

EL PAÍS, miércoles 25 de marzo de 2015

53

pantallas

TELEVISIÓN

Fiebre por 'Mad Men' en Nueva York

- ▶ La ciudad rinde homenaje a la serie de los publicistas con varios eventos
- ▶ Los últimos capítulos comenzarán a emitirse en EE UU la próxima semana

I. CRESPO
Nueva York

"Quedemos en Mad Men Avenue con Don Draper Way. Justo en *El banco de Draper*". Hasta el verano, el número 1271 de la Avenida de las Américas pasará a ser llamado así y será un nuevo punto de cita en Nueva York, con un significado especial para los fans de la serie que el próximo 5 de abril (el 6 en Canal + Series) empieza a emitir sus últimos episodios.

El banco de Don fue desvelado al público en la gélida mañana del lunes. Es la silueta blanca y negra de Don Draper, la imagen icónica de la serie desde el principio, y está colocado justo delante del Time & Life Building, el edificio al que se mudaron los protagonistas de la serie cuando refundaron Sterling Cooper Draper Pryce. "Para nuestros *mad men* —y *women*— este edificio representaba un comienzo nuevo", dijo en la presentación el presidente de la cadena AMC, Charlie Collier.

"Para el brillante creador de *Mad Men*, Matthew Weiner, la autenticidad era clave, así que cada detalle de la serie, de la arquitectura a los muebles o las vistas de la oficina esquinada de Don Draper en el piso 37, todo tenía que ser fiel a como era en el Nueva York de los años sesenta", continuó Collier. Weiner se pasó dos años documentándose sobre la ciudad en aquella década, cada restaurante, cada edificio que podían haber pisado aquellos publicistas, lo que vestían, lo que fumaban o lo que bebían. Esa minuciosa investigación le permitió que, salvo en el caso del piloto, pudieran rodar con un presupuesto menor en escenarios recreados en Los Ángeles en vez de en Nueva York. Jon Hamm, John Slattery, January Jones, Christina Hendricks y Elisabeth Moss fueron los primeros en sentarse en el banco que será un

El actor Jon Hamm, Don Draper en *Mad Men*, en el banco sobre la serie instalado en Nueva York. / CHARLES SYKES (AP)

La despedida incluye un banco en la calle con la sombra de Don Draper

nuevo reclamo para adictos a la serie y a los *selfies*. Y el homenaje más simbólico que le da la ciudad a una de sus series favoritas.

Una despedida a la que el Museo de la Imagen en Movimiento de Queens también se ha unido con una exposición comisariada por el propio Matthew Weiner en la que se han recreado dos escenarios míticos de la serie —la primera cocina de Don y Betty y el último despacho de Don— y la sala de los guionistas tal y como la tenían

el día que escribieron el último capítulo emitido el año pasado. Aunque breve, la muestra es un nostálgico recorrido por las siete temporadas, con notas personales de Weiner, vestuario de los protagonistas y objetos como la caja llena de recuerdos de la identidad real de Don Draper o el mueble bar de Joan.

La comida y, sobre todo, la bebida han sido elementos importantes en la serie. Y, por eso, Nueva York también ha querido despedir la ficción celebrando la *Mad Men* Dining Week, una semana en la que más de 30 restaurantes de la ciudad ofrecen cócteles o almuerzos inspirados en sus protagonistas y en la década de los sesenta. Entre la lista de locales está el P.J. Clarke's donde Peggy, aún secretaria, celebró su primer éxi-

to como publicista en la primera temporada; y el Barbetta, donde Betty ya casada con Henry se encuentra con Don y una joven cita.

Pero, sin duda, la despedida más emotiva y deseada por los fans serán las charlas que Matthew Weiner tiene programadas para las próximas semanas en distintos puntos de la ciudad y en las que ha prometido desvelar secretos ahora que se siente relajado con la serie terminada. Weiner empezó el *tour* la semana pasada en el Museo de Imagen en Movimiento y acabará en la Biblioteca Pública de la Quinta Avenida días después del final de *Mad Men*, programado para el 17 de mayo. El día en el que todos los fans probablemente quedarán en Mad Men Avenue con Don Draper Way. Justo en *El banco de Draper*.

La ópera

DAVID TRUEBA

Entre las penosas noticias que atenazan a TVE, cuya pérdida de sintonía con los tiempos actuales es culpa de la perversa obsesión del poder político por someterla y controlarla, apuntaremos un espacio interesante y recomendable. Ya hace algún tiempo destacábamos un programa de divulgación que puso en marcha la televisión pública catalana con el título de *Opera en txans*. Su traspaso a La 2 para 30 programas es fruto de aquel éxito, pero también de la carencia habitual de espacios que traten la cultura con una cierta pasión. Heredero directo de aquellos *Clásicos populares* que Fernando Argenta sostuvo en la radio durante décadas, el programa actual, que se titula *This is Opera*, supongo que para subrayar su vocación internacional, se acerca a los grandes autores de la tradición clásica.

El programa viaja por el mundo y trata de analizar piezas destacadas desde varios enfoques. Unos más rigurosos que otros, pero casi todos de enorme interés, sobre todo en un país donde la música apenas tiene espacios fuera del marginal empeño por hacer caja en las franjas nocturnas. Hay anécdotas históricas, en-



Ramon Gener.

trévisas, acercamientos a los oficios, análisis que abren un poco las orejas de los espectadores y un despliegue en forma de abanico que sirve para tratar distintas vertientes en un mismo programa y evitar quizá sumirse en elementos demasiado elevados e inasequibles. *This is Opera* tiene vocación popular y está diseñado para ser disfrutado por quienes no han acudido a un teatro de bel canto en su vida.

Las virtudes y defectos se concilian en la figura de su presentador, el barítono Ramon Gener, que ejerce de maestro de ceremonias, experto, pianista y animador. Su carácter le convierte en una especie de Frank de la Jungla en los pasillos de los teatros de ópera, algo inevitable en la televisión moderna tan personalista. A ratos cae en cierta estridencia y aceleración, incluso es abusivamente el centro de toda narración, pero con un mayor autotransmisión el programa sería menos explosivo, menos rotundo, y la televisión cultural parece necesitar de esa sobredosis de pasión que engancha en contenidos más primarios. Lo básico es que el programa es disfrutable pese a la falta de sosiego, es formativo y contiene perlas que acercan un arte tan elevado como poco frecuentado.

CRÍTICA 'La voz'

Más 'show' que 'talent'

DARÍO MANRIQUE

Cuando, en algún momento de los 190 minutos de programa, Laura Pausini sugirió a la concursante que acababa de ejecutar una flamígera versión de *Smile*, composición de Charles Chaplin inmortalizada por Judy Garland, que ese tema "no debe ser cantado con tanta fuerza vocal", la vocalista pareció lanzar una involuntaria enmienda a la totalidad a *La voz*: si por algo se caracteriza el concurso de talentos de Telecinco es por la falta de mesura de sus concursantes al cantar. Desgarro, melismas barrocos y climax épicos son elementos casi indispensables en cada interpretación.

Tiene que ver con el tipo de

voces que se escoge. Las más apreciadas en el programa suelen ser las de corte negro o flamenco, más propensas a la exhibición. El estreno de la tercera temporada profundizó en esas estentóreas tipologías, aunque también hubo un cantante lírico haciéndose un Pavarotti con la inevitable *Nessun dorma*, un cantante callejero sordo de un oído o el golpe de efecto de dos gemelas entonando al alimón.

Teniendo en cuenta que cada uno de los 15 candidatos actúa durante un minuto y medio en esta etapa inicial, la parte estrictamente musical del *talent show* no llega a los 23 minutos (de 190, recordemos). El resto son piques amistosos entre los jueces (con las no-

Los preparadores de *La voz*, en un momento del primer programa.

vedades de unos Pausini y Alejandro Sanz muy sueltos), presentaciones de los concursantes con sus familias, cortes publicitarios, resúmenes de lo ocurrido y bastantes lágrimas de emoción, algunas de ellas infantiles.

Más *show* que *talent*, en definitiva, una fórmula que hasta ahora

ha funcionado de maravilla en términos de audiencia, con lo que no cambiará demasiado. Para descubrir voces singulares, ricas en matices o sorprendentes, aún hay que escuchar fuera de la televisión. *La voz* busca gargantas estereotipadas y efectistas que encajen en el espectáculo.