

## Diego Romay

Director General del Teatro Nuevo Alcalá

A Alejandro Romay, el destacado empresario argentino con intereses en los medios de comunicación y teatrales de aquel país, le corresponde el mérito de haber conseguido levantar el telón del Alcalá –el pasado mes de enero– tras catorce años de inactividad. Su hijo Diego, autor teatral y productor, vincula la apuesta por la recuperación del Viejo Alcalá a una especie de circunstancia mágica que le hace evocar a su padre los teatros de su propiedad destruidos un día, por los intolerantes, en Argentina.

**P** ¿Qué oportunidad de negocio detectó la familia Romay cuando, en 2000, adquiere el teatro Alcalá para reformarlo y recuperarlo para la escena?

**R** Ya sé que suena contradictorio, pero a los que amamos el teatro nos resulta difícil hablar de negocio, porque el teatro es difícil concebirlo como un negocio. Primero, creo que es un gran capricho de las emociones, y del amor, lo que se tiene hacia el arte, hacia el teatro, y luego pasa a ser un negocio. Claro que los americanos hablan de show business, ellos dicen que no hay show si no hay business. Pero, bueno, es un poco como el juego del huevo y la gallina. En definitiva, creo que esto fue un gran sueño de mi padre y una necesidad personal de reivindicar un dolor profundo que tenía en un rincón de su cuerpo, en aquella Argentina difícil de la represión, en donde a él le habían quemado el teatro, y encontró, un día caminando por aquí, un teatro, casualmente en ruinas y esa es una imagen que apela a la memoria, a las emociones. Y, evidentemente, eso entiendo que tiene que ver con una revancha y una necesidad de volver a comenzar; siempre se está empezando de nuevo. Nosotros tenemos un afán de producir grandes obras musicales, grandes obras de texto, entendemos nuestros teatros en la Argentina y en España como una estructura de negocios integrada, porque allí, de alguna manera, estrenamos grandes comedias musicales, que luego, por supuesto, teniendo otra plaza donde explotarlas, resulta más rentable. Uno amortiza de manera más inteligente sus costos, logra una mejor rentabilidad en el negocio. Por eso es necesario, y en este caso se hace interesante, poder desarrollar, en Argentina y en España, una operación integrada en negocio.

**P** El Nuevo Alcalá levanta el telón cuando declina el peso específico de las industrias culturales en nuestro país, igual que había sucedido en otros mercados, también en Argentina...

**R** Allí, para nosotros, fue medio paradójico, porque con Tanguera, casualmente, ocurrió un fenómeno muy particular. Estrenamos Tanguera en enero de 2000, y un mes antes, en diciembre, se había producido una de las revoluciones crítica, social y económica más difíciles por las que atravesó Argentina. Pasamos la caída de un ministro de Economía, la caída de un presidente, la devaluación... la debacle absoluta de un país, la destrucción de las empresas, la falta de crédito, el dinero de la gente encerrado en los bancos... un desastre. Todo esto lo vivimos los argentinos en el último trimestre de 2001. En ese momento, estábamos a sólo dos o tres meses de estrenar Tanguera, y parecía realmente una locura. Incendiaban en Buenos Aires los locales, la gente salía a las calles a manifestarse, pidiendo su plata y, paradójicamente, Tanguera era un éxito. Esto me recuerda los fenómenos históricos de la Segunda Guerra Mundial, los momentos de mayor crisis, cuando la gente tiene una necesidad fundamental de refugiarse en lugares donde el arte pueda llenar sus corazones, pueda dignificar, pueda darle un sentido a la locura política, social y económica que se vive. Y en ese

sentido, Tanguera fue la respuesta a eso, justamente. Tanguera, como otros espectáculos que se estrenaron en ese momento, productores que se han animado a estrenar, a pesar de la dificultad, nos encontramos con que las salas estaban llenas. Nosotros, como empresarios, nos preguntábamos cómo podía la gente comprar las entradas, si no tenía su plata, si la tenía en el banco... La plata se la gastaban y se iban al teatro, porque el teatro es evidentemente mensaje, comunicación, y tiene que ver con darle sentido a la vida. Entonces, ahí te encuentras con un fenómeno maravilloso, particular. Creo, más que nunca, que en los momentos de mayor dificultad, el teatro está más vigente.

### **ESTRENAMOS TANGUERA EN BUENOS AIRES CUANDO ACABABA DE PRODUCIRSE UNA DE LAS REVOLUCIONES CRÍTICA, SOCIAL Y ECONÓMICA MÁS DIFÍCILES POR LAS QUE ATRAVESÓ ARGENTINA**

**P** Ustedes son propietarios, en Buenos Aires, de los teatros Broadway y Nacional, que han reiniciado su actividad prácticamente al mismo tiempo que el Alcalá. ¿Qué diferencias perciben en la actividad teatral de los dos países?

**R** No hay mucha diferencia. Argentina tiene un gran desarrollo cultural, enorme; las diferencias tienen que ver con el mercado. Me refiero, fundamentalmente, a la capacidad de consumo. Por supuesto, en Europa, en este caso puntual, en Madrid, la estabilidad, o la cierta estabilidad económica, a pesar de que hay, por supuesto, crisis, y hay momentos de recesión, pero que son cíclicos, la gente consume, la gente sale y compra el ocio, el entretenimiento. Para mí es un asombro, como argentino —éste es un país que realmente desconocía—, salir en Madrid y encontrarme con los bares y restaurantes llenos, tener que pedir reserva de mesa. Eso en mi país no ocurre. Acá la gente sale a almorzar, sale a cenar, come poco en su casa, sale a desayunar fuera... Eso es sorprendente, y tiene que ver con una necesidad profunda de un mercado de alto consumo, un mercado de muchísimo turismo receptivo. Argentina, lamentablemente, no tiene esas características económicas. Es un país que siempre ha sido muy golpeado, que ha sido destruido por los políticos de turno, entonces, las posibilidades se limitan al mercado interno, a la gente de ciertos niveles económicos que tiene acceso a comprar sus entradas para un cine, para un teatro, a salir a cenar. Pero es un segmento muy particular, son los menos.

**P** El Nuevo Alcalá se estrenó con Tanguera, musical con once meses de éxito en Argentina. ¿Detectan diferencias entre la receptividad de aquellos y de estos públicos?

**R** Sí, el de acá es un público un poquito más frío que el latinoamericano, en general. No hablo del argentino, sino del latinoamericano, que tiene características muy particulares, el público chileno, el público argentino, el público venezolano... El de acá es un poco más frío, pero es un público interesante desde el punto de vista de que es sensible al hecho artístico, es decir, cuando hay un producto que toca el corazón, lo guarda, lo procesa y lo ama para siempre. Y lo promueve, lo entiende, lo recomienda, y de esto vive el teatro, lo que llamamos en la jerga popular los productores teatrales “el boca en boca”. Al público español le encanta recomendar, le encanta hablar de aquello que realmente le gusta, que ama, que quiere, y lo defiende. Y eso es algo muy interesante.

**P** Usted es coautor y productor de ese montaje, ¿cuál es la aportación de este musical al género?

**R** Es una gran producción. Tanguera es una producción atípica dentro del tango, fue un gran desafío, una jugada importante de un grupo de creativos que nos animamos a hacer algo muy distinto dentro del género. Tradicionalmente, los espectáculos del tango son shows que tienen su orquesta, que tienen cinco o seis parejas típicas, tradicionales. Aquí, lo que hace único y diferente a este espectáculo es una historia que da sentido a la danza; la danza cuenta, la danza narra, a través del lenguaje maravilloso del cuerpo, una historia, fundamentalmente cuenta una historia. Yo creo que ésta es su gran diferencia, que existe un conflicto, y los griegos, en ese sentido, fueron sabios y creadores de todo este fenómeno que es el teatro, crearon la tragedia. Y en Tanguera hay un conflicto que contar, hay una historia que toca el corazón de la gente. Y, por supuesto, está producida con un despliegue enorme, con trajes de época, con mucha gente en el escenario, más de treinta artistas, una música creada especialmente y concebida para el espectáculo, una puesta de luces única, es un espectáculo que tiene una puesta de luz muy poética, muy sensual, muy atractiva, lo que hace muy bella la historia. Y, por supuesto, unas coreografías impresionantes de una gran y talentosa coreógrafa argentina, como es Mora Godoy, en el tango. Entonces, es una propuesta de ruptura, es una propuesta que rompe el modelo tradicional, que transgrede, de alguna manera, el paradigma tradicional del tango.

**P** ¿Qué elementos hacen posible que Tanguera pueda emocionar a uno y otro lado del Atlántico?

**R** Tiene características muy universales. Particularmente, y hablo de España, el tango tiene la misma raíz común con la historia española. Argentina es un pueblo que, evidentemente, nace a partir de la mezcla maravillosa de inmigrantes de distintas nacionalidades, fundamentalmente españoles, y el tango, casualmente, su génesis, nace de la propuesta, del aporte, que realiza otro género como el género chico madrileño, la zarzuela. También tiene, por supuesto, aportes de esa música tan lánguida y tan sentimental que es la habanera, que traían los marineros que hacían las rutas comerciales entre La Habana y Argentina, y desde ya, los negros, traídos como esclavos al Río de la Plata, que traen el candombe... Es decir, hay una mezcla de ritmos que se amalgaman y que dan origen al tango, y, en ese sentido, España es una pieza fundamental en ese desarrollo, en ese proceso de transformación que da nacimiento al tango. En este caso, hay una atracción muy particular entre el tango y los españoles, porque estamos hablando de una historia común, y es una historia que habla, justamente, de los inmigrantes.

## **ENTENDEMOS NUESTROS TEATROS EN LA ARGENTINA Y EN ESPAÑA COMO UNA ESTRUCTURA DE NEGOCIOS INTEGRADA**

**P** ¿Es España un buen centro para la exportación de producciones teatrales?

**R** Sí, por supuesto, estamos trabajando en esto, estamos cerrando nuestras conversaciones con una agencia importante que va a representar a la compañía en Estados Unidos, para exportar. Y, desde ya, tenemos muchísimas oportunidades, porque España, de alguna manera, para mí es una gran vidriera, es estar en Europa, es la oportunidad para que muchos productores y empresarios españoles se acerquen, conmovidos por este fenómeno, conozcan aquí, en Madrid, un espectáculo de primer nivel, y quieran desarrollar negocios con nosotros. Con Tanguera tenemos ya la gira programada. Ahora tenemos Alemania, en el Teatro de la Ópera Den Linden, que es una ópera muy importante y muy prestigiosa, y que dirige un músico

que yo sé que aquí es muy querido, un compatriota nuestro, que es el maestro Barenboim. La gira está planificada para Asia, más adelante, en noviembre, China, Hong Kong... una serie de ciudades. Y el año que viene va haber mucha Europa y mucho Estados Unidos. De hecho, estamos planificando desarrollar dos compañías simultáneas, una que pueda responder a las necesidades del mercado europeo y otra, al de los EE.UU. Son grandes las posibilidades que tiene este espectáculo. Nos alegra y se lo debo mucho al público español.

**P** ¿A qué atribuye la avalancha de musicales en los escenarios españoles?

**R** En España es algo nuevo, y creo que justamente es por eso, por la novedad. Es un género que aquí no había tenido tanta oportunidad... Bueno, la tuvo en su momento, es histórico. Sé que ha habido musicales en otra época, como el caso maravilloso de El hombre de la Mancha, y, por supuesto, un éxito que se ha dado aquí en este teatro Alcalá, Jesucristo Superstar, que tenía a José Antonio Carrión como director musical, y al presidente de la SGAE, Teddy Bautista, en uno de los papeles principales... Es decir, que tiene una historia, una tradición. Este país ha recibido algunos musicales y se han desarrollado cosas interesantes. Creo que es un fenómeno que después, tras mucho tiempo de ausencia de este género, vuelve de la mano de empresarios y de empresas muy poderosas que los llevan adelante con una inversión importante que hace que sus montajes tengan las mismas características que los productos que se exhiben en Estados Unidos o en Londres. Y esto es una sorpresa, el encontrarse con productos de alta calidad con montajes y despliegues maravillosos. Por supuesto que es único, pero también hay que tener cuidado. Creo que tanto Argentina como España son países que defienden mucho su lenguaje, que tienen una idiosincrasia muy particular y que es necesario desarrollarles productos que estén al alcance de su identidad y de sus necesidades. Por eso, no es cuestión de comprar –voy a ser muy duro con esta expresión– productos McDonald's. No me parece que la salida del teatro en España sea ésa solamente. Pero creo que, en la medida en que los productores sean lo suficientemente inteligentes para desarrollar castings y adaptaciones que estén más cerca del corazón de la gente española, puede resultar muy interesante.

### **EL DE ACÁ ES UN PÚBLICO UN POQUITO MÁS FRÍO QUE EL LATINOAMERICANO, PERO ES UN PÚBLICO MUY SENSIBLE AL HECHO ARTÍSTICO**

**P** Su empresa tiene un competidor, la Corporación Interamericana de Entretenimiento, que sustituye en las carteleras españolas, con éxito, un musical tras otro...

**R** Bueno, al CIE no lo consideramos realmente como una competencia. Nosotros venimos del mundo de la televisión, mi padre era un gran empresario de televisión, de radio también, y en ese sentido hay una gran brecha entre lo que es la competencia para el teatro y para la televisión. En televisión, la competencia es cruel, es muy dura. Y nosotros, los empresarios que sabemos de teatro, decimos que en teatro no hay competencia, porque siempre existe cabida, existe posibilidad para dar y para ver obras. De hecho, creo que cuanto más oferta hay, mejor le hace al público, y cuanto mayores propuestas se animen a desarrollar los productores, es mejor para el mercado teatral. Hoy podemos ver Tanguera, y mañana te recomiendo ver El Fantasma de la Ópera; mañana voy a verlo y te recomiendo My Fair Lady, o Cinco Mujeres Punto Com... Me parece que de eso se trata en el teatro: de crear un mercado, un clima, un hábito, un contexto.

**P** ¿Qué producción de musicales avala una trayectoria iniciada por la familia Romay en los años sesenta?

**R** Efectivamente, nuestra trayectoria es larga, hemos hecho prácticamente de todo. En Argentina, desde los comienzos... Voy a hablar de esta última etapa, porque en la primera etapa de teatro, que comenzó en la década de los '60, fueron incontables los títulos que hicimos: Chicago, A Chorus Line, Cabaret, El violinista en el tejado... se ha producido casi todo en materia de comedia musical. Desde el momento que hemos regresado –fue después de la venta del Canal 9–, como dice mi padre, al primer amor, que es el teatro, hemos lanzado Mi bella dama –My Fair Lady–, con un gran éxito, Fiebre del sábado noche, The Little Shop of Horror –La tienda de los horrores–, musicales muy importantes que han tenido muchísimo éxito en Argentina. De hecho, la reposición de El violinista en el tejado es una obra que queremos producir nuevamente... Son muchos títulos, también muchos títulos de texto, no solamente musicales.

**P** Ustedes anunciaron su aspiración de convertir a Madrid en el Broadway de Europa. ¿Siguen contemplando como realista esa posibilidad?

**R** Creo que en el Broadway de Europa... hay otros mercados en Europa que son interesantes para la comedia musical actualmente, que están siendo explotados con mucho éxito, no es España el único caso. Realmente, los Estados Unidos y Londres se han abierto a vender las esencias de sus comedias musicales, o de sus obras, cosa que hace diez años jamás hubiese ocurrido. Y hay entonces que ponerse a pensar por qué llegan las obras a España, llega El Fantasma de la Ópera, ¿por qué llega My Fair Lady a España? Llegan porque, evidentemente, también en Estados Unidos y en Londres están pasando por un momento muy particular de crisis. Son dos mercados teatrales muy fuertes, que han tenido en el puño de su mano grandes productos y no necesitaban de otros mercados para poder hacer negocios, porque sus plazas eran muy rentables, eran mercados turísticos atractivamente fuertes e interesantes. Sin embargo, hoy, inteligentemente, empiezan a vender, porque tampoco ellos están pasando por un buen momento. Me parece que el teatro en los Estados Unidos y en Londres carece de creatividad, y de hecho todas las grandes obras que se han hecho últimamente, por ejemplo, El Rey León, están basadas en productos cinematográficos de éxito, pero ha habido una generación, la generación de Mackintosh, con El Fantasma de la Ópera, con Cats, desde sus comienzos... pero que ahora mismo se hace difícil.

**P** Los teatros de la familia Romay sufrieron dos atentados con bomba en los 70-80: uno estrenaba Jesucristo Superstar, otro una obra irónica sobre la dictadura. ¿Qué aporta la representación escénica a la conquista de libertades?

**R** Todo, absolutamente todo. Yo creo que el teatro es una expresión de libertad absoluta. El problema es el hombre, el ser humano, quien hace el teatro, no el teatro como un fenómeno independiente o separado de la persona. Creo que es el ser humano quien tiene la elección de ser libre en cada momento, y es una elección que puede hacerla en cualquier dominio de la vida. El teatro es una expresión, es un modo de hablar, de contar nuestros problemas, nuestras dificultades, de poder revisar nuestros conflictos humanos. En ese sentido, creo que es la gran oportunidad de salida para el ser humano, y claro, puede aprovecharla o tirarla por la borda, como tantas otras cosas, pero es una gran salvación. Yo creo que es una gran oportunidad que depende, por supuesto, de aquello que elija el ser humano hacer con su vida, porque podemos caer en la expresión de cualquier cosa, y está bien, o podemos aprovechar el teatro como un modo para cuestionarnos, para preguntar, para generarnos dudas, para hablar de la

ambigüedad que tiene la vida, de lo blanco y de lo negro, de lo bueno y de lo malo, de la justicia y de la injusticia. Son temáticas que, permanentemente, están al alcance y en la posibilidad de poder ser revisadas constantemente, y en ese sentido creo que el teatro tiene un papel crítico fundamental.

**P** ¿Considera obligada la producción de obras teatrales con carga crítica?

**R** No me refiero a que el teatro haga crítica social, me refiero a que en cualquier acto cultural está planteada la 31 problemática del ser humano, se puede hacer en el entretenimiento inclusive. Porque, si no, uno puede pensar “bueno, está con un discurso culturoso”, y no se trata de eso, me parece que la cultura es una gran conversación en la que cabe cualquier cosa, cualquier cosa es cultura. Por eso me parece que no tiene que ver solamente con la crítica social; la crítica social también está en el entretenimiento, en el ocio, en otras expresiones.

### **EE.UU. Y LONDRES SE HAN ABIERTO A VENDER LA ESENCIA DE SUS COMEDIAS MUSICALES PORQUE SUS MERCADOS TAMPOCO ESTÁN PASANDO POR UN BUEN MOMENTO**

**P** El Nuevo Alcalá tiene dos salas, una para exhibición de musicales, otra para el teatro de texto. ¿Tiene fecha la apertura de la María Guerrero?

**R** Estará a punto a comienzos de la temporada, en septiembre; la sala ya se está terminando de armar. En la María Guerrero vamos a estrenar una primera obra que es Closed, pero tenemos ahora mismo cinco títulos muy importantes en cartera. Hemos elegido esta obra para comenzar, porque es la que tenemos como más acabada en su forma y en su diseño, estamos terminando de hacer el casting. La vocación de esta sala es la de producir grandes obras de texto, grandes obras dramáticas, obras muy interesantes, darle también un espacio a la comedia, pero creo que es una sala muy particular, muy interesante, para desarrollar piezas de tres o cuatro personajes. Es una sala que tiene trescientas localidades, así que, obviamente, sus limitaciones condicionan el espacio para producir otras cosas más importantes desde el punto de vista de la apuesta y del montaje. Pero nos dará la posibilidad de desarrollar obras maravillosas, muy interesantes, con títulos que han tenido grandes premios en el mundo y que están ávidos y esperanzados de poder tener también un lugar aquí en España, en Madrid.

**P** Desde su experiencia como productor y como autor, ¿qué calificación le otorga al momento creativo de nuestro país?

**R** Voy a ser muy humilde en ese sentido... Me siento muy joven en este mercado y estoy conociéndolo con mucha atención, estoy investigando, estoy aprendiendo, así que en ese sentido no puedo dar una respuesta. Lo que sí sé es que estoy siendo testigo de que existe un fenómeno cinematográfico, a pesar de que la industria está muy dolida por su situación y está pasando por un momento en el que no hay créditos y hay dificultades para rodar, con grandes creativos en España, y eso es una cosa que queremos aprovechar, la oportunidad de que España desarrolle productos que también puedan ser interesantes para otros mercados.

**P** El Nuevo Alcalá alberga también el Conservatorio Manuel de Falla. ¿Queda mucho por hacer en cuanto a la formación de los futuros protagonistas de la comedia musical en España?

**R** Sí, pero casualmente la apuesta de estas empresas por la comedia musical ha abierto un mercado esperanzador para muchos jóvenes que saben cantar, otros que saben bailar, otros que aman profundamente el teatro como modo de vida. Me parece que la comedia musical les abre a todos ellos un espacio de mercado para poder integrar estas disciplinas que, en los musicales, de alguna manera, se amalgaman: el canto, el baile, la actuación... Entonces, creo que hay un gran mercado ávido por aprender, que está descubriendo todo esto de manera muy receptiva, y eso me pone muy contento, por la posibilidad de poder formar gente nueva, nuevas generaciones. Nosotros estamos planificando el funcionamiento de nuestro conservatorio, estamos cerrando la currícula y el diseño. Por lo pronto, gracias al éxito de Tanguera, hemos abierto una academia de tango, que está teniendo... bueno, en este momento está siendo una fiebre, no sé si es por el mismo musical, que la gente sale tan entusiasmada que se apunta a las clases, pero es que no damos abasto.

### **LA CRÍTICA SOCIAL TAMBIÉN ESTÁ EN EL ENTRETENIMIENTO, EN EL OCIO, EN OTRAS EXPRESIONES**

**P** ¿Conseguirá su padre, Alejandro Romay, revalidar aquí el título de “Zar”, adjudicado tras 50 años de trabajo en los medios de comunicación, la cultura y el espectáculo?

**R** Le llamaban allí el Zar de los Medios de Comunicación, no sé si este título que se lo han puesto los periodistas. Yo jamás se lo atribuyo, pero mi padre es un gran creador, creo que es un tipo que siempre ha tenido una gran capacidad creadora. Es un gran productor, y no me refiero al hombre que produce teatro o produce televisión, sino al modo de vida; es un hombre que produce hechos artísticos, hechos que están ligados a la vida social y a la comunicación de otros pueblos. Entonces, en ese sentido, creo que lo que vamos a hacer aquí es esto, vamos a seguir contagiando esa emoción al público español con productos que ojalá también aquí atrapen, gusten, puedan resultar atractivos para la gente.

**P** ¿Contemplan alguna posibilidad de diversificación de su negocio en España?

**R** No creo, por ahora estamos lejos de adentrarnos en otros mundos. Pero, bueno... qué sé yo... no puedo aventurar nada. Hoy estamos aquí, en el teatro, y es algo que tenemos que llevar con mucho compromiso, hay mucho por hacer