

XVII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia de la Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Catamarca, Catamarca, 2019.

## **DEL PALCO AL GALLINERO': EL CONSUMO DE LA ÓPERA EN EL TEATRO COLÓN A PRINCIPIOS DEL SIGLO XX.**

Ela Mertnoff.

Cita:

Ela Mertnoff (2019). *DEL PALCO AL GALLINERO': EL CONSUMO DE LA ÓPERA EN EL TEATRO COLÓN A PRINCIPIOS DEL SIGLO XX. XVII Jornadas Interescuelas/Departamentos de Historia. Departamento de Historia de la Facultad de Humanidades, Universidad Nacional de Catamarca, Catamarca.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-040/136>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

JORNADAS INTERESCUELAS DEPARTAMENTOS DE HISTORIA. Universidad Nacional de Catamarca, Julio de 2019

Mesa 79: “Un siglo de noticia y entretenimiento. Medios, cultura y sociedad argentinos: 1870-1970”

### **‘Del palco al gallinero’: el consumo de la ópera en el Teatro Colón a principios del siglo XX**

Ela Mertnoff (Facultad de Filosofía y Letras, UBA)

La ópera, en tanto práctica cultural, ha quedado asociada hoy en día en el país a un consumo de elite, sin embargo hay evidencia histórica de que a principios del siglo XX el público del teatro era heterogéneo; al espectáculo operístico acudían tanto inmigrantes italianos como los estratos superiores de la sociedad porteña. En el contexto de modernización del país, la ópera se convirtió en una práctica legitimada por las elites, expresando la transformación de la sociedad en el período. Esta demanda de las elites hizo del Teatro Colón un protagonista importante en el ámbito cultural, colocando al país en un plano de igualdad con otras metrópolis del mundo.

El propósito de esta comunicación es indagar acerca del consumo de ópera en el Teatro Colón por las elites y los sectores populares porteños desde 1908 hasta 1931. Seleccionamos específicamente el Teatro Colón, debido a que es un espacio significativo cosmopolita para Buenos Aires y la principal casa de ópera del país. El recorte temporal alude a la inauguración del teatro en 1908 hasta su municipalización en 1931. A partir del análisis histórico de diversas fuentes primarias como diarios de la época y los programas de mano de las funciones, estudiaremos cómo esta práctica cultural colaboró con la construcción de pertenencias sociales e identidades grupales. En este sentido, este trabajo investiga cómo al mismo tiempo la ópera para los sectores populares italianos fue un consumo popular, y el Colón significó para ellos la reproducción de una identidad cultural, mientras que por otra parte, la sociabilidad de las elites porteñas incluyó asistir al teatro motivados por el incremento de distinción y estatus.

Nuestra intención es dar cuenta de cómo se desarrollaron en este terreno cultural las tensiones ambivalentes entre las fuerzas civilizadoras de la elite y las plebeyas, y mostrar en la ópera la disputa entre su carácter exclusivo y su carácter democrático. De este modo,

nos interesa explorar cómo el mismo objeto logró ser consumido de distintas formas por los diferentes estratos sociales, si bien a largo plazo hubo una apropiación de la burguesía de esta práctica y finalizó la hegemonía de la cultura italiana en la ópera.

### 1. La casa de ópera: símbolo del proyecto modernizador

En el contexto de modernización del país, la ópera se convirtió en una práctica legitimada por los sectores dominantes, y comenzó a ser un aspecto fundamental en la sociabilidad entre las elites. El hecho de que estos grupos promovieran la ópera como una manera de que la nación entrara en el mundo moderno hizo del Colón un protagonista importante de la globalización. Como en el resto de América Latina, la modernización en las ciudades involucró arquitectos extranjeros e ingenieros que diseñaron parques, bulevares, trenes, como así también las casas de ópera (Lara-Betancourt, 2016). Con los intentos de emular las ciudades europeas, emergieron nuevas avenidas y barrios, clubes de elite y servicios urbanos de transporte. Los países latinoamericanos hicieron uso constante y prudente del diseño moderno y la tecnología para alcanzar la modernización en un contexto postcolonial y para crear un sentido de identidad nacional relacionado a esto.

Claudio Benzecry (2014) analiza el proceso fundacional del Teatro Colón y sostiene que históricamente Buenos Aires fue un lugar clave para la expansión de la ópera como género global, una de las redes transnacionales generadas durante el siglo XIX. A su vez, Buenos Aires tiene una relación particular con la ópera ya que nunca formó parte de la cultura tradicional nacional (al contrario de países de Europa Occidental como Alemania, Francia e Italia), por lo tanto el desarrollo de la ópera como una práctica artística no se relaciona con un proceso temprano de construcción de identidad nacional. El caso de Buenos Aires es ejemplar para observar cómo la “alta cultura” logró ser institucionalizada, y el involucramiento de diferentes actores - como la elite socioeconómica y la elite política - demuestra qué proyecto intentaba llevar a cabo la elite política a través de la ópera, al mismo tiempo que los sectores subalternos resistían ese cierre social. Las tensiones ambivalentes entre las fuerzas civilizadoras de la elite y las plebeyas fueron muy marcadas en este terreno cultural.

Establecido en 1857, la ubicación del antiguo Teatro Colón en la Plaza de Mayo revela su lugar central en el imaginario nacional. De acuerdo a los diarios de la época, la inauguración de la casa de ópera marcó la emergencia de Buenos Aires como una ciudad

cosmopolita: “Esta noche Buenos Aires creció. Decimos adiós a la vieja aldea y damos la bienvenida a la ciudad con festividades artísticas” (Benzecry, 2014: 171). Nos preguntamos, ¿quién llenaba el Colón en sus primeros años? A pesar de que nos es imposible reproducir una noche en la casa de ópera, con los programas de mano que se repartían en las funciones y varias fuentes secundarias, podremos reconstruir parcialmente la estructura jerárquica de un público estratificado. El historiador inglés John Rosselli (1990) sostiene que desde la inauguración del Colón, la audiencia de la ópera en Buenos Aires estaba dividida en una elite “a la moda” y un público popular compuesto casi en su totalidad por inmigrantes italianos de la población local. La expansión de la audiencia significó una diversificación de gustos y géneros. Efectivamente, la ópera tuvo un papel central en esta época: para 1908, casi medio millón de espectadores acudían a la ópera, superando así al género de la zarzuela (Rosselli, 1990).

Para la inauguración del teatro, en las butacas de la platea y en los palcos bajos y balcón, encontramos a las 25 familias que compraron el bono municipal para subsidiar la finalización de la construcción de la casa de ópera, y también otros 20 abonados. Este grupo de terratenientes, comerciantes, y exitosos miembros de la industria financiera, ocupaban los 38 palcos balcón y parte de los 74 palcos bajos y altos. Vivían dentro de un radio de 10 cuadras cercanas al cementerio de Recoleta - en ese momento la parte más exclusiva de la ciudad como también en la actualidad - y frecuentaban clubes sociales de elite como el Jockey Club y el Club del Progreso (Benzecry, 2014).

El resto de los palcos fueron asignados al Presidente, al Intendente y a miembros de la municipalidad. La ópera tenía una relación especial con las autoridades políticas del país. El Presidente asistía por lo menos dos veces al año para celebrar las fechas patrias del 25 de mayo y el 9 de julio. Estas dos ocasiones eran casi obligatorias para la elite socioeconómica y la elite política. La galas presidenciales eran una parte central de lo incluido en el paquete de abono. El foco estaba en el carácter cosmopolita y civilizador de la ópera, y a través de estas ceremonias públicas, se indicaba que Argentina (y Buenos Aires en particular) había alcanzado a ser parte del mundo occidental. La exhibición más obvia de conexión entre la ópera y la elite política fue durante las celebraciones de El Centenario en 1910. Estas celebraciones intentaron transformar Buenos Aires “en la capital del mundo por un día” (Benzecry, 2014: 172). La presentación de *Rigoletto* en el Colón tenía una misión explícita: demostrar que el proyecto civilizador emprendido por la clase gobernante había triunfado, indicando a los europeos que Buenos Aires “había llegado”. Las galas en el Colón eran la manifestación de la intervención activa de la elite política en

la producción de la ciudad moderna.

La sincronización de Buenos Aires con otras capitales del mundo es evidente si comparamos los estrenos de las óperas en el Colón con relación a los estrenos en las reconocidas casas de ópera como La Scala de Milán, el Metropolitan de Nueva York, o la Ópera Garnier de París. Por ejemplo, *Turandot* se estrenó en Buenos Aires en 1926, exactamente 2 meses después de su estreno en La Scala. Incluso las óperas que se estrenaban en los Estados Unidos, como *La Fanciulla del West*, se estrenó en 1911 en Argentina, pocos meses después del estreno norteamericano (Benzecry, 2014). Mientras que la ópera alineaba a Buenos Aires con otras metrópolis del globo, el deseo de borrar la distancia con Europa y el intento de acelerar el proceso de modernización también se expandió a lo largo del país, por lo que se crearon otras pequeñas casas de ópera.<sup>1</sup>

Mientras que la elite celebraba El Centenario, dos eventos intentaron socavar estas celebraciones. La apertura del país a la masiva inmigración de Europa, también significó el advenimiento del socialismo y el anarquismo. Los anarquistas organizaron atentados en el Colón en 1910 y en 1925, pero el primero es significativo porque tuvo consecuencias para la relación entre la elite y los grupos inmigrantes. El ataque de 1910 ocurrió poco después del asesinato del Jefe de Policía Ramón L. Falcón por el activista ruso Simón Radowsky. La policía aseguró que las bombas habían sido tiradas desde el paraíso, la ubicación más económica. No fue sino hasta después de este ataque en el Colón, que hubo consenso en el Congreso para tomar medidas más draconianas con respecto a los anarquistas inmigrantes. Sin embargo, la relación entre la diversa población migrante y la cultura de las elites era más compleja; la negación de la ópera como alta cultura a través del intento de borrarla físicamente era sólo una táctica. Los trabajadores socialistas se apropiaron de la ópera no sólo al asistir a las diversas casas de ópera sino también al hacer de las arias y otros fragmentos operísticos una parte central de sus rituales públicos. En las celebraciones del Partido Socialista se escuchaban himnos con fragmentos de óperas de Puccini y Rossini. Benzecry (2014) señala cómo las actividades operísticas se hicieron cada vez más frecuentes entre ellos, indicando el respeto que muchos de estos inmigrantes tenían por el legado artístico europeo.

Como observamos, el público plebeyo encontró múltiples maneras de desafiar la clausura

---

<sup>1</sup> En Buenos Aires, el Teatro de la Ópera fue inaugurado en 1872, y durante los 20 años de construcción del Teatro Colón dominó la actividad operística en la ciudad. El Politeama, un poco más pequeño y modesto, abrió en 1879. Otros dos teatros pequeños, El Nacional y el Odeón, que combinaban ópera y otros espectáculos, abrieron en 1882 y 1892 respectivamente. El Teatro Argentino de La Plata también abrió sus puertas en 1892. En 1907, abrió El Coliseo, con una capacidad para 2,550 espectadores, casi tantos como el Colón. La actividad de las siete casas de ópera era tan competitiva que el 28 de mayo de 1910, hoy conocida como “la noche de los tres *Rigolettos*”, todas las casas de ópera realizaron una versión de esta producción.

social de la casa de ópera; algunos grupos la atacaron físicamente, y al hacerlo aceptaban la clasificación que hacía del Colón un sinónimo de práctica de elite; otros grupos quisieron apropiarse de este espacio, al participar en el espacio político, al legislar o controlar la casa de ópera, o usándolo de forma simbólica para celebrar los rituales principales. Muchos de los italianos de los sectores populares, a pesar de tener su propio teatro, el Marconi, se aventuraban a ir al Colón y ocupaban los sectores de la tertulia y el paraíso de pie, las localidades más baratas. Por lo tanto, logramos identificar tres actores principales involucrados en este drama social. Por una parte, la elite provincial, quienes ocupaban la mayoría de los cargos políticos en el Congreso y en el Estado nacional y tenían control sobre la municipalidad. Ellos utilizaban la ópera como una herramienta para su proyecto político civilizatorio al extender la ópera a través del país. El segundo grupo, la elite socioeconómica, quienes intentaban ejercer control sobre la casa de ópera, enfocando en los mecanismos organizacionales que producirían el cierre social y luego en la etiqueta que los distinguiría socialmente. El tercer actor social eran los inmigrantes italianos quienes no poseían los recursos para competir con una construcción de una casa de ópera igual de importante pero quienes también ocupaban la mayoría de los lugares más económicos del Colón. Ellos también se relacionaban con la ópera en tanto un “artefacto sagrado”, a partir de un vínculo dramatizado a través de una demostración de forma eufórica de expresión del placer estético (en vez de la manera discreta de etiqueta para la apreciación prescripta por la elite). En este sentido, comprendemos que la elección de una práctica cultural no se relaciona con las cualidades intrínsecas del objeto, sino que cobra sentido dentro del entramado significativo en el que este se encuentra. Los consumos culturales elaboran una pertenencia social que ayudan a construir la identidad del grupo así como comunican la diferencia.

## 2. El Colón: un lugar de distinción

Según la antropóloga Vlado Kotnik (2017), la ópera era y continúa siendo una gran fuente de capital cultural y simbólico. La autora estudia el caso del Teatro Sociale, la casa de ópera en Mantua, en donde los fundadores y los dueños de los palcos nunca los cedieron a la municipalidad o al Estado; se trata de un caso en donde el “poseer” la casa de ópera se mantiene como algo más importante que el hecho de asistir a las funciones. En el Colón en cambio, los miembros de la elite que subsidiaron la construcción del teatro podían ser

dueños de palcos por 10 años solamente y eran parte del manejo de las actividades del teatro. A diferencia del Teatro Sociale, la participación de la elite fue disminuyendo a lo largo del tiempo debido a que aumentó el manejo por parte de la Municipalidad, hasta el punto en que en 1925, el Colón comenzó a tener una orquesta, cantantes líricos y ballet estable, y en 1931, el teatro fue municipalizado. El gobierno municipal por lo tanto tomó a su cargo el presupuesto y comenzó a subsidiarlo.

Sin embargo, encontramos una semejanza con el caso de Mantua en la lucha y competencia por el status social. Tomando el modelo de Pierre Bourdieu (1998), el teatro es un espacio en donde el capital económico y cultural son ambos objetos y armas para la competencia entre el Estado, la Municipalidad y los dueños de palcos del teatro, lo cual nos permite entender mejor el habitus de los abonados, en relación a sus expectativas subjetivas de reproducción social.

Por otra parte, es importante resaltar el papel de la ópera como práctica cultural y su vinculación al cosmopolitismo. Aguilar (2009) examina cómo esta industria cultural posee un poder catalizador de interpelaciones sociales y urbanas: era parte de la sociabilidad deseada, que se relacionaba con el anhelo de distinción y la “obsesión de exotismo” de la elite. En este sentido, la distinción social era una construcción necesaria y constante de afirmación para las elites en pos de constituir una clase y un estilo de vida distinguidos (Losada, 2006). Por ende, el Colón era el símbolo de cosmopolitismo. Podemos ver evidencia de esto en los programas de mano: los artistas de las producciones de ópera eran en su gran mayoría de origen europeo. Rosselli (1990) relata cómo los abonados estaban ansiosos por ingresar a los camarines de las *prima donnas* tan reconocidas a nivel mundial como Nina Koshetz, Lily Pons o Ninon Vallin. A su vez, como mencionamos previamente, el estreno de las óperas era casi paralelo al de las casas de ópera europeas. Es interesante también notar que en el registro de la base de datos de óperas del Colón, muchas de las óperas que más se repiten – tales como *Aída*, *Carmen*, *Turandot* –, aluden a esta fantasía del exotismo por parte de la elite, ya que están ambientadas en Egipto, España y China respectivamente.<sup>2</sup>

Como bien argumenta Kotnik (2013), el poder social de la ópera ha estado por siglos al servicio de la legitimación del poder de las autoridades, para asegurar el prestigio de las elites y también para “acalorar” la pasión de las masas. En términos de Bourdieu (1998), ir a la ópera funcionaba como una marca de distinción social, y su institución era el lugar

---

<sup>2</sup> Para más información sobre las óperas más veces realizadas en el Teatro Colón consultar: Mertonoff, E. (2019) “Las divas de la ópera: mujeres intersticiales en un mundo patriarcal”, XIV Jornadas Nacionales de Historia de las Mujeres/IX Congreso Iberoamericano de Estudios de Género, Universidad Nacional de Mar del Plata, 29 de julio-1 de Agosto.

para ver y ser visto, un lugar de gusto y emoción, pero sobre todo, un lugar de gran significación y creación de una comunidad imaginada, tomando el concepto de Benedict Anderson (2006). En este sentido, identificamos en la elite porteña esta idea de la ópera como un espacio social en donde los individuos no solo consumían el arte de la música y el espectáculo sino que también mostraban su estilo de vida, estatus social y cosmovisión cultural. Ir a la ópera era para los estratos superiores de la población, una fuente de valor simbólico y un lugar privilegiado para representar la fantasía de una mítica comunidad imaginada (Kotnik, 2013).

### 3. La ópera y la identidad cultural

A fines del siglo XIX, la nueva tecnología genera un punto de inflexión en la historia de la música, y con ello, en la relevancia de la ópera. La emergencia del fonógrafo, el arte de hacer música en un disco, hizo posible una reestructuración en el público de la ópera, su status se expandió de elitista a popular. La ópera se hizo una constante de la vida cotidiana y se convirtió en una parte vital del mercado al transformarse en una mercancía (Kotnik, 2016).

Como demuestra Benzecry (2012), los sectores populares siempre acudieron al Colón, particularmente en sus primeros años. Escuchaban las funciones desde los pisos más altos, que alberga a más o menos el 20% del público. Las entradas para ir a la cazuela, tertulia y paraíso de pie eran económicas, en relación a los precios para los palcos, y también en comparación con otras actividades, como partidos de fútbol. Rosselli (1990) distingue a este público de los sectores “a la moda”, y la gran mayoría eran italianos, (los sectores más humildes se los podía encontrar lejos del centro de Buenos Aires como en el Teatro Marconi). Los que iban al Colón generalmente iban al sector más económico, el paraíso, popularmente conocido como *el gallinero*. El nombre denota su carácter plebeyo y remite a la tradición del público de los niveles superiores de arrojar cosas al escenario, característico de las casas de ópera en Italia y en España. Los fanáticos italianos eran atraídos por el fuerte vínculo que existía entre el consumo de ópera y su identidad cultural. Utilizamos el término “fanático” en el modo que lo emplea Benzecry (2012) para identificar a aquellos que se vinculan con la ópera debido a su pasión y la experiencia de apreciación personal que realizan durante una función.



Tulio Halperín Donghi (1985) estudia la relación ambigua entre la comunidad italiana inmigrante y la elite nativa argentina. El autor sostiene que los inmigrantes estaban presentes ya desde el movimiento independentista, pero que la mayoría llegaron a la capital desde mediados del siglo XIX. Aunque muchos eran campesinos y jornaleros, emigraron a la capital y se dedicaron a trabajos de servicios y manufactureros. Según Halperín, la percepción de los italianos en Buenos Aires era por un lado positiva, en tanto que el gobierno responsable por la inmigración comparó su rol con el de los alemanes en los Estados Unidos - el grupo que “más se asimila a las costumbres y a las tendencias de los nativos” (Halperín Donghi, 1985: 89), y que eran activos en todas las ramas de la economía y dominantes en las artes. Por otra parte, la gran mayoría de estos inmigrantes eran pobres; aun siendo trabajadores, podían ser percibidos por la elite local como una potencial clase peligrosa. Como mencionamos previamente, entre estos inmigrantes también se encontraban anarquistas que tuvieron un rol central en muchos de los conflictos laborales. Por lo tanto, no ganaron la entrada a esta oligarquía local que consistía en grandes terratenientes descendientes de españoles. Por muchos años no se identificaron con Argentina, ni tomaron la ciudadanía. Sin embargo, el nacionalismo xenófobo de principios del siglo XX, no fue dirigido en su totalidad hacia la comunidad italiana (Halperín Donghi, 1985).

Esto puede ayudar a comprender por qué la ópera, un espacio en donde las producciones italianas disfrutaban de una hegemonía, fue un recurso utilizado por la comunidad para propagar una imagen positiva. Las compañías líricas de Francia y España realizaban giras por el país, como también las italianas, y se intercalaba con la opereta francesa y la zarzuela española, pero la ópera era para 1914 exclusivamente un monopolio italiano (Rosselli, 1990).

El público “a la moda” según Rosselli, reflejaba la continuidad de la vieja oligarquía terrateniente, y es interesante destacar que para 1908, casi todos los solistas, y los miembros de los coros y las orquestas tenían apellidos italianos (las excepciones eran generalmente alemanes o franceses). Sin embargo, de sesenta y nueve dueños de palcos balcón, sólo cinco tenían apellidos italianos y sólo uno apellido inglés: todo el resto eran antiguos nombres hispano-argentinos. Incluso en una ciudad con la mitad de la población italiana, la relación entre productores y consumidores de ópera era como en Nueva York y Londres, con los italianos como productores y la elite local como consumidores.

*El gallinero* habitado por los italianos y sus aplausos y abucheos entusiastas era una cuestión que irritaba al público de elite. Los gustos y los hábitos de la vieja oligarquía

regían en el auditorio. La separación entre hombres y mujeres en la cazuela y tertulia, demostraban que la dignidad española era el tono del Colón, y no el entusiasmo italiano. Rosselli describe a este público como “frío, y que aplaudían con discreción y con guantes” (Rosselli, 1990: 162). Los abonados con más influencia eran educados en Francia y viajaban mucho a París; sus hijas eran entrenadas para tocar el piano o el arpa. Si se aferraban a la ópera italiana era por conservadurismo; constantemente subestimaban a las cantantes líricas argentinas. A su vez, podían demostrar gran devoción personal hacia a una cantante italiana que admiraban.

El proyecto de definir la ópera como “alta cultura” fue exitoso, pero la elite socioeconómica según Benzecry (2014), no poseía el completo control sobre el significado de la ópera en Buenos Aires. El Colón fue exitoso en presentar solamente óperas, conciertos y ballets, y excluir géneros populares, los cuales sí se presentaban en el antiguo Teatro Colón y en el Politeama. Con esto, el nuevo Colón siguió el liderazgo del Teatro de la Ópera y el Coliseo, pero esto no significó que la elite gobernante definiera qué significaba la ópera o incluso el repertorio. Los debates entre los miembros de los sectores dominantes acerca del lugar que Wagner debía ocupar en el panteón operístico significaba sin embargo que las óperas del compositor alemán eran escuchadas en Buenos Aires. No obstante, recién en 1922 estas óperas comenzaron a ser representadas en alemán, y no en italiano. Este hecho, alude a la predominancia de los sectores italianos en las óperas, ya que su idioma era el legítimo. Este fenómeno demuestra la influencia de los inmigrantes sobre el género en Buenos Aires. Mientras que este público compartía la noción de la ópera como “sagrada”, como un elemento clave de su cultura, ellos vivían separados de la elite que acudía al Colón y desafiaban sus conceptos sobre la etiqueta en el teatro (Benzecry, 2014).

Como sostienen Benzecry y Collins (2014) en relación al “fanatismo” que sentían los italianos en las óperas, los fanáticos distinguen entre su experiencia pura de la música y el consumo meramente basado en la aspiración social, y también entre el aplauso convencional y realmente entender la música. En su estudio, los autores demuestran cómo es posible para algunos individuos consumir música en sus propios términos, desprendiéndose autónomamente de la jerarquía social, creando sus propias identidades y sus propias experiencias musicales. Es por esto, que el fanático de la ópera es el arquetipo más puro y valioso en sí mismo para la experiencia cultural. Como describe Benzecry (2012) en su etnografía, los sectores altos del teatro son un mundo relativamente cerrado en sí mismos, casi hasta 400 individuos se juntan de 3 a 4 horas, y de alguna manera estas

personas actúan como si estuviesen protegidos del mundo externo. Retomamos de Benzecry la idea de que los fanáticos apasionados disfrutaban este arte debido a su creencia de que la ópera es algo de lo que se debe aprender para ser propiamente disfrutada, una manera romántica de entender el consumo de la ópera (Benzecry, 2009). Esta es una noción de la cual también se apropiaban los italianos a principios del siglo XX y eran atraídos por este sentimiento para acudir a la casa de ópera.<sup>3</sup>

#### 4. Análisis de fuentes: convivencia y tensión al interior del teatro

En la siguiente sección, realizaremos un análisis de las fuentes de la época como las revistas, diarios y los programas de mano para así poder estudiar las publicidades, las reseñas de las óperas, la lista de abonados, los precios de las entradas y la descripción de los que habitaban el teatro. En este sentido, intentaremos deducir a qué públicos se dirigían estos medios de comunicación: a los sectores dominantes que frecuentaban los palcos – los abonados – o a los inmigrantes italianos del *gallinero*. Nos centraremos en el lenguaje utilizado para determinar el propósito de estos escritos e imágenes, si es que se trataba de abonar la fidelidad de lectores o era dirigido a un público más amplio. En esta sección, podremos demostrar que ambos públicos del teatro eran interpelados de ¿diversas formas?.

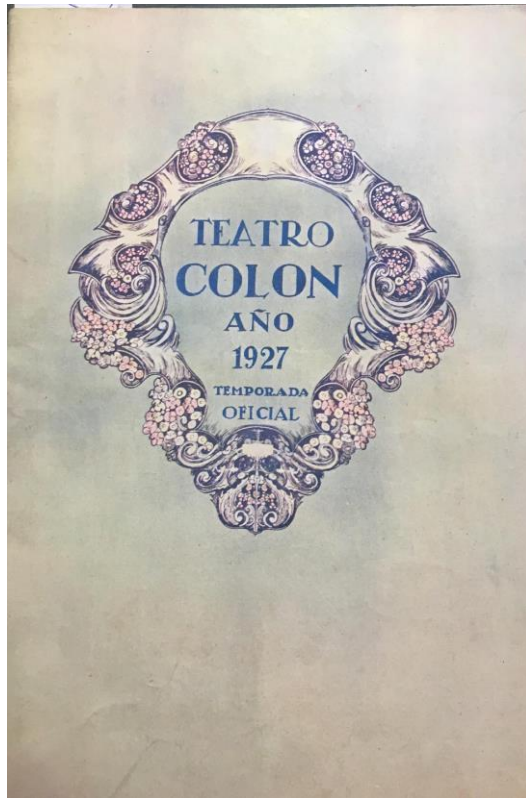
##### a. Los abonados

En primer lugar, al analizar los programas de mano se debe tomar en consideración que estos folletos eran repartidos a todo el público del auditorio antes del comienzo de la función. Para comprender mejor la estructura general de estos programas de mano, ilustramos con el siguiente ejemplo del programa de 1927 (ver imagen 1). La tapa se titulaba “Teatro Colón Año 1927 Temporada Oficial”, luego la sección detallando el “Elenco Artístico”, después el “Repertorio” con algunas imágenes de los artistas más destacados de la temporada, luego la “Lista de abonados” que podía ser de 4 páginas, después los argumentos de las óperas, y en todas las páginas publicidades diversas.

---

<sup>3</sup> Extrapolamos esta idea de Benzecry (2009) que el autor utiliza para analizar a los fanáticos de la ópera del día de hoy porque creemos que es una manera apropiada de interpretar el comportamiento de los italianos en la ópera en el pasado.

Imagen 1: Programa de mano temporada oficial 1927



**RADIOS MAGNAVOX DE FOREST**

Los receptores radiotelefonicos de estas marcas reproducen las audiciones de esta sala con el maximum de claridad y perfeccion de tono.

Ventas a plazos

Inspeccion y reparaciones generales

**Abrisqueta y Cia.**

Córdoba 829 U. telef. Plaza 3249

**TEMPORADA OFICIAL 1927**  
25 FUNCIONES NOCTURNAS DE GRAN ABONO  
NÓMINA DE ABONADOS A PALCOS Y PLATEAS

**ABONADOS**

Adelia Harilao de Olmos, Emilia Secher de Cayul, Sara Delfino de Méndez, María Uzá de Alvear, Enriqueta Costex de Pralere, Leonardo Pereyra Iraola, Alfredo Echagüe, Fernando Saqui, Raúl Marciano Martínez, Pedro de Achával, Julio A. Ross, Carlos Meunier Echagüe, Alejandro Shaw, Enrique H. Martín, Casimiro de Bruya, Rosa A. de Toragast, José Raggio, Enrique J. Smith, Manuel B. de Anchores, Rafael Herrera Vegas, Jorge Catalán, Alejandro Moreno, Juan Carlos Rodríguez, Néstor Magagnoli, María Uzá de Alvear, Juan Pablo Echagüe, Elisa Peña de Uribebarrea, Patrio Bocha, Martín Pereyra Iraola, Bernardo de Irigoyen, Alfonso Ayerza, Gustavo A. Landá, José Arca, Juan Lalor, Octavio S. Pico, Magdalena E. de Bonorino, Francisco Badino, José J. Zamboni, Justina Campos Urquiza, Elena Frías de White, María Ortiz Basualdo de Llavallol, Hortensia y Corina Berlier, María G. de Guerrero, Elena P. de Gómez, Augusto C. Landá, Miguel Arana Zeis, Alfredo Cremades, Enrique T. Susini, Emilio Saint, Carlos Madariaga, Philander L. Cabib, Lorenzo Raggio, Antonio Delegiano, Félix Muñoz, José B. Naviera, José A. Campos, Sra. Grealier de Massen, Juan C. Dibar, Gabriel J. Marriñez, Elbio Coello, Andrés Cordero, Ministerio de Guerra, Circolo de Armas, Alberta Carlé, Eduardo F. Maglione, Enrique Makimov y Argorta, Enrique D. Lagos, Enrique F. Costa, Miguel Susini, Alfredo M. Sierra, Ascensión F. de Mackintosh, Stas de Berraondo, Sabino Rodríguez Loredo, Adolfo Mugica, Mario A. Rivarola, David Costaguta, Cayetano T. Devoto, Santiago Copello, Américo Ferrando, Alber-

**CASA de FORMAS**

PARA SEÑORAS Y NIÑAS  
D: GRAN MODA

DE  
**LUIS CISTERNA**

UNIÓN TELEF. 44 JUNCAL 4850  
935-C. PELLEGRINI - 9-15 - Bs. AIRES

DECORATION AMEUBLEMENT

**ALAVOINE**

PARIS-BUENOS AIRES  
NEW YORK

JUNCAL 1599  
U. T. 41 Plaza 1553

**Norma**

Opera en 3 actos de VICENTE BELLINI

ARGUMENTO

ACTO I

La sagrada floresta druidica

Desfilan las falanges de los galos, seguidas por la procesión de los druidas. De la masa guerrera se eleva un canto, pidiendo la protección de Irminal para transar la lucha contra los romanos. Los religiosos prometen que, cuando llegue la hora, Norma, la gran sacerdotisa, convocando al pueblo al hada profética del bosque, a los tres golpes del bronce místico, dará a los héroes la señal del levantamiento contra el extranjero.

Norma, hija de Oroveso, jefe de los druidas, goza de inmenso prestigio entre los galos de esa misma secta, como mediadora ante las divinas potencias. Ignorase que ella ha cometido una grave, una doble gravísima falta, traicionando a su patria y a sus dioses, en apasionado amor hacia Pollione, pro-cónsul romano en la región. De ese amor han nacido dos criaturas, que Norma mantiene ocultas; pero la hora del castigo ha llegado ya para la falsa doncella. Pollione, atravesando la escena en unión de su amigo Flavio, manifiesta que un nuevo sentimiento impera en su corazón, desalojando de este modo

**Radio-Aparatos de Calidad**

Equipo de 3 audiciones, listo para ser usado en todas las transmisiones. Precio \$ 140. (Incluye alto-parlante)

Aparatos y accesorios de alta eficiencia

**B. MAGDALENA**  
MAIPÚ 659 BUENOS AIRES

La imagen de Norma; la joven Adalgisa, vestida también al culto druidico, ha encendido una nueva pasión en el hermoso romano, correspondiéndola por su parte con incontestable amor.

La multitud quiere a todo trance oír la tiene los vestidos preferidos por las elegantes porteñas.

**Gerson Sœurs**

charcas 672

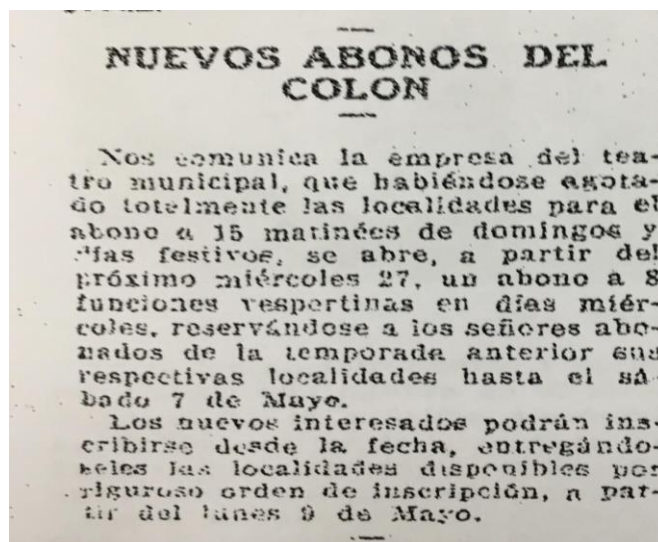
voz de Norma, e insiste en llamarla. Ella ha de dictar la sentencia de los dioses contra el invasor, autorizando en primer término la ejecución del pro-cónsul Pollione. Norma viene, en efecto, pero como ignora aún su desventura, creyéndose amada todavía del joven romano, lejos de responder a las súplicas de los guerreros y sacerdotes y a su mismo padre Oroveso, disuade a la turba, y depositaría de los designios superiores, ordena dejar para mejores días la renovación de la lucha por la patria. Dispérsanse los soldados, quedando sola con las sacerdotisas, Norma entona con ellas la plegaria a

Es de especial atención para esta investigación la parte de los programas en la que figura la lista de abonados del teatro, ya que figurar en esta lista constituía un claro signo de distinción social. Un repaso a la lista de abonados de las primeras temporadas del teatro

evidencia que había generalmente sesenta y tres apellidos hispano-argentinos que se repiten a lo largo de los programas, y solamente cinco apellidos italianos. Sin embargo, al estudiar los programas a lo largo de las décadas, vemos que los apellidos italianos gradualmente se multiplicaron. Para 1909, la lista de abonados menciona más apellidos italianos en el sector de la platea (Tedeschi, Galloti, Estefanelli y Marzoni); en 1910, habían ocho familias más de abonados en palcos y aun más en la tertulia (Pelleschi, Gazzolo, Zambelli, Bernasconi, Zamboni, Demarchi y Pini); y para 1914 habían veintitrés en total.<sup>4</sup>

En la sección “Teatro y Artistas” de *El Diario* a lo largo de la década de 1920 figura la programación del Colón, reseñas de las óperas, y los precios de las entradas generales y los abonos. Este diario estaba entre los matutinos más importantes, y era considerado por *La Vanguardia* como parte de la “prensa burguesa”. En la lista de precios de la primer temporada de 1908, el precio de la entrada más económica para el paraíso era de 2 pesos y para la cazuela era de 3 pesos. La entrada más costosa valía 150 pesos, lo cual marcaba el carácter estratificado de esta cohabitación en el teatro. Es decir, que para 1908, la entrada más cara costaba entre 13 y 17 veces más que la entrada más económica, una tendencia que continúa hasta el día de hoy.<sup>5</sup> A pesar de esta diferencia, *El Diario* reitera en varios ejemplares que se agotaron los abonos y se ofrecían nuevos, evidencia de que la elite consumía mucho la ópera (ver imagen 2).

Imagen 2: “Nuevos Abonos del Colón”, *El Diario*, 10/05/1926, pág. 2.



<sup>4</sup> Es interesante resaltar la presencia de mujeres entre los abonados, en una sociedad que veía a la mujer como madre, esposa, o amante se les permitía entrar a la esfera pública (aunque sólo a algunas selectas eran poseedoras de abono).

<sup>5</sup> Hoy en día, para las producciones más costosas, la entrada comienza desde 250 pesos hasta 7000 pesos (información consultada en la página web de la boletería del Teatro Colón: <https://eventoscolon.tuentrada.com/list/events>).





Imagen 4: "Noches del Colón: Falstaff", El Diario, 01/06/1924, pág. 8.

Buenos Aires, Miércoles 23 de Mayo de 1924

# SE INAUGURO LA TEMPORADA DEL COLON

## Noches del Colón

**GLADYS RIZZA SE PRESENTARA EN EL TEATRO MAIPO**

En esta obra hay un repertorio en nuestra escena presentándose en el teatro Maipo, como venía de primera línea. En esta Gladys Rizza, que desde que hiciera su carrera artística, hace unos años, aludió a un espectáculo a "Madama Lohse", obra en la que se imprimen como "contarte, elegante y simpática". Gladys Rizza es la dueña una adquisición valiosa para el elenco repertorio del Maipo.

**CIRCULO DE AUTORES Y DE COMPOSITORES**

En la Asamblea General reunida por esta entidad, el día 13 del corriente, han sido elegidos miembros honorarios de la Comisión Directiva, los señores Francisco Lomuto, José Di Cesena, Julio De Castro y Calisto Tanzi, y otros miembros de la misma, los señores José Pansa y Amador Masera.

Para ser aprobada al Balcon y Proponer de Gaceta y se reunirá el día 14 del corriente para la obtención de la Permanencia Jurídica.

La Asamblea tributó un voto de aplauso a los miembros honorarios de la Comisión Directiva.

**LAS FIESTAS PATRIAS EN BOITE A MATELOTS**

Para festejar con animación las fiestas del mes de Mayo a las señoras "club" de las señoras "club" de las señoras "club" que serán organizadas por señoras miembros de algunas teatros. Las señoras contarán, entre otros nombres, con el de las señoras "Boyer" y "Mister-Lady".

**HOY DISPUTAN LA RUEDA FINAL DEL CONC. DE TANGOS**

En la sección vermouth de hoy, repitiéndose luego en la última de la noche, se disputará en el teatro "Colón" la rueda final del concurso de tangos que viene realizándose por vez primera, organizado por la Dirección de la compañía de república que en ella está.

En esta "rueda", la orquesta, Carato interpretará los tangos, acompañados por los señores el público de honor, y otros: "Porque te quiero más", de A. Salsamendi; "Perpetuo", de A. Arita y Salsamendi; "El pececito", de Monti y Franco, y "Cherusa", de Lomuto y P. Lomuto.

Los premios a distribuirse entre estos tangos, según el jurado que ocupa son: Primer premio, \$ 2.000; segundo, \$ 1.000; tercero, \$ 500 y cuarto, \$ 250.

**REAPARECE HOY**

Omar Matti, el popular primer actor cómico que, repuesto de su dolencia, reaparece hoy en el teatro Lico, tomando de nuevo a su cargo uno de los papeles protagonistas de la comedia de Ricardo Hicken "La virgenita de madera", que tan brillante mente se sostiene en el cartel, y a cuyo éxito ha contribuido de manera inestimable la interpretación del elenco que encabezan los hermanos Matti.

**QUE PRORROGADO 'IN ESTRENO EN EL TEATRO COMICO**

**Novedades para el día**

**COMBIENTES**

En la velada extraordinaria dedicada a España y en honor de don Jacinto Benavente, la compañía Omnia Quiroga, estrenará en este teatro en su función nocturna, la comedia del nombrado escritor, titulada "El pan comido en la mano", que le ha sido concedida en exclusiva.

**SAN MARTIN**

Luis Arata interpretará hoy su nuevo tipo pirandelliano, estrenando la comedia del famoso autor italiano Luigi Pirandello "Tutto per bene", en su versión castellana del conocido y celebrado p...

Al analizar las publicidades de los programas de mano, podemos establecer que cumplían su función civilizatoria ya que publicita muchos artículos europeos o de lujo. Por un lado, abundan las publicidades de bienes de lujo como perfumes, arte, pieles, mobiliario y joyerías. Además, también publicitan marcas reconocidas de la época como Harrods, y también figuran artículos de elite como cigarrillos, coñacs, pianos, trajes y relojes. A su vez, es interesante notar que los slogans de todas las publicidades remiten a las nociones tales como el buen gusto, la distinción, cómo vestir correctamente, lo francés y lo moderno. Esto lo vemos en diversas imágenes publicitarias de los programas: "El Jabón Reinita: el jabón de perfume delicioso que distingue a quien lo usa"; "Perfumes Lohse: distinguidos perfumes para la buena sociedad"; "Paquita Miguez: robes manteaux ligerie modelos de Paris"; "Joyería La Equitativa: las personas de buen gusto reconocen las alhajas de calidad y distinción"; "Colonia Atkinson: donde hay hombres distinguidos, se percibe el aroma de Atkinson" (ver imagen 5).

Imagen 5: publicidades de los programas de mano (1924, 1925, 1927)

**Jabón REINITA**  
 EL JABÓN DE PERFUME DELICIOSO  
 QUE DISTINGUE A QUIEN LO USA  
 PARFUMERIE  
**L.T. PIVER**  
 PARIS

**Lohse**  
 DISTINGUIDOS  
 PER FUMES  
 PARA LA BUENA  
 SOCIEDAD  
*En venta en las buenas  
 casas del ramo*  
**GUSTAV LOHSE**  
 BERLIN  
 Fundada 1831  
**BUENOS AIRES**  
 Sucursal PERU-375  
 Ventas al por mayor

ROBES  
 MANTEAUX  
 LINGERIE  
**Paquita Miguez**  
 Modelos de Paris  
 Charcas 1486

Las personas de buen gusto  
 reconocen las alhajas de calidad y distinción

COMPRAY CAMBIA ALHAJAS DE OCCASION  
**JOYERIA "LA EQUITATIVA"**  
 SUIPACHA 521 A ASOCIACION

Donde hay hombres distinguidos,  
 se percibe el aroma  
 de **ATKINSON**

Porque antes de concurrir a reuniones mundanas higienizan el cuero cabelludo y sus cabellos con una fricción de loción colonia Atkinson. Eliminan así la caspa y la tierra, permitiendo un buen trabajo del peine y del cepillo, con el cual consiguen alisar y asentar sus cabellos, obteniendo así un peinado perfecto que dura horas. Su vigorizante y refrescante perfume entusiasma y reanima a todas las personas que la usan, dándoles aquel sello de inconfundible distinción que sólo la colonia Atkinson trasmite. Dará realce a su personalidad en cualquier reunión social, al aire libre o bajo techo, en el salón de baile o en la mesa de "bridge". Es uno de los raros perfumes que merece las preferencias masculinas.

**LOCION COLONIA  
 ATKINSON**  
 248 c.c. \$ 4.60  
 500 c.c. \$ 8.00  
 Jabón \$ 0.50  
 Precios en la Capital  
 Uno de los productos distribuidos por Mavon Ltda. Bs. Aires



b. El gallinero

Como ya señalamos, el público plebeyo también fue parte de la audiencia del Colón. Esto lo podemos atestiguar con los testimonios indirectos por parte de los miembros de la elite, quienes rechazaban su presencia en la casa de ópera - y la etiqueta y las costumbres que venían con la presencia de los sectores populares en el Colón. En 1908, el crítico cultural Carlos Olivera escribió acerca del último piso del teatro y lo describe como el lugar “de la gente común grosera, compuesta por estafadores reconocidos y algunos bandidos que creen que tienen el derecho ante la gente bien ilustrada de aplaudir y silbar a los artistas” (Benzecry, 2012: 34). Otro periodista también llamó a esta parte del público como el “monstruo del populacho” (Benzecry, 2012: 34) por su comportamiento que no se ajustaba a la etiqueta prescritas por la elite.

No sólo en estas alusiones críticas, sino también en las publicidades de las revistas de la época encontramos evidencia del consumo de ópera por parte de los sectores populares. Por ejemplo, en *Caras y Caretas*, una revista con importante tirada y numerosos lectores, figura reiteradamente la publicidad de binoculares con el slogan “óptica especial Teatro Colón en los gemelos de teatro” (ver imagen 6). Este artefacto era utilizado en su gran mayoría por el público que se ubicaba a partir del cuarto piso del auditorio.

Imagen 6: publicidad en *Caras y Caretas*, n° 928, 15/7/1916, pág. 16.



Al mismo tiempo, en los programas de mano del teatro hay muchas publicidades de gramófonos y discos de ópera, los cuales eran utilizados y consumidos por los sectores subalternos que asistían al Colón: “la ópera en el hogar, *Madame Butterfly* en discos” (ver imagen 7). Incluso hay una gran cantidad de publicidades que remiten a bienes vinculados con los consumos populares como Cinzano, la radio, restaurantes familiares, neumáticos.

Imagen 7: publicidad en programa de mano de 1927

**LA OPERA en el HOGAR**

**MADAME BUTTERFLY EN DISCOS**

35786	Fantasia 1.ª y 2.ª parte, Orquesta Sinfónica Victor.—Victor 20 centímetros ..... \$ 3.75	V. 7004	E. questo! Ancora un passo. Soprano Margherita Sheridan.—Victor 20 cts. \$ 6.—
27267	Fantasia 1.ª y 2.ª parte. Director, Alois Reichar. Orquesta de la Ópera del Estado, Berlín. Polidor 30 cent. verde ..... \$ 6.25	V. 7102	Un bel di vedremo. Octeto (Verdi). Avo María. Soprano Margherita Sheridan.—Victor 20 centímetros ..... \$ 6.—
66636	Un bel di vedremo (en italiano). Manca. Obbediam del core alla voce (en italiano). Massenet, Xenia Belmas. París.—Polydor 30 centímetros, negro ..... \$ 6.25	155023	Sur la Mer (en francés). Chanson Teate (Fajare), Soprano Nana Valla.—Odeón 20 centímetros ..... \$ 6.—
66768	Non ve l'avevo detto (en italiano). La Fanciulla del West. Cibella, Mioda (en italiano). Alfred Picaver, tenor y Theodor Scheidl, baritono.—Polydor 30 centímetros, negro ..... \$ 6.25	D. 14680	Gran duetto d'amore, 1.ª y 2.ª parte. Tito, Soprano, E. Pampaloni; tenor, F. Merli.—Columbia 30 centímetros ..... \$ 6.—
192604	Un bel di vedremo. Pier Graf (greg). Canzón del Salveig, Violoncello A. Levy.—Odeón 23 cts. .... \$ 2.50	D. 3645	Coro a bocca chiusa. Gioconda (Puccini). Coro Scala de Milan.
V. 4790	Un bel di vedremo. Bohème (Puccini). Mi chiamano Mimì. Soprano Lucrezia Bori.—Victor 30 cent. .... \$ 6.—		

**CASA AMERICA**  
AVENIDA DE MAYO 959 \* BUENOS AIRES

Es muy interesante observar que en muchas de estas publicidades aparecen cuestiones acerca de los precios económicos, o incluso negocios que liquidan todos sus productos, evidencia de que estos programas también interpelaban a este público. Por ejemplo, un negocio de productos de lácteos llamado “La Vascongada” señala en su slogan “todos los productos se reparten siempre frescos a domicilio, sin recargo alguno en los precios”. También los talleres gráficos “Damiano” indican que “le pueden proporcionar económicamente todo el material bien impreso que Ud. necesite”. A su vez, se ofrecen créditos para adquirir muebles y también para realizar turismo en el interior del país: “señor empleado nacional: ¡recobre sus energías gastadas! Por pocos centavos diarios puede disfrutar de sus vacaciones en playas o sierras con transportes, hotel, comidas, excursiones, etc. Sin adelantar un solo peso disfrute con los suyos las vacaciones” (ver imagen 8).

Imagen 8: publicidades de programas de mano (1917, 1920, 1922)




**Seleccione sus Alimentos**  
Provéase de productos sanos y naturales como los que le ofrece la  
**“VASCONGADA S. A.”**  
LECHE PASTEURIZADA  
Alimento liviano y nutritivo, presentado en envases herméticos que evitan las adulteraciones.  
DULCE DE LECHE  
Postre delicioso que deleita el paladar.  
HARINAS DE LEGUMBRES  
Por su elaboración a base de productos nacionales son siempre frescas.  
Todos los productos de LA VASCONGADA se reparten siempre frescos a domicilio, sin recargo alguno en los precios.  
**“LA VASCONGADA” S.A.**  
CANGALLO 2785 BUENOS AIRES  
Unión Telefónica 0823 y 0824, Mitre  
SUCURSALES EN FLORES Y BELGRANO

**Los  
Talleres  
Gráficos**

**Damiano**

*le pueden  
proporcionar  
económicamente  
todo el  
material  
bien impreso  
que Vd. necesite*

**LAVALLE 1428**  
U. T. 38 - Mayo 9833  
U. T. 38 - Mayo 5707



**SEÑOR EMPLEADO NACIONAL:**  
*¡Recobre sus energías gastadas!*  
Por pocos centavos diarios puede disfrutar de sus vacaciones en playas o sierras con transportes, hotel, comidas, excursiones etc.  
SIN ADELANTAR UN SOLO PESO disfrute con los suyos las vacaciones  
PIDA INFORMES A:  
**ORGANIZACION ARGENTINA DE TURISMO**

## 5. Fin de la hegemonía italiana

Nuestro trabajo analiza el consumo de la ópera hasta la década de 1930, década en la que aún se puede observar la fuerte presencia italiana. Ahora bien, ¿qué ocurrió con los

inmigrantes italianos, los fanáticos de las óperas?, ¿por qué motivo dejaron de ir al Colón? Seguimos a John Rosselli (1990) en su respuesta acerca de este cambio. El autor sostiene que esto está ligado al proceso de asimilación que realizaron los italianos, y a la apropiación de la ópera por parte de la burguesía.

El comienzo del siglo XX fue testigo de los cambios sufridos en la sociedad argentina en los planos demográficos, culturales y políticos, destinados a cuestionar la hegemonía italiana en la ópera. Para ese entonces, había una gran cantidad de alemanes y judíos de Europa del este, muchos de ellos con una fuerte tradición musical propia. La asimilación gradual por parte de los jóvenes miembros de la comunidad italiana estaba en marcha. Como en otras partes del mundo dependientes de las potencias europeas, la guerra significó el advenimiento del nacionalismo en Argentina. Esto era encarnado en parte por la presidencia de Hipólito Yrigoyen, quien estaba en malos términos con la oligarquía que ocupaba los palcos del Colón, incluso él mismo asistió al teatro lo menos posible, recortó las ceremonias y las galas, y abogaba por el uso de artistas argentinos (Rosselli, 1990).

La década de 1920 se caracterizó por una continuación de temporadas principalmente con cuerpos italianos (por ejemplo, la gran soprano Claudia Muzio actuó en cada temporada), pero también llevó al establecimiento de cuerpos estables de coro y orquesta locales. En la década de 1930 el Colón fue municipalizado por completo: el teatro ya no era dirigido por los *impresarios*, sus temporadas debían ser internacionales pero con papeles secundarios cantados por artistas argentinos (Lazar, 2016).

La tradición popular de la ópera italiana dejó de ser hegemónica hacia la década de 1950 en Argentina. Las razones de su desaparición no fue simplemente por un cambio de interés hacia la música popular o por las nuevas tecnologías como la televisión, sino por la asimilación de la comunidad italiana en la sociedad argentina. Por lo tanto, los inmigrantes, quienes habían traído la tradición de ópera desde el siglo XIX, para mediados del siglo XX habían adoptado las identidades locales, este proceso es similar al planteo de Eduardo Archetti respecto al consumo del fútbol (1999).

## 6. Conclusión

Desde el comienzo, la casa de ópera fue representativo del proyecto de construcción de la nación que observaba a la “alta cultura” europea como modelo de civilización. Este tema complejo está indisolublemente vinculado con el proyecto colonialista del siglo XIX en

adelante de borrar las culturas y poblaciones nativas. El remanente de estas nociones de civilización y modernidad persiste de una forma todavía hegemónica en el discurso identitario de muchos porteños, que los lleva a enfatizar su herencia de inmigrantes europeos antes que una identidad latinoamericana. El Colón, como proyecto modernizador, formó parte de esta cultura dominante que intentaron legitimar las elites.

Lo que es destacable del caso de la ópera en Buenos Aires es que esta industria cultural era “sagrada” para todos los actores vinculados, e incluso no significaba exactamente entretenimiento. Para la elite gobernante, representaba el lugar imaginado del país a nivel internacional; para la elite socioeconómica significaba pertenecer a las “buenas familias” y un lugar de distinción y de acceso a capital simbólico; y para los inmigrantes italianos representaba una conexión con su cultura nacional y concurrían por su fanatismo.

En resumen, la ópera fue consumida como práctica cultural por los diferentes sectores porteños de diversas formas. Al promover este arte, los sectores populares socavaban y confirmaban los valores de la cultura dominante, mientras que las elites obtenían estatus y prestigio. En este trabajo, decidimos seguir el planteo de Rosselli, similar al de Archetti, en relación a por qué a largo plazo los italianos dejaron de ir al Colón y cómo de esta forma los grupos dominantes se apropiaron de la ópera. Sin embargo, este interrogante se desprende de esta ponencia para indagar en profundidad posteriormente.

## Referencias bibliográficas

- Aguilar, G. (2009). "La ópera nacional: un género migrante de la expansión metropolitana". En *Episodios cosmopolitas en la cultura argentina*, Buenos Aires: Santiago Arcos, pp. 37-58.
- Anderson, B. (2006). *Comunidades imaginadas: reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. México: FCE.
- Archetti, E. (1999). *Masculinities: football, polo and the tango in Argentina*. University of Michigan: Berg.
- Benzecry, C. (2009). "Becoming a Fan: on the seductions of opera". *Qualitative Sociology*, 32, 2, pp. 131-151.
- Benzecry, C. (2012). *El fanático de la ópera: etnografía de una obsesión*. Buenos Aires: Editorial Siglo XXI.
- Benzecry, C. (2014). "An opera house for the 'Paris of South América': Pathways to the institutionalization of high culture". *Theory and Society*, 43, 2, pp. 169-196.
- Benzecry, C. & Collins, R. (2014). "The High of Cultural Experience: Toward a Microsociology of Cultural Consumption". *Sociological Theory*, 32, 4, pp. 307-326.
- Bourdieu, P. (1998). *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Editorial Taurus.
- Halperín Donghi, T. (1985). "La integración de los inmigrantes italianos en Argentina: un comentario". En Devoto, F. & Rosoli, G. (eds.) *La inmigración italiana en la Argentina*. Buenos Aires: Biblos, pp. 87-93.
- Kotnik, V. (2013). "The Adaptability of Opera: When Different Social Agents Come to Common Ground". *International Review of the Aesthetics and Sociology of Music*, 44, 2, pp. 303-342.
- Kotnik, V. (2016). "The Idea of Prima Donna: the History of a Very Special Opera's Institution". *International Review of the Aesthetics and Sociology of Music*, 47, 2, pp. 237-287.
- Kotnik, V. (2017). "Opera as Social Status: The Private Teatro Sociale as a Reproduced Disposition to Mantua's Cultural Habitus". *Italian Sociological Review*, 7, 1, pp. 21-62.
- Lara-Betancourt, P. (2016). "The Quest for Modernity: A Global/National Approach to a History of Design in Latin America". En Fallan, K. & Lees-Maffei, G. (eds.), *Designing Worlds: National Design Histories in an Age of Globalization*. Oxford: Berghahn Books, pp. 241-258.

- Lazar, S. (2016). "Notions of Work, Patrimony, and Production in the Life of the Colon Opera House". *The Journal of Latin American and Caribbean Anthropology*, 21, 2, pp. 231-253.
- Losada, L. (2006). "Sociabilidad, distinción y alta sociedad en Buenos Aires: los clubes sociales de la elite porteña (1880-1930)". *Desarrollo Económico*, 45, 180, pp. 547-572.
- Mertnoff, E. (2019). "Las divas de la ópera: mujeres intersticiales en un mundo patriarcal", XIV Jornadas Nacionales de Historia de las Mujeres/IX Congreso Iberoamericano de Estudios de Género, Universidad Nacional de Mar del Plata, 29 de julio-1 de Agosto.
- Rosselli, J. (1990). "The opera business and the Italian immigrant community in Latin America 1820-1930: the example of Buenos Aires". *Past & Present*, 127, 1, pp. 155-182.

### **Fuentes primarias**

- Programas de mano del Teatro Colón, Buenos Aires (1908-1931). Consultados en la Biblioteca del Teatro Colón.
- *El Diario*, Buenos Aires. Secciones "Noches del Colón", "Teatros y Artistas", "Artistas del Colón". (1920-1931). Consultado en la Biblioteca del Congreso de la Nación Argentina.
- *Caras y Caretas*, nº 928, 15/7/1916, pág. 16. Consultado en la Hemeroteca Digital de la Biblioteca de España.