



Y la Gran Vía se hizo Broadway

Hace 15 años pocos podían imaginar que un día coincidirían una veintena de musicales en la cartelera madrileña. Hoy son una seña de identidad de la ciudad y un potente imán que atrae cada año a tres millones de espectadores

PATRICIA ORTEGA DOLZ
Madrid

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 *Los miserables*, *Jesucristo Superstar* o *El rey león*. Hoy, con cerca de 20 musicales en cartel, Madrid es una capital del género y la Gran Vía, un pequeño 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 y en nuestro idioma. Madrid ya es capital musical, algo impensable hace 10 años", asegura.

El teatro musical, el arte de contar historias con canciones, se remonta a las tragedias griegas. Según estudios sobre su historia, los siguientes pasos fueron la ópera ligera y la opereta. El primer musical de Broadway (con 50 interpretaciones), fue *The Elves* en 1857. Y ocurrió algo inesperado: 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 aprovechado 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, gracias al 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 tre-

nes 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 Entertainment (*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.

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 ra-

zón por la que hemos estrenado *Sonrisas y lágrimas* en Tenerife", agrega Cámara, que anuncia que el espectáculo llegará a la Gran Vía en septiembre. El presidente de Drive Entertainment lamenta la escasa implicación de la Administración 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 cómo cuidan la calle 42".

Tampoco es baladí el número de espectadores que descubren el teatro a través del musical: "Según las encuestas, la mayoría no había pisado un teatro en su vida, son espectáculos que aún no 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 ser-



En plena Gran Vía, de izquierda a derecha: María (Silvia Luchetti) y Capitán Von Trapp (Carlos J. Benito), de *Sonrisas y Lágrimas*; Billy Flynn (Manuel Bandera) y Roxi Hart (María Blanco), de *Chicago*; Sportacus (Kiko Jiménez), de *Lazytown*; Tuli (Alex Barahona), de *Más de 100 mentiras*; Lucía Giménez, de *Hair*; Alex O'Dogherty, de *The Hole*; Queso (Juan Antonio Carrera), Pinocho (Sara Gravalos), Caperucita (Irene montes) y, colocados delante de todos, Samuel (Víctor Massán), de *Más de 100 mentiras*, y Rafiki (Brenda Mhlongo), de *El Rey León*. / BERNARDO PÉREZ

vido 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 empecé con Concha Barral lo de los musicales eran 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... Quince años más tarde, el musical era un hecho cotidiano", concluye.

Para los actores también supo un gran cambio y la superación de algunos prejuicios, señala

Alex Baraona (Tuli en *Más de 100 mentiras*): "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. A mí 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 (*Mamma mia*, *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".