

Jueves 19 de febrero de 2004 | **Publicado en edición impresa**

<http://www.lanacion.com.ar/574244-prestigio-se-alquila> [Consulta: Abril 2015]

Prestigio, se alquila

Debate: el Teatro Colón, ¿debe o no ser arrendado para actividades no musicales?

Por Martín Liut De la Redacción de LA NACION

El primer coliseo no escapa a la tendencia mundial de prestar sus instalaciones para la realización de "eventos" privados -que nada tienen que ver con su función original-, en busca de fondos



Más que el prestigio del Teatro Colón, de vinos,

¿Qué une a una bodega de vinos de alta calidad con la modelo y conductora Valeria Mazza, las normas ISO, un odontólogo y su libro sobre su especialidad, una empresa de Internet y los premios anuales de un multimedio nacional?

La respuesta, para encono de algunos melómanos, es el Teatro Colón.

La lista es tan sólo una muestra de unas cuantas empresas y particulares argentinos y extranjeros que, en cada vez mayor cantidad, arriendan diferentes espacios del teatro de ópera porteño para realizar sus presentaciones, congresos, cócteles y encuentros.

Se trata, obviamente, de acontecimientos ajenos al uso para el que fue construido el Colón, pero que es un nuevo matrimonio por conveniencia entre los gerentes de marketing, en busca de prestigio para sus productos y la necesidad de conseguir fondos "frescos" por parte del Teatro.

Por cierto, no se trata de una tendencia nacional sino mundial; y no sólo en los teatros de ópera, sino también en los museos, cada vez más presionados por el poder político para que aumenten su capacidad de autofinanciamiento.

Hay que recordar que, mientras que el aporte de la Ciudad de Buenos Aires se destina casi en su totalidad al pago de sueldos, la producción de los espectáculos (ópera, ballet, sinfónicos, etc.) depende enteramente del dinero que obtenga el propio Colón.

En la pasada temporada, el Colón recaudó un estimado de siete millones de pesos. De ese total, 700 mil pesos entraron a las arcas del teatro, producto del arriendo para eventos privados.

Jerarquía y prestigio: el Teatro Colón, como otras casas de ópera y museos de grandes ciudades del mundo, atraen a los gerentes de marketing con ansias de elevar o mantener la consideración social de las empresas para las que trabajan.

Lo cierto es que se usa al Colón como escenografía, con la esperanza de que su aura se les traspase a sus productos. Armani en el Guggenheim, cierto desfile de modelos en el Teatro Real de Madrid, hasta fiestas de compromiso en algún salón del Metropolitan Opera House de Nueva York. La tendencia parece irreversible. Y observa también una ecuación común: cuantas más funciones propias ofrece un teatro en su sala principal, menos eventos privados tienen lugar en la misma, los que suelen en verdad concentrarse en espacios laterales como los salones y confiterías anexas.(ver nota aparte).

Es que, a medida en que se apagan estrellas como la de Alberto Vilar -que derramó cientos de millones de los dólares que obtenía por sus empresas de Internet en las principales óperas del mundo-, también se desvanece la ilusión de contar con mecenas contemporáneos duraderos. En cambio los "eventos" son una fuente de ingresos apetecible y a mano.

La polémica se instaura, entonces, en cuáles son los límites para tales eventos. La preservación de la infraestructura, en tanto patrimonio y el no afectar al normal desarrollo de las propias actividades artísticas parecen ser las barreras de contención más sensatas. Malas experiencias ocurridas en la década pasada, como la "toma" de todo el Teatro Colón durante una semana por la producción de la película "Highlander II" y la megapresentación de AOL en la Argentina, que tuvieron como lamentable saldo el haber afectado la arquitectura del teatro, fueron la primera señal de alerta para marcar los límites.

Lo cierto es que la arquitectura barroca, la imponencia de la sala y el escenario, la pana roja y las luminarias doradas y el carácter de espacio consagratorio (aquello de "Al Colón") ayudan a que muchos quieran estar ahí.

Desde el Teatro Colón, su administrador general, el licenciado Pablo Batalla fue el encargado de despejar dudas y marcar los criterios que se establecieron para este tópico.

"Nuestra tarea es hacer rentables todos los activos del teatro", postula Batalla en diálogo con LA NACION. Este axioma es fruto del diseño que sobre el modo de financiarse del Teatro Colón se realizó hace unos años: "la idea fue que el Colón se hiciera cargo de los gastos de su producción artística. El incentivo para el Colón es que todo lo que recaudemos se utiliza para eso. Si sobrara algo, eso lo tomaría rentas de la ciudad. Eso sí, así como no nos piden este dinero, tampoco nos dan un peso por sobre lo estipulado. Pero por segundo año consecutivo, salvo Sadaic y Argentores, con quienes hay un juicio de por medio, se pagó todo lo pautado".

El administrador general distingue entre los alquileres que se realizan a instituciones de conciertos como el Mozarteum Argentino, Festivales Musicales o Harmonia más las funciones benéficas de fundaciones sin fines de lucro, de los eventos privados. En este último ítem, dice que el Colón recaudó en 2003 aproximadamente 700 mil pesos, casi un 10 por ciento de los ingresos propios del teatro. "No hay una estadística global al respecto, pero por lo que pude averiguar es un porcentaje similar a varios teatros de ópera, como el Met por ejemplo", asegura.

-¿Cuáles son los límites que se establecen para alquilar una sala del Colón?

-No se debe comprometer ni la calidad artística ni el patrimonio del teatro. Esto implica no afectar el normal desarrollo de la temporada. Los arriendos ocupan espacios vacíos. Lo habitual es hacer presentaciones en el Salón Dorado.

-¿Como se salvaguarda la infraestructura?

-Instituimos que toda persona que alquila el Salón Dorado tiene que dejar un seguro de caución o un cheque a la vista. En el contrato figura que nuestro departamento de arquitectura teatral da una especie de no objeción a cómo quedó la sala con una cámara digital como testigo.

-¿Arrendaría el Salón Dorado para hacer fiestas de compromiso, como pasa en el Met?

-No lo haría... Ahí sí se rompería el molde. Convengamos que el Met tiene una tradición y un peso social tan grande en Nueva York que tienen ese margen de maniobra.

En un país en busca de modelos, parece que el mito del Colón supera el marco del arte para transformarse en sinónimo de jerarquía, a secas. Todos quieren estar allí aunque después de un año en el que, con sus propios espectáculos el Colón incrementó un 25 % (!) la cantidad de visitantes de 2002, la presión sobre el teatro para que los incluya a todos se hace cada vez más grande.

Pero, en el caso de los polémicos alquileres, como bien señala Batalla, la sala principal estará a resguardo, sobre todo, cuantos más espectáculos produzca: "En la medida que la sala principal siga teniendo más y más ocupación con nuestros espectáculos va a ser más difícil hacer algo allí de afuera. Incluso la tendencia, ya en cuestiones artísticas es a no hacer más coproducciones".

EN CIFRAS

- **Recaudación propia:** en 2002 el Teatro Colón obtuvo por boletería, y alquileres 5,8 millones de pesos. El año pasado subió a 7,2 millones.
- **Porcentaje:** del total, casi un 10 % se obtuvo por el arrendamiento de diferentes espacios para usos no artísticos (700 mil pesos).
- **Aporte estatal:** el Teatro Colón recibió por parte de la Ciudad de Buenos Aires 30 millones, para el pago de salarios.