de ambas. El escenario “alternativo”, lugares anticonvencionales como desvanes o escaparates en el caso de Claes Oldenburg en la década de los 60 o la calle en la actualidad, hacen que se establezca un diálogo con el espacio, urbano para el

*Flashmob*, que redefine el sentido y el significado de la obra. Por lo tanto, el desplazamiento y la experiencia es decisiva, irreplicable y única, la reacción del transeúnte también. En definitiva, la “representación” del teatro es sustituida por la “presentación” testimonial, sin artificio, sin exigencias de guión, del “aquí” y el “ahora” de acontecimientos colectivos sin jerarquías, sin autoría, pues. Prácticas híbridas, para las dos, que abren el debate sobre la arquitectura efímera y el diálogo sin diálogo del que hablaba Antonin Artaud.

### **Perspectivas y ámbitos de repercusión**

Será necesario un espacio y tiempo suficientes para resolver su continuidad. Sin embargo, su fecha de caducidad no es tan apremiante como la pérdida de su esencia. Campañas publicitarias que comenzaron amenazando con *marketing de guerrilla* hoy hacen uso del *Flashmob* para sus estrategias de comercialización, marcas como Heineken que con motivo de la Final de la UEFA de 2010 realiza un *flashmob* perfectamente guionizado en Madrid, la promoción de Eurovisión del mismo año donde la multitud, paralelamente, en diferentes países europeos baila al ritmo de una coreografía para el spot del certamen o programas de televisión como el de Oprah Winfrey en 2009, que consiguió reunir en la Avenida Michigan de Chicago a 20.000 personas. Un caso local, el de la Escuela Superior de Artes Escénicas de Málaga que incluye el *Flashmob* en sus actividades de acciones de Dance Marketing de alto impacto para presentaciones de productos. ¿Se convertirá el *Flashmob* en un objeto seriado, “sin título”? Otros riesgos, el fenómeno *friqui* o su confusión con estas y otras prácticas como los *lipdups*, bailes en playback.

Respecto al desamparo institucional, la situación de los copartícipes de un *flashmob* alude a veces a la del artista “emergente”, esta vez sumergido en la escena subterránea en la que convive con el teatro de acción que sobrevive gracias a la autogestión, no sabemos si por su todavía indefinición, desubicación o por la negativa desde los sectores institucionales a lo que se hace o dice dentro de él, pero corre el riesgo de quedar neutralizado por su argumento político, Leo Bassi, por ejemplo, pero obviamente, no tiene cabida dentro de un circuito por el que las entidades museísticas se han dado de codazos por entrar. Porque el espacio público, que por derecho era propiedad de los ciudadanos se ha transformado en espacio de turismo, propiedad de agentes exteriores ahora, que han creado un nuevo turista, el “turista cultural”, seríamos ingenuos en pensar que la Cultura con mayúsculas se podía desprender finalmente del factor económico del que se sustenta. Pero en Málaga las “sesiones a domicilio” de La Caldera Teatro o las encargadas para Facebook de Bajotierra son iniciativas paradigmas de cambio que nos hace reconciliarnos con la práctica artística y no perder la esperanza. Como apuntaba la profesora M<sup>a</sup> José Quero de la Universidad de Málaga, como en cualquier plan estratégico de un producto cualquiera, tenemos que averiguar el valor que podemos aportar, la diferencia en nuestro caso, más aún hoy donde el espectador ya no es el consumidor de antes, ahora además de consumir, “genera” en foros y redes sociales, se trata del calificado como “prosumidor”.

El *Flashmob* también tiene repercusión en la Educación, si concebimos el aprendizaje como John Dewey, una construcción de experiencias, la pedagogía urbana del *Flashmob* o de programas como los “Puntos de Cultura” del curador americano Celio Turino en Brasil, los educativos “Piensa en arte” de la Fundación de Cisneros, similares a los del Museo Picasso de Málaga, o la Bienal de Venecia de Bogotá del

diseñador gráfico y artista Franklin Aguirre, supone el libre acceso, la interacción y diálogo, la estimulación y la interpretación de significados solo a partir de los sentidos, de la experiencia, por un público lego en la materia, no por ello menos peligroso.

Por lo tanto, esta práctica supone una importante inclusión social, no solo por reunir a un grupo heterogéneo, sino por la visualización de la gente “sin historia”, de movimientos sociales hasta ahora ignorados por las corrientes historiográficas y trascendentales al presente.

Pero esta identidad que le reporta la multitud no está exenta de contradicciones, si este tipo de prácticas tienen lugar en un espacio des-ubicado, de tránsito, el designado como no-lugar por Marc Augé, el anonimato del que se caracteriza la “masa” no puede significar identidad sino “registro” de la identidad del paisaje humano de un país. ¿Podemos seguir afirmando que recurrir a la colectividad supone identidad, pues? Argumentos sintomáticos del enfrentamiento existente entre Globalización y Posmodernidad, si el primero atiende a la homogeneización y el segundo a la diferencia multicultural, el *Flashmob* tendrá como objetivo registrar las diferencias conectando a la mayoría para de este modo, cauterizar la desigualdad. Nestor García-Canclini o artistas de la performance como Guillermo Gómez Peña, exploraron las fronteras físicas y culturales.

### **Bibliografía:**

- W. BENJAMIN, La obra de arte en la época de su reproducción mecánica. Madrid, 2010  
[Documento disponible en Internet en:  
<http://diegolevis.com.ar/secciones/Infoteca/benjamin.pdf>] [consultado el 5-10-2011]
- J. BROSSA, Joan Brossa o la revolta poética. Catalunya, 2001
- J. DEWEY, Experiencia y educación. Madrid, 2004.
- N. GARCIA, Diferentes, Desiguales y Desconectados. Mapas de la interculturalidad. Barcelona, 2008.
- A. KAPROW, Allan Kaprow: art as life. Los Angeles, 2008.
- C. MOUFFE, La paradoja democrática. Barcelona, 2003.
- E. PARDO, “De emergentes a sumergidos. Nuevos artistas y mercado del Arte”,  
Arte y sociedad, nº 0 (2011). [Documento disponible en Internet en:  
<http://asri.eumed.net/1/eps.html>] [consultado el 15-02-2012]
- J. A. RAMIREZ, Duchamp, El amor y la muerte, incluso. Madrid, 2006.
- J. RANCIÈRE, El espectador emancipado. Castellón, 2010.
- N. VILAR, “El estímulo callejero”. Coolcultura, nº1 (2008). [Documento disponible en:  
<http://estaticocultura.carm.es/clt/ficheros/cooltura1.pdf>] [consultado el 12-1-2012]  
<http://www.submergentes.org/Nelo-Vilar> [consultado el 1-11-11]