

Filantetría

Cuando la cultura es un gran negocio

LOS MISERABLES

■ Fernando LÓPEZ MATEOS

En el momento en que vemos anunciado el retomo de un montaje esperado durante mucho tiempo, y ante la imposibilidad de disfrutarlo en su sede neoyorquina de Broadway, la expectación se hace grande y nuestro bolsillo se reduce, pero estamos en la consigna de admirar uno de los musicales más famosos y taquilleros que han existido: *Los Miserables*, basado en la inmortal obra de Victor Hugo.

Y vamos cumpliendo nuestro cometido, pensando al mismo tiempo que un espectáculo como éste difícilmente podremos verlo en nuestras tierras mexicanas, no tanto porque no hubiera dinero para traerlo, sino porque casi siempre existe la barrera del idioma, la cual determina las posibilidades de recuperar una inversión tan fuerte, riesgo que difícilmente alguno de nuestros ilustres empresarios mexicanos tendrían disposición de tomar.

La corta temporada anunciada hace que nos decidamos. No importa qué tanto se endroge uno, porque quién sabe cuando podremos volver a verlo. No nos toma por sorpresa el costo; de 15 a 50 dólares; tampoco el lugar escogido para su presentación: Civic Theatre de San Diego. Tampoco nos impresionan ver a mucha gente vestida con sus mejores prendas de domingo o de coctel, es lo más usual en este tipo de eventos.

Lo que si nos impresiona (aunque ya sabemos el dato acerca del costo de producción) es ver, palpar, cuestionar la magnificencia de ésta, desde la construcción de la vecindad-barricada de los estudiantes en rebelión, hasta la profusa y práctica convención del puente donde se suicida Javert, o la invisible o insólita recreación de la taberna de los Thénardier.

El solo hecho de pensar en la cantidad de recursos que una obra como la del poeta francés implicaría, sentimos escalofrío; una historia en la que transcurren tantos cuadros, tantos parajes, tantos personajes, tantas fechas distintas, se mira sospechosamente lejano, irrealizable, millonaria.

Y cuál si no, si de leer los acontecimientos desde su aparición en diciembre de 1986 en los Estados Unidos (Kennedy Center), así como su inauguración formal en Broadway en marzo de 1987, *Los Miserables* no han dejado de recuperar su inversión de 4.2 millones de dólares, incrementando su audiencia desde entonces, junto con una larga lista de premios de primera línea.

La versión estadounidense de *Los Miserables* que presenta Cameron Macintosh, escrita por Alain Boublil y Claude-Michel Schönberg, tiene su antecedente en la exitosa puesta que de la obra hiciera la Com-

pañía Real de Shakespeare del Teatro Barbican de Londres adaptada del francés por Hebert Kretzmer, con material adicional de James Fenton y codirigida por Trevor Nunn y John Caird.

Dicho antecedente implica que todo aquello en lo que se invierte y tiene un éxito ya probado, puede convertirse en un magnífico negocio, siempre y cuando exista un público consumidor adecuado que lo demande, con una posibilidad real de erogar una fuerte suma por ver algo que lo va a entretener.

Afortunadamente para el mercado norteamericano, la tradición del musical teatral ya tiene una historia, y tiene su correlación mexicana en las maravillosas revistas musicales del Blanquita, las populares tiendas, zarzuelas y operetas que han despertado la imaginación y el gusto por el drama cantado y bailado, en una especie de juego en el que el entretenimiento es lo más importante, no importando la trama, la postura ideológica o de la presentación real o tergiversada de los hechos manejados por el autor o director.

El tener un mercado ya cautivo, al que se le puedan ofrecer productos de indiscutible calidad, es una tarea que no se hace en tres días. Lleva años hacerse. En México ya existe un público fuerte para este tipo de obras. También existen casos de adaptaciones al español de obras como *Cats*, *A Chorus Line*, etc. en los que las finanzas han tenido grandes dividendos, pero en los que también ha habido grandes fracasos.

Muchas veces los argumentos vertidos en relación a por qué no surgen libretos mexicanos de este tipo - que lleven una superproducción por detrás y adquieran un carácter, si no de exportación, si de gran público, que los haga crecer y recorrer el territorio nacional e incluso el internacional-, se quedan en la consabida mención de que cómo se va a comparar lo que se hace aquí con lo que se hace en Broadway, en París o en Londres.

Para dudarci elementalmente a los que profieren semejantes argumentos, en un marcado desprecio hacia el teatro nacional, les diremos que en México se han dado casos verdaderamente excepcionales de obras tanto adaptadas como originales, con una gran aceptación de público y largas temporadas de presentación en los mejores teatros del país.

Sin embargo, sería una eterna mentira decir que nuestro teatro comercial está al mismo nivel que el de estas plazas, considerando que son pocas las producciones hechas con todos los riesgos de éstas implican, manteniendo un fuerte rigor desde la formación de repartos hasta la calidad de sus propuestas y/o hallazgos.

No quiero decir que nuestro teatro comercial no sea bueno, sino que "de lo bueno poco"; y de lo demás, no sucede como en muchas partes del mundo: mucho de lo bueno no es visto porque está en otro nivel de promoción, en otro esquema de trabajo, concebido desde otra perspectiva y sin llegar al gran público. Este último usualmente no está acostumbrado a manifestaciones teatrales con carácter formativo, de búsqueda o experimental (términos que no son sinónimos de malo, estudiantil o de amateurs), sino a espectáculos y revistas de corte ligero, sensacional y bullanguero, todo aquello que no le implique pensar, tan sólo sentir, gozar.

Los empresarios norteamericanos saben esto y fabrican obras para cumplir con dichos requisitos,

pero siempre tienen en mente que todo, simple o complejo, debe estar hecho con calidad, debe corresponder a un patrón de obligatoriedad moral con quienes pagarán por ver algo hecho con el fin de lucrar.

Y sí, ahí está el gran detalle. Ellos han visto (así como algunos pocos mexicanos de merecido respeto, muy pocos) que la cultura, en términos históricos, económicos, políticos, religiosos o cuanto se les antoje interesante para difundir al público, puede ser verdaderamente redituable.

¿Por qué no sucede esto en México? Si sucede, pero en escala menor. ¿Quiere esto decir que no tenemos la misma tradición teatral? No, yo diría que tenemos tanta y hasta más, pero sólo a nivel de las grandes metrópolis (tres).

Entonces, ¿cuál es el problema? Bueno, pues es el de que simple y sencillamente no somos un país rico, nuestro pueblo no paga por ir al teatro, a menos que sepa de algo que se vende aunque sea malo, y no tiene un gusto todavía desarrollado para diferenciar y demandar cierto tipo de espectáculos con una mayor calidad aún siendo comercial.

¿Pero si esto sucede también con el gran público de los países desarrollados? Si, claro pero en muchos de ellos, y en muchas de sus ciudades, no sólo en las capitales, existen escuelas artísticas, academias en distintos órdenes para desarrollar todas las artes, no talleres efímeros que viven como el Ave Fénix siguiendo la intuición y el esfuerzo heroico de sus abogados labradores que trabajan por amor al arte. Así la cosa cambia.

Y aunque hubiera dicha infraestructura, ¿a poco iba a haber obras de la naturaleza de *Los Miserables*? No, yo creo que eso tardaría todavía mucho, al menos en las provincias, pues primero hay que crear el ambiente propicio, los creativos, los actores, los directores, el público y los empresarios. Y en éste último también va a estar el problema principal. El empresario mexicano tiene su "propio" estilo de trabajo, y rara vez se va a arriesgar por invertir en la cultura, porque es como invertir para que otros "se diviertan", "para que otros hagan y a mi quien sabe como me vaya".

La inversión lleva tiempo, y es necesario irta realizando con pasos firmes. Si no pones el predio, ¿cómo construyes la casa?; luego, ¿cómo le pones luces, telones, actores, obras y público?

Pero de que es negocio, es un gran negocio. Si la gente sabe, va. Si no sabe, no va. Pero para todo eso, hay que invertir. Los réditos en materia económica son verdaderamente invaluable.

Los Miserables es muestra de que aun siendo una de las obras más caras producidas en el templo de los escenarios comerciales a nivel mundial, se pueden conjuntar historia y ficción, valor literario con valor musical, trabajo actoral con trabajo dancístico y un todo creativo con un universo fiel: el público.

Sería bueno pensar que a la tarea de nuestros artistas locales y regionales también se le echara no sólo un vistazo: además el brazo y el abrazo, especialmente a aquellos que luchan por conseguir un espacio, construirlo, llevar gente a él, preparar a su gente, etc..., son tantas las maneras en que nuestra cultura puede enriquecerse y, en un momento dado, ser negocio para algunos y aportación para los demás.

