



LADRÓN DE FUEGO

ÁNGEL  
ANTONIO  
HERRERA

## Julio Iglesias, en otra letra

«El libro de Ignacio Peyró es un retrato lúdico de un artista también lúdico»

Ignacio Peyró ha logrado un libro sobre Julio Iglesias que es justo lo contrario a un libro venial, o de entretenimiento, que es lo que pudiera intuirse cuando se acometen más de trescientas páginas sobre el inventor de 'Hey'. Quiero decir que Peyró ha hecho un libro de escritor sobre un cantante que es, muy probablemente, «el español más conocido del siglo XX, tras Dalí o Picasso», según arriesga el autor en el arranque de la obra, para luego regalarnos una atinada iluminación memorable: «Tenerle antipatía a Julio Iglesias sería como sentir odio a los delfines, tal vez porque en el momento adecuado alguien pone 'Hey', y no hay nada que no se pueda perdonar».

El libro vive lleno de iluminaciones semejantes, entre la cabriola de ingenio y la travesura de observador largo, demorado y a veces malicioso. Estamos ante un retrato lúdico y muy escrito de un artista también lúdico, pero sin orillar nunca la esloro popular que Julio Iglesias ha fijado, desde hace muchas décadas, con lo que el retrato es así nuestro retrato, españoles todos que conocimos a Julio en un vinilo, y luego le hemos visto hasta la vejez huida, cuando ya se apagaron las playas del Caribe, los éxitos de dólares y las ruedas de prensa con pipropo a las reporteras. Hasta ha cantado con Sabina, él, Julio, un paisano que enamoró al mundo.

De modo que estamos glosando aquí un libro valiente, serio y de estilo, porque Peyró ha escogido la gran figura de la popularidad para darnos un mural alternativo de la España que hemos sido, y acaso aún somos, con gusto en la anécdota, pericia en la documentación masiva y una jerga constante de prosa alrededor de nuestro Julio, «que nunca ha tenido entre sus prioridades parecer contemporáneo».

Julio ha hecho el carrerón sin nunca mover el perfil bueno para las fotos, que es el derecho, pero Peyró se aplica en darnos los incontables perfiles de Julio, por épocas, o temas, y así el libro va del NODO hasta Operación Triunfo. Desde Dylan o Cohen, a Eduardo Zaplana, o la Preysler. Sabiendo de Julio acabamos sabiendo mucho de nosotros mismos. Porque la verdadera confesión propia la hacemos si hablamos de otros. Peyró lo ha visto.



Un momento del espectáculo // BLUE MAN GROUP

## Blue Man Group, por primera vez en España: unos 'pitufos' perplejos

► Más de 50 millones de personas han visto desde 1991 al grupo estadounidense

JULIO BRAVO  
MASPALOMAS (GRAN CANARIA)

Los Blue Man Group son los hombres azules más populares del mundo (si exceptuamos los Pitufos, claro). Desde su creación, en 1991, han visto su singular espectáculo más de cincuenta millones de personas en quince países diferentes; cuentan, además, con el aval de haber entrado en el hogar de los Simpsons, algo así como un museo de cultura popular animado. Pero hasta ahora, los Blue Man Group no habían visitado España. Lo hacen por primera vez estos días en una carpa –la compañía fue adquirida por el Circo del Sol hace ocho años, otro sello de garantía– situada en Maspalomas, al sur de Gran Canaria. «Creo que es el lugar perfecto no solo para conectarse con la gente española, sino con gente de todo el mundo que viene a visitar la isla», dice Matt Ramsey, director artístico de la compañía.

Blue Man Group nació hace treinta y cinco años, por iniciativa de tres amigos, Phil Stanton, Chris Wink y Matt Goldman, que tras algunas escaramuzas callejeras que llamaron la atención del público, presentaron su espectáculo en Nueva York, donde ya se han convertido en una institución –el espectáculo se representa de manera permanente en el Astor Place Theatre desde

1991– y desde donde se han proyectado al mundo. Actualmente, se les puede ver en Boston, Orlando y Las Vegas, y hay 75 'blue man' en activo en todo el mundo.

Los 'blue man' (el nombre, hombre azul, quiere asemejarse al sonido de la palabra 'human', humano) son tres personajes de color azul eléctrico, sin cabellera –un ajustado gorro de látex cubre su cabeza– y vestidos con monos negros. No hablan, no sonríen, su único medio de expresión es la mirada. Dice Matt Ramsey que la esencia de estos personajes –una singular evolución del payaso tradicional– es la curiosidad y la inocencia. Su preparación, añade, suele necesitar dos meses, «y funcionan mejor en general los actores a los que enseñamos percusión que los percusionistas a los que enseñamos interpretación».

«Me gusta pensar en el personaje, en el 'blue man', como la mejor versión de un ser humano», dice Ramsey, que lleva en la compañía veinticuatro años, primero como 'blue man' y después como director. «Es importante la escucha, la inocencia, la curiosidad. Todos tenemos estas características de niños, pero a medida que vamos creciendo nos vamos poniendo armaduras y nos olvidamos de aquello. El 'blue man' si-

gué siendo un hombre curioso e inocente que ve el mundo increíblemente energético y poderoso».

Es difícil describir el espectáculo de Blue Man Group, porque es verdaderamente único, con pinceladas que recuerdan a Tricycle (los tres 'blue man' son, en esencia, tres maravillosos mimos), con un humor gestual muy comunicativo; a Maymaná o a Stomp (la percusión es uno de los ejes del espectáculo); e incluso a Les Luthiers (por una especie de órgano que aparece en escena y que recuerda a uno de los instrumentos informales del grupo argentino). Pero los 'blue man' van más allá: están en constante estado de perplejidad, reaccionan a los estímulos del público casi como animalillos asustados. Juegan con los espectadores, con sus reacciones, les involucran desde el minuto uno en el espectáculo. Tienen la energía de una banda de rock y llenan el escenario de color –hay constantes juegos con la pintura como protagonista–. Y todo salpicado de humor: un humor blanco (el espectáculo está recomendado para todas las edades a partir de los tres años).

El público es parte fundamental en el espectáculo, que Ramsey define como «colaborativo. Cuando un espectador sube al escenario su reacción es impredecible, así que los 'blue man' han de saber cómo mantenerse en el personaje y tomar decisiones basadas en que un espectador esté llorando o les grite algo. Necesitamos actores que pueden conectarse con el personaje y al tiempo tener una gran capacidad de improvisación».

**Los 'blue man' son tres personajes de color azul eléctrico que no hablan ni sonríen; su único medio de expresión es la mirada**