



CHARO VALENZUELA

Actuación del grupo Undrop en el castillo de Salobreña.

## De la publicidad al ascetismo

El grupo Undrop arrasa en Salobreña con su rock directo y sus mensajes contra las drogas

JESÚS ARIAS. **Granada**  
Pura paradoja: un anuncio para una multinacional del refresco de cola ha logrado que una banda de rock, Undrop, tenga la suficiente repercusión como para poder llevar su personal mensaje vegetariano y asceta a miles de personas cada día. Los hermanos Tomas y Steffan Rundqvist, cantante y batería respectivamente, y el bajista Antonio Crespo, practicantes del budismo, han aprovechado el tirón de la televisión para no cesar de repetir "no fuméis, no bebáis alcohol, no toméis drogas" a los miles de adolescentes que van a sus conciertos. La noche del viernes arrasaron en la localidad granadina de Salobreña. Demostraron que también a la filosofía se puede llegar desde la publicidad.

Undrop son ese grupo del anuncio al que, en plena actuación, el público comienza a interrumpir con observaciones quisquillosas hasta que los músicos

estallan y se ponen a saltar como locos. Su presencia en los televisores ha hecho que en poco más de dos meses hayan dejado de ser una banda que se pasó tres años en las carreteras españolas, tocando de garito en garito y viajando en furgoneta, para convertirse en el grupo de moda, con más de 150.000 discos vendidos.

"En realidad, en lo único que el éxito ha hecho que algo cambie para nosotros es que nuestra furgoneta ahora es legal", comenta sonriente Tomas Rundqvist, de 27 años. "Hemos procurado que todo esto no cambie para nada nuestra forma de vivir. Hemos mejorado en que antes teníamos que preocuparnos de un montón de cosas, de arreglar la furgoneta, de negociar contratos y todo eso. Ahora tenemos mucho más tiempo para meditar y seguir nuestra vida espiritual".

El castillo árabe de Salobreña, un paisaje insólito similar

al de la Alhambra, desde donde se domina el mar, fue el escenario escogido por Undrop para tocar el pasado viernes. Entre 1.000 y 1.500 personas abarrotaron el recinto del concierto. Lo más sorprendente es que el público, en su mayoría, no rebasaría los 16 años. Había niños a decenas de seis, siete años, que insistían en quedarse hasta el final del concierto cuando eran ya cerca las dos de la madrugada. Padres e hijos se volvieron locos cuando los Undrop, por cortesía, apenas iniciada su actuación, interpretaron la famosa canción del anuncio, *Train*. El griterío era ensordecedor.

Como buenos vegetarianos, en su camerino los integrantes de Undrop ofrecen agua y frutas como un manjar exquisito. No cierran las puertas a los fans como las estrellas en uso e intercambian direcciones con quienes lo deseen. La única condición es que no se fume delan-

te de ellos diez minutos antes de tocar. Por lo demás, absolutamente accesibles y amables. Las tablas de años tocando en cualquier parte, desde que el grupo se formó en Ávila, hacen que el directo de Undrop sea apabullante. Del *reggae* al rock más potente, de los temas acústicos a rancheras mexicanas, los miembros del grupo no dejan que el concierto decaiga ni un solo momento. Entre canción y canción, invitan al público a beber agua en lugar de alcohol, a ser pacifista y tolerante y advierten que la mejor manera de cambiar el mundo es empezando por uno mismo. Los adolescentes los miran con los ojos muy abiertos.

La noche del viernes demostraron ser potentes, coherentes, y una de las mejores bandas que han aparecido en el mercado mundial en los últimos años, al margen del oleaje de las modas y la publicidad. Otra paradoja.