



▲ Fotografía de Isadora Otero.
Título: La fiesta. Año 2018.

Ópera Nómada: La Ópera Va Hacia Ti

Sindy Martínez , Sindy P. Camacho , David P. Munar

Resumen

El presente artículo expone en detalle la estructura y la propuesta de la compañía Ópera Nómada para explicar en qué sentido la innovación en la narrativa convencional de la ópera podría incrementar y diversificar el consumo de este arte en el país. Para ello, se explicarán las razones por las cuales el consumo es reducido en Colombia, en qué sentido esta propuesta ofrece una alternativa, de qué modo el proyecto se ha pensado a nivel logístico, financiero y los impactos que se esperan generar gracias a él.

Palabras clave: ópera, consumo cultural, creación de público.

Abstract

This article sets out in detail the structure and proposal of the Ópera Nómada company to explain in what sense innovation in the conventional narrative of opera could increase and diversify the consumption of this art in the country. For this, the reasons why consumption is reduced in Colombia will be explained, in what sense this proposal offers an alternative, how the project has been thought at the logistical and financial level and the impacts that are expected to be generated thanks to it.

Keywords: opera, cultural consumption, audience creation.

¹ Cantante lírica egresada del Conservatorio de la Universidad Nacional de Colombia, gestora cultural en formación. Correo electrónico: ydnis7mar@gmail.com

² Violinista egresada de la Universidad El Bosque, gestora cultural en formación. Correo electrónico: minaku182@hotmail.com

³ Filósofo de la Pontificia Universidad Javeriana, gestor cultural en formación. Correo electrónico: perdomomunardavid@gmail.com

Introducción

Según la última encuesta de consumo cultural del DANE (2017), la ópera es uno de los sectores de las artes escénicas con menor consumo en Colombia. Al estar centralizada en las ciudades de Bogotá y Medellín, la producción y circulación de la ópera nacional se ha mantenido lejos de otras regiones del territorio nacional. Asimismo, esta clase de manifestaciones artísticas suelen ser percibidas por el público como extremadamente costosas, aburridas y ajenas a la cultura musical de los espectadores.

Frente a esta situación surge la oportunidad de crear, gestionar y diseñar la Compañía Cultural Ópera Nómada, una compañía de ópera especializada en la creación, diseño y producción de montajes inspirados en la literatura colombiana y en la fusión de música académica y popular. Como respuesta al escaso consumo del género en el país, el proyecto busca diversificar la oferta y la propuesta artística a través de una gira nacional en las ciudades de Cali, Pasto, Florencia y Popayán que, pese a tener un alto consumo cultural, no han tenido un contacto significativo con este género.

Para llevar a cabo este proyecto se ha realizado un mapeo de las diferentes compañías de ópera que en Colombia han introducido algunas novedades en el formato tradicional. Este análisis y caracterización del sector ha permitido identificar las falencias y dificultades que enfrentan las compañías, así como aquellos aspectos de la ópera sobre los cuales es posible innovar (montaje, libreto, composición). Además, se han analizado aquellos festivales y ciudades que podrían tener mayor impacto en el proyecto a partir de criterios como (i) su inversión en cultura; (ii) la trayectoria de sus festivales culturales y (iii) su distancia geográfica de las ciudades con mayor consumo de ópera en el país. Para ello se ha recurrido a las entregas de rendición de cuentas de las ciudades escogidas, las encuestas más recientes de consumo cultural del DANE y la empresa Lado B, así como la lectura de historiadores que han señalado el estancamiento del género (Snowman, 2016).

El presente artículo expone en detalle la estructura y la propuesta de la compañía Ópera Nómada. Así, explica por qué la innovación en la narrativa convencional de la ópera podría incrementar y diversificar el consumo de ópera en el país. Por eso, se explicarán las razones que reducen su consumo, en qué sentido esta propuesta ofrece una alternativa, de qué modo el proyecto se ha pensado a nivel logístico y financiero, y los impactos que se espera generar gracias a él.

Escaso Consumo en el País

A través de la historia, en Colombia y a nivel internacional, la ópera ha sido vista por la mayoría de la sociedad como un espectáculo excluyente y elitista. Incluso dentro del mismo gremio musical se cataloga a este género como música académica superior. Al ser un producto artístico que se enmarca completamente en escenarios de tradición como los grandes teatros, hace que un porcentaje bajo de la población pueda acceder a ellos. Aquí entra a jugar un papel definitivo el poder adquisitivo de las audiencias. Generalmente las boletas que salen a la venta para este tipo de espectáculos son de costo elevado, haciendo que las personas promedio pierdan el interés de inmediato por acceder a estos eventos. Además de desarrollarse en espacios exclusivos, sus temáticas y elementos escénicos tienden a estar en un lenguaje alejado de lo popular. Por ejemplo, obras como *Las bodas de Fígaro*, *Rigoletto* y *Madame Butterfly* que son algunas de las obras más interpretadas, se hacen en otros idiomas y además representan un contexto que no permite crear un vínculo de cercanía e identidad con el público nacional.

Asimismo, la ópera pierde competitividad frente a otros géneros musicales porque las presentaciones suelen ser extensas. Por lo general cuando se asiste a la ópera se debe contar con al menos tres horas para apreciar la obra por completo. Natural en obras concebidas en un tiempo de la historia de la música donde el esplendor de la voz y la orquesta querían ser exaltados, pero

problemático cuando se vive rodeado de la inmediatez de la tecnología que permite consumir productos artísticos variados y en poco tiempo. Sumado a esto, las instituciones han jugado un papel determinante en la difusión y consumo de la ópera; pues, por años, estas han apostado por mantener la línea académica tomada de la tradición europea. Y de este modo se ha ignorado la diversidad creativa de otros artistas y contextos.

La Compañía Ópera Nómada contribuirá a crear una narrativa distinta sobre la ópera tradicional. Por medio del uso de la literatura colombiana, por supuesto en su idioma original, se forjarán lazos fuertes entre las producciones y el público. Se busca, así, fortalecer el consumo, tanto de música académica como de literatura colombiana. Por otro lado, el uso de nuevas tecnologías, como softwares de producción musical y escenografía tipo *video mapping*, tienen un gran atractivo visual para las puestas en escena; aspectos que facilitarán la acción itinerante de la compañía en diferentes regiones del país.

Se pueden justificar las intenciones de posicionar la música académica dentro de la oferta común de la industria musical en Colombia. En el mercado participan diferentes géneros con mayor o menor consumo por parte de los públicos. Algunos grupos asumen estrategias que incluyen fusionar la música académica con músicas tradicionales y comerciales. Esto constituye un aliciente para contar historias desde componentes cotidianos. Historias en las que el público se sienta comprendido y representado. Este artículo busca, por tanto, incentivar una ópera que apueste por la diversificación de públicos, la innovación y la multiculturalidad. Una ópera de esta naturaleza ayudaría en la cohesión social de un territorio tan rico y complejo como Colombia.

Logística y Financiación

Para determinar cuáles ciudades harían parte de la gira inicial se tuvieron en cuenta cuatro factores esenciales, a saber: (i) el escaso acceso a la ópera de las ciudades escogidas; (ii) una distancia geográfica considerable con las ciudades que tradicionalmente producen y consumen ópera en el país (Bogotá y Medellín); (iii) una significativa producción y consumo cultural ligados a las artes y festivales de carácter escénico y musical; (iv) una adecuada infraestructura vial y de transporte que facilite la movilidad desde los pueblos aledaños a la ciudad o municipio. Siguiendo estos cuatro criterios estratégicos se identificaron que en el mes de octubre iniciaba una temporada de festivales de teatro en el sur occidente del país. Durante finales de septiembre e inicios de octubre, Pasto, Popayán, Cali y Florencia realizan festivales de teatro que cuentan con más de seis ediciones exitosas. Dado que la ópera se inscribe dentro de las artes escénicas, se eligieron estos festivales por su apertura a nuevas demostraciones artísticas y por su capacidad para reunir a todos aquellos actores culturales que podrían respaldar y nutrir la propuesta. Además, como criterio complementario se revisaron las rendiciones de cuentas de las alcaldías locales y departamentales para estimar qué porcentaje había sido destinado para la ejecución de estos festivales. De esta forma se concluyó que, si bien no existe un espacio propio para la ópera, los festivales representan un espacio apropiado para integrar una narrativa de la ópera que emplee la literatura colombiana y la música popular. Los festivales escogidos fueron:

- Festival Internacional de Teatro de Pasto
- Popayán: Titifestival
- Florencia: Festival Internacional de las Artes de la Minga
- Cali: Festival Internacional de Teatro de Cali

La Compañía Ópera Nómada desde su acción itinerante propone realizar talleres/laboratorios en donde se dé apertura a un espacio de formación de artistas locales y, al mismo tiempo, se abra

un espacio de creación entre la compañía y su público. Esto se haría aprovechando las actividades formativas que se ya se dan permanentemente dentro de los festivales de arte escénico realizados en los lugares elegidos para la gira. Es decir, las ciudades de Cali, Pasto, Popayán y Florencia. Allí, además de fortalecer el desarrollo de la cultura local, se buscaría acceder a apoyos financieros de las alcaldías de estas ciudades, lo cual se sumaría a la generación directa e indirecta de empleos que la ejecución del proyecto produciría.

Ópera Nómada contempla al menos cuatro líneas de financiación. La primera, y que resulta muy pertinente, es la participación en convocatorias públicas ofertadas por las entidades del gobierno nacional. Son varios los recursos que se destinan para apoyo a iniciativas que le apuestan a la creación, circulación y aumento de audiencias. La segunda línea que se contempla es la venta de boletería para los eventos presenciales y la transmisión por streaming. El costo de las entradas estaría sujeto a los costos de alquiler de los espacios y otros requerimientos, sin embargo, la intención del proyecto es llegar a la mayor cantidad de personas posible, así que los valores no serían tan elevados con respecto a otras funciones. Las cajas de compensación serían un aliado importante. Estas entidades destinan un porcentaje de recursos específicamente para el desarrollo, bienestar y formación de sus afiliados y sus familias. Así que llevar una propuesta que brinda entretenimiento, innovación y formación a estas entidades podría ser llamativa para los encargados de la promoción de la cultura. Por último, pero no menos importante, se tendrán en cuenta las contrapartidas con teatros, agrupaciones, escuelas de animación y artistas. El horizonte de sentido siempre pasará por promover el trabajo colectivo.

Ópera Nómada tendrá un impacto significativo a nivel social, económico, de innovación y producción. Con respecto al impacto social, la Compañía abrirá laboratorios de formación para más de 160 participantes. Por medio de talleres magistrales y actividades retroalimentadas, se espera que los asistentes y espectadores tengan la oportunidad de acercarse a una nueva experiencia de la ópera. Al llegar a nuevas regiones del país, el montaje estima alcanzar un total de 4000 espectadores directamente beneficiados al consumir una propuesta innovadora.

Igualmente, se busca generar empleo en forma directa e indirecta. Durante los primeros meses de ejecución, así como en el desarrollo de la gira, se esperan producir cuando menos 15 empleos directos, y una serie de empleos indirectos a causa del consumo en alimentación, hospedaje y transportes que se lleven a cabo durante la gira. Por último no se debe olvidar que la Compañía representaría un impacto directo en términos de competitividad y producir. Al implementar herramientas tecnológicas como el video mapping y la producción musical en escena se lograrán reducir los costos estándar y, a la vez, ofrecer al público una nueva experiencia de la ópera donde la fusión y la creación de escenarios sean una experiencia diferencial.

Conclusiones

a. La ópera es un producto cultural que va en declive puesto que la tecnología, desde el siglo XX, ha acaparado los públicos. Esto ha significado la migración de las audiencias hacia otras manifestaciones del arte. Sin embargo, la propuesta de la compañía Ópera Nómada, lejos de mostrar a la ópera como un arte consagrado a la ortodoxia, pretende desde nuevas narrativas adaptarse a la tecnología. De tal manera que un público más amplio se beneficie de unas perspectivas visuales y musicales mucho más atractivas. Un público que incluya diferentes clases sociales, rangos de edad, educación, etc. Se busca, en últimas, un espectáculo que favorezca la pluralidad y la cohesión social.

b. Ópera Nómada no solo quiere llevar una propuesta novedosa a lugares donde la oferta artística es muy baja o nula. Aportar a la formación artística local es una prioridad para quienes suscriben este artículo. Junto con las funciones en cada visita se propiciarán espacios de diálogo, creación y aprendizaje donde las relaciones interculturales sean las protagonistas. Es sabido el valor de los

procesos adelantados en las regiones y lo que podría aportarse a ellos desde el equipo artístico. También será enriquecedor saber que se comparte con el equipo de trabajo desde las regiones. Estos encuentros, llamados laboratorios, buscarán contribuir a la cohesión social de los territorios, así como al descubrimiento y promoción de habilidades individuales y colectivas.

c. La compañía Ópera Nómada favorece la interdisciplinariedad de las artes, puesto que vincula diferentes sectores de las industrias culturales y creativas, empezando por las artes escénicas. Así, se harán presentes desde los montajes teatrales hasta la industria de la música. Esto ayudará a visibilizar el trabajo de nuevos talentos que afloran en la producción musical y que suelen expresarse mediante las nuevas tecnologías. Por supuesto, también se resaltará la labor de los artistas, diseñadores y ejecutores que exploran la realización del video mapping en Colombia. Otro aspecto clave, es que se destacará la importancia de la cultura a partir del uso de la literatura colombiana dentro de las composiciones originales del grupo de trabajo.

d. Al reducir el número de músicos en escena, Ópera Nómada apuesta a un formato mucho más sencillo, pero a la vez más innovador. Gracias a los equipos de producción musical es posible conservar una cantidad de músicos en escena mucho más modesta, sin comprometer la calidad musical. Igualmente, por medio del mapping, los gastos de utilería quedan reducidos a aspectos de conexión y diseño, en lugar de apostar por utilerías y escenografías difíciles de transportar. La compañía reducirá costos en desplazamiento y gozará de un elemento destacado con respecto a otras compañías de ópera dentro del país.

Referencias

- DANE, encuesta de consumo cultural. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/cultura/consumo-cultural>
- March, F. J. (s. f.). *Paradojas de la gestión de la ópera. Ensayos de teatro musical español*. Fundación Juan March. <https://www.march.es/publicaciones/ensayos-tme/ensayo.aspx?po=24>
- Snowman, D. (2016). *La Ópera: una historia social*. Siruela.

