

ARTÍCULO (25/4/2023)

Del sello al emoji: coronarse en tiempos de TikTok



La coronación de Isabel II fue el primer evento retransmitido a todo el mundo por televisión. Menos en España, adonde no había llegado aún la *caja tonta*. Marcó un antes y un después en la cultura de masas. El próximo 6 de mayo, su hijo Carlos III lucirá virtualmente un emoji con la silueta de la corona, mientras una lista de Spotify ejercerá como banda sonora de la ceremonia. La consultora creativa de marca Darwin & Verne analiza las 5 diferencias entre las dos temporadas de este Juego de Tronos a orillas del Támesis.

TikTok Save The King! Si Isabel II dio por inaugurada la era de la televisión en 1953, Carlos llegará en 2023 a las pantallas de miles de millones de personas en forma de memes, stories y tuits. Los usuarios estarán muy pendientes de cuándo pierde la paciencia el rey, de cuántas veces introduce su mano izquierda en el bolsillo y del momento en que Kate consiga que Guillermo y Enrique hablen, aunque sea del tiempo. Esto es lo que separa 1953 de 2023.

1 Un emoji de recuerdo 👑

Los dos millones de británicos que presenciaron en las calles de Londres el desfile en carroza de oro de Isabel II se pudieron llevar a casa, como recuerdo, un sello de correos, un *coronation chicken* (el plato creado al efecto que aún hoy se degusta en Reino Unido) o una de esas tazas de té con el rostro de su reina que poblarían los escaparates de cualquier Variety Store de Piccadilly. Ni un triste selfie. El 6 de mayo, los más nostálgicos comprarán souvenirs con las efigies de Carlos y Camila, quién sabe si de Meghan y Enrique, pero la gran mayoría compartirá con sus seguidores el momento histórico. La Casa Real ha dado a conocer el emoji oficial de la ceremonia que siluetea la corona que lucirá Carlos III.



2 En directo para todo el mundo. En España, en el NO-DO

Se calcula que 27 millones de británicos vieron en directo la ceremonia por televisión. Nos podemos imaginar los salones de las casas abarrotados de amigos, familiares y vecinos para presenciar el evento. Porque no todo el mundo tenía una tele. De hecho, los televisores se agotaron y la ceremonia hizo que se duplicaran las licencias para ver la BBC (en Reino Unido hay que pagar un canon para ello), que pasaron de 1,5 a 3 millones. La coronación se grabó en color, pero por limitaciones técnicas -los televisores aún eran en blanco y negro- se emitió en blanco y negro.

También la vieron en directo en países europeos como Francia, Bélgica, Alemania, Dinamarca y Países Bajos. Para España no hubo señal, entre otras cosas porque la televisión no llegó a nuestro país hasta el 28 de octubre de 1956, tres años después. Aquí nos tuvimos que conformar con el resumen del NO-DO, el noticiero oficial que se emitía en los cines antes de que comenzaran las películas. El reportaje terminaba henchido de patriotismo: “No podemos olvidar que la joven soberana se ha coronado también como reina de una porción de tierra española. Ojalá que el tiempo de Isabel II conozca el retorno del peñón de Gibraltar a nuestra patria”, decía el locutor.



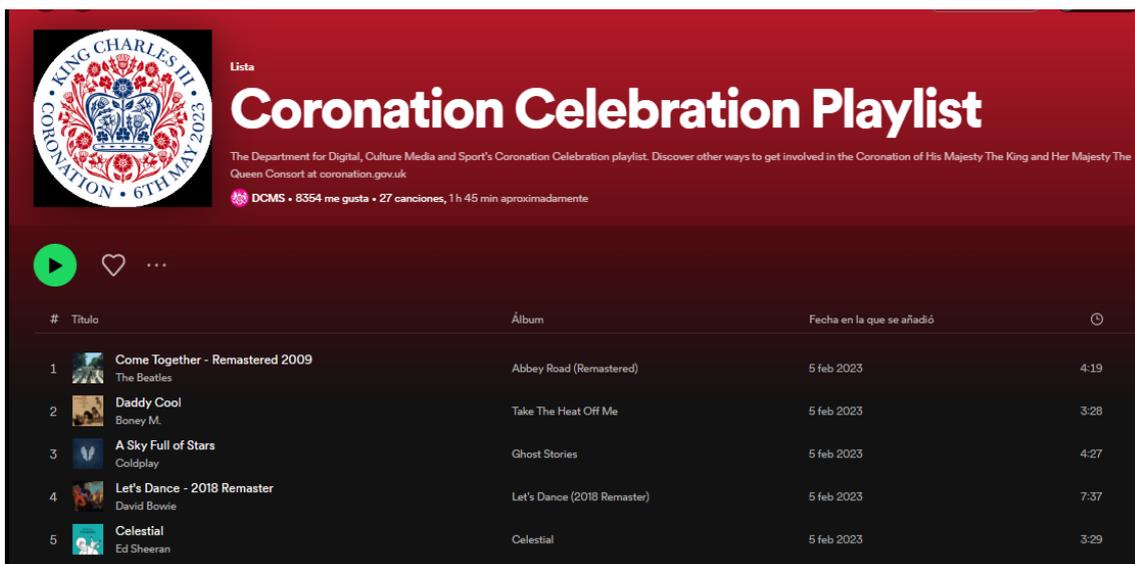
3 En 5G y sin bombarderos

¿Y cómo se vio en otros continentes? Aún no había emisión por satélite, así que el sistema elegido fue sorprendente: varios aviones volaron desde Londres a Canadá y Australia con las cintas de la coronación. Fueron necesarios 3 vuelos de bombarderos de la RAF (a las 13:30, 15:15 y 18:26), a medida que se desarrollaba la coronación, para que los rollos llegaran a Canadá y Estados Unidos y se emitiera esa tarde por televisión. En Australia las cintas aterrizaron tras un vuelo de 53 horas y 28 minutos. Allí lo verían en un “falso directo” dos días después.

Nada que ver con la cobertura prevista el próximo 6 de mayo, cuando probablemente los 7.000 millones de móviles que hay en el mundo recibirán en algún momento las emisiones en directo con la señal de la BBC, pero también los comentarios de 2.000 millones de usuarios de WhatsApp, las versiones personales de *youtubers* y *streamers* y los contenidos de 1.300 millones de *instagramers* y más de 1.000 millones de *tiktokers*. Un auténtico bombardeo virtual.

4 La BSO de la Coronación, en Spotify

Una de las novedades ha sido la creación de una *playlist* oficial propuesta por Palacio y que está disponible en Spotify. La selección de Carlos y Camila no ha estado exenta de polémica, porque siempre alguien echa en falta algún músico o alguna canción. Llama la atención la ausencia de Elton John, tan vinculada con la princesa Diana y que al parecer declinó participar en uno de los eventos de la Coronación. Quienes sí están son The Beatles, con Come Together, Boney M. con Daddy Cool, Coldplay con A Sky Full of Star, David Bowie con Let's Dance, Ed Sheeran con Celestial y Harry Styles con Treat People with Kindness. Y no podían faltar las Spice Girls con Say You're Be There. Todo ello sonará en los pubs de Londres, que ese día tendrán permiso para cerrar dos horas más tarde.



5 De Jackie Kennedy a Letizia: una periodista en palacio

Letizia Ortiz, que cubrió el 11-S para TVE en Washington, se sentará en los primeros bancos de la Abadía de Westminster como Reina de España. En un guiño de la historia, otra joven periodista de solo 22 años cubrió como reportera la coronación de Isabel II en Londres para el Washington Times. Se llamaba Jacqueline Bouvier, más conocida luego como Jackie Kennedy. Estuvo entre los 2.000 periodistas y 500 fotógrafos acreditados para la ceremonia.

Hoy puede parecer normal ese volumen de periodistas, pero era inusual en la época. En muchos aspectos la coronación de Isabel II marcó un antes y un después. Se calcula que la ceremonia la vieron en televisión 277 millones de personas. Es decir, más de 10 de cada 100

habitantes del planeta. Quizá no somos conscientes, 70 años después, pero la globalización que hoy experimentamos en redes sociales y gracias a millones de pantallas encendidas la anticipó Isabel II en 1953 cuando se empeñó en televisar su coronación pese a la oposición de su primer ministro, Winston Churchill, que prefería una reseña en la Enciclopedia Británica.

Conclusiones: del oro y el terciopelo al píxel

Las casas reales tratan de acercarse a la gente y desprenderse de su aura de soberbia y lujo. Desde hace un tiempo, observamos una inclinación a acercarse al pueblo, aunque siempre de forma unidireccional: ellos deciden qué quieren hacer público y qué no. El ejemplo más radical es el de Harry con su docuserie de conversaciones con Oprah Winfrey o su biografía “En la sombra”.

Para Darwin & Verne, es necesario ir un paso más allá para conectar con la sociedad, como lo comprendió Isabel II en 1953 o cuando rectificó tras la muerte de Lady Di. Se necesita un enfoque más transgresor y transparente, siendo conscientes de que la permacrisis es un caldo de cultivo idóneo para que surjan sentimientos antiélite que les afectan directamente.

Hoy en día la comunicación ya no es unidireccional: el contenido de un evento pasa a estar disponible para que los usuarios lo manipulen, se mofen, hagan memes, GIFs o lo publiquen orgullosamente en su muro. Apoyar la generación de conversaciones en redes sociales, la retransmisión por TikTok y la búsqueda de nuevos formatos serían elementos clave para actualizar esta “apertura de puertas” que ya comenzó Isabel II.

Este tipo de instituciones suelen temer estar en boca del público, ya que su reacción es siempre imprevisible. Sin embargo, darle un sentido a la comunicación y hacer partícipes a los ciudadanos del día a día de la realeza puede servirles para convertirlos en *celebrities* queridas, y alejarles de la imagen de una élite alejada de la realidad. La naturalidad fue una de las claves en la admiración de la sociedad británica hacia Lady Di.