

MADRID

▶ ESTÁ PASANDO

Incendio en la sierra oeste

Accidente en el metro

Atraco en Usera

A

Y la Gran Vía se hizo Broadway

- 'Mas de 100 mentiras', 'El Rey León', 'Hair', 'Follies'... El auge de los musicales en la capital se hace patente en un paseo por la Gran Vía y alrededores. Cerca de 20 espectáculos a la vez que atraen a público de todas partes

PATRICIA ORTEGA DOLZ | Madrid | 17 DIC 2011 - 03:13 CET

4

Archivado en: Musicales Teatro musical Madrid Teatro Artes escénicas Comunidad de Madrid
Espectáculos España



Los protagonistas de algunos de los principales musicales de la capital posan en la Gran Vía. /
BERNARDO PÉREZ



398

Twitter

18

Enviar

Compartir

Enviar

Imprimir

Ha pasado más de una década desde que Paloma San Basilio y José Sacristán se subieron al escenario del Teatro Calderón como protagonistas del musical *El hombre de la Mancha*. Aquel estreno, un 20 diciembre de 1997, marcó un antes y un después en la escena madrileña. Ya no hay que ir a Broadway para ver *Evita*, *Los Miserables*, *Jesucristo Superstar* o *El Rey León*. Hoy Madrid, con cerca de 20 musicales en cartel, es capital musical. Madrid es también Broadway.

"Tras el éxito de *El hombre de la Mancha* vimos que la ciudad tenía capacidad, a pesar del riesgo que supone producir un musical (una inversión de entre 3 y 3,5 millones de euros de promedio), y fuimos un poco más allá al año siguiente con *La Bella y la Bestia*", dice Julia Gómez Cora, directora de Stage Entertainment, la promotora de *El Rey León*. "Desde entonces llegan grandes títulos del género, se puede ver casi lo mismo que en el resto del mundo en nuestro idioma, Madrid ya es capital musical, algo impensable hace diez años", asegura.



El turismo de musicales reporta entre 200 y 250 millones de euros a la ciudad al año

El teatro musical, el arte de contar historias con canciones, se remonta a las tragedias griegas. Según estudios sobre la historia de los musicales, luego estuvieron influenciados por la ópera ligera y la opereta. El primer musical de Broadway (con 50

interpretaciones), fue *The Elves* en 1857. Y ocurrió algo insólito: los espectáculos musicales se convirtieron en un gigantesco imán turístico. Sin ir más lejos, el *merchandising* de camisetas, llaveros y toda clase de objetos que inundan Nueva York con la frase "I love NY" en la que el verbo ha sido sustituido por un corazón, proviene precisamente del título del musical del mismo nombre, que utilizó ese símbolo en su campaña publicitaria de los setenta.

Madrid no se ha quedado atrás y ha reconocido el valor económico de los musicales. Según los estudios de la promotora Stage Entertainment, basados en encuestas a espectadores, el turismo de musicales reporta entre 200 y 250 millones de euros a la ciudad al año, de acuerdo con el gasto de los casi tres millones que acuden a la capital desde fuera y que representan el 50% del público.

Las ciudades que más turismo musical generan son las conectadas con el AVE: Barcelona, Sevilla, Málaga... "El desarrollo de los trenes de alta velocidad es una de las claves de su éxito en Madrid, el turismo interior es vital", corrobora José María Cámara, presidente de Drive Enterteinment (*Más de 100 mentiras*, *Sonrisas y Lágrimas* y antes *Hoy no me puedo levantar* y *Los 40 el musical*), que baraja idénticos datos: "El 50% de los espectadores son de fuera de Madrid durante el fin de semana y, no menos del 25%, en el curso de la misma", matiza.

“*Los casi tres millones de espectadores que acuden cada año para ver musicales suponen el 50% del público*”



Una de las escenas de 'Sonrisas y Lágrimas' durante el ensayo en la nave de Arganda del Rey. / CARLOS ROSILLO

Según Gómez Cora, un 30% del público hace depender la compra de su billete de la entrada del musical.

"Para la mayoría es un acontecimiento, vienen por algo especial (cumpleaños, aniversarios, declaraciones de amor...) por eso no podemos fallar", explica.

Curiosamente, destacan, dentro del turismo de musicales, los visitantes canarios: "Esa es la razón por la que hemos estrenado *Sonrisas y Lágrimas* en Tenerife", agrega Cámara, que anuncia que el espectáculo llegará a la Gran Vía en septiembre y lamenta

la escasa implicación de la administración pública en este fenómeno: "No puede ser que la Gran Vía siga estando llena de descuidados y sin un tráfico ordenado, deberíamos aprender de Nueva York y de como cuidan la calle 42".

Tampoco es baladí el número de espectadores que descubren el teatro a través de un musical: "Según nuestras encuestas, la mayoría no había pisado un teatro en su vida, son espectáculos que reúnen todas las artes (danza, teatro, música, grandes montajes...) y que acogen un amplio espectro de público, aunque sean más o menos familiares. El género musical ha servido para popularizar otra vez los teatros", concluye Gómez Cora.

Algo parecido le sucedió al actor José María Pou, director artístico del Teatro de la Latina, con su programa sobre musicales de Radio Nacional, *La Calle 42*, que nació para cubrir tres meses de un verano y la legión de oyentes que cosechó lo mantuvo 15 años, de 1985 a 2000. "Cuando yo empecé con Concha Barral lo de los musicales era una cosa extraña en este país, eran un hecho extraordinario que se producía cada cuatro o cinco años", recuerda. "Sin embargo, a las dos semanas, la gente empezó a salir del armario y a enviarnos cartas y a pedir los discos que poníamos y que yo traía de Londres o Nueva York en los grandes almacenes... 15 años más tarde, el musical era un hecho cotidiano", concluye.

Para los actores también supone un gran cambio y la superación de algunos prejuicios, como señala Alex Baraona (Tuli en *Más de 100 mentiras*): "De pronto se cae la cuarta pared e interactúas con el público, tienes que entregarte a él".

Una veintena de musicales en cartel y los que vienen: *Pretty Woman my love*, *Sonrisas y Lágrimas* y el *Follies* de Stephen Sondheim (música y letras) y James Goldman (libreto) que Mario Gas estrenará en el Español en enero.

"Es posible que haya un auge de musicales, son trabajos serios, que han mejorado el nivel en los últimos tiempos, sin embargo, me sobran musicales de franquicia, todos esos que vienen ya avalados por éxitos de taquilla fuera; y musicales *yukebox*, que parten del éxito de un artista (*Mama Mía*, *Queen*, *Hoy no me puedo levantar*, *Más de 100 Mentiras*)", dice el crítico Marcos Ordóñez. "Para mi mentalidad clásica, el verdadero musical es el orgánico, el que viene de un libreto y crea canciones específicas para ese libreto". Siempre se puede afinar más.