

LA ECONOMÍA ARGENTINA

LA ECONOMÍA ARGENTINA por Gerardo Naumann

La obra

La economía argentina es una obra de teatro musical y al mismo tiempo, una Pyme. La Pyme tiene un dueño: el director de la obra, que quiere dejar de ser artista para convertirse en emprendedor. Los actores de la obra son los empleados de la Pyme. ¿O es al revés? ¿Los empleados de la Pyme son los actores de la obra?

Hay un juego de espejos. En la Pyme pasa todo lo que pasa en una Pyme en el contexto de la economía argentina: El dueño promociona su producto con la obra, busca un socio que –cree– puede estar sentado en la platea, da a conocer formas de inversión y ofrece trabajo a los espectadores. En la obra de teatro pasa todo lo que pasa en una Pyme en el contexto de la economía argentina: una empresa inicia actividad, hay inflación, crisis, despidos, una huelga, negociación, jabones gigantes que persiguen a los empleados y canciones, muchas canciones. Y en escena se fabrican jabones, desde la mezcla de materias primas hasta el empaquetado. Los vemos pasar –mansos– sobre la cinta de montaje enfrente nuestro. Al terminar la función se ofrecen a la venta, a precios populares. Son marca *La economía argentina*.

El producto

Fabricaremos jabones en tres aromas y colores diferentes: lima limón, lavanda y hierbas del bosque. Las razones prácticas: a) el producto es popular, económico y fácilmente transportable al terminar la función; b) la materia prima se consigue sin problema en cualquier lugar del mundo; c) el proceso es simple, las máquinas son rústicas y silenciosas.

A nivel conceptual, nos interesa la tensión que se produce si pensamos que la obra-empresa ofrece un producto para ‘lavarse las manos’ marca *La economía argentina*. Por otro lado nos interesa el conflicto entre el jabón –producto de primera necesidad–, hecho durante una obra de teatro –producto no necesario o de necesidad difusa–.



Las escenas

Como en un juego de espejos deformantes, la realidad y la ficción en la obra se confunden. Del lado de la **realidad** hay una empresa llamada *La economía argentina*. Con un lenguaje llano, su dueño, el director de la obra, nos cuenta que un día cansado de no tener plata y ensayando una obra de teatro sobre *La economía argentina*, se le ocurrió que podía usar el tiempo de los actores para –además de hacer teatro– fabricar algo en escena, durante la obra y venderlo después de la función. Así nació esta Pyme. En sus distintas apariciones, el dueño nos cuenta en qué fase está la empresa hoy, que objetivos tiene, que necesidades y que puede ofrecerle al mercado. ¿Vemos a un artista cansado de su arte en busca de cambios? ¿A uno capaz de todo para llamar la atención en el mercado de arte, pero destinado a fracasar dentro de La economía argentina? ¿A un floreciente empresario?

Del lado de la **ficción**, hay una obra de teatro, también llamada *La economía argentina*. Su dueña, en la ficción, es una actriz. También hay un jefe de producción y un grupo de operarios y operarias. Usando la técnica de cut-up (más en ‘El método de escritura’) las personas en escena cuentan desde el momento en el



que nace la Pyme hasta el tercer día de funcionamiento, incluidas dos noches. En ese lapso de tiempo, la obra reproduce todo lo que podría suceder en alguna empresa de esa escala, en el contexto de la actual economía argentina. Hay situaciones más *realistas*: la inseguridad que siente la dueña ante la apertura de la empresa, las reuniones con el jefe de producción y cómo logra convencerla, las entrevistas de trabajo de un grupo de operarios, el día de inicio de actividad con su discurso inaugural, los diálogos en la pausa del mediodía, el amor que nace y muere al lado de la máquina de café, la mejora de las instalaciones, el accidente de trabajo y la intervención del sindicato. Y hay situaciones más *fantásticas*: el miedo al ‘*fantasma de la inflación*’, la intervención silenciosa de ‘la mano invisible del mercado’, la persecución que sufren los empleados y empleadas por parte de un jabón gigante que se hace llamar ‘Sobreproducción’, el relato de un jabón llamado ‘Consumo’, desde ‘las entrañas de la máquina’ hasta la góndola en el supermercado, y su posterior lenta disolución en el baño de un consumidor. La obra misma parece dudar si lo que cuenta es sueño o realidad. Quizás –como sucede en todas las obras de teatro– es una mezcla de las dos cosas.

El método de escritura

Cuando empezamos a escribir la obra, nos dimos cuenta que las escenas de ficción tenían que escribirse con textos reales, ya escritos, textos no generados por la figura del escritor. Pero, ¿qué textos se consumen en el mundo de las empresas hoy? La parte dirigente de una empresa consume, por un lado, actualidad económica tomada de **diarios (Infobae, Página/12, Clarín, La Nación)**, **revistas (Noticias)**, y **sitios web especializados en política y economía (Hurlingham Post, Panamá, Cenital)**; también libros de administración de empresas o manuales sobre emprendedurismo. En buena medida, la dirigencia comparte la lectura de libros de autoayuda, divulgación científica –sobre todo materiales relacionados con el funcionamiento de la mente–, expansión del potencial personal, coaching, coaching ontológico, etc con la parte operaria. Todas estas distintas formas literarias tienen objetivos en común: ser funcionales a la idea de ‘ser más eficientes’, ‘acumular’ –dinero, sabiduría–, ‘entretener’. Parecen contener los secretos del negocio del espectáculo –el *show business*–.

Para la conformación del texto de la obra, trabajamos usando la técnica del cut-up, copiando y pegando pedazos de textos, oraciones, frases sueltas de ese tipo de material. Usamos libros, internet, informes y artículos físicos reales. Escribimos en grupo de 4 personas –Theo Fernández, Joaquin Zuanich, Leon Llach y Gerardo Naumann–. Funcionamos como una empresa. Ninguna de las partes domina la totalidad de lo que se escribe.



El elenco



El **dueño** en la realidad:
el director de la obra
de teatro, un hombre
de unos 50 años.



La **dueña** en la ficción:
una actriz de unos 50 años
será la dueña de la fábrica.



El **jefe de producción** en la ficción:
un actor de 45 años.

Los **operarios** en la ficción:
tres personas de entre 40 y 50 años
sin experiencia en actuación,
pero sí en trabajo operario.





El espacio

En escena se montarán las 5 máquinas que se necesitan para la producción de jabón. Entre las máquinas habrá dos cintas de montaje sobre las que podrán verse viajar los jabones durante la producción. Los tres operarios trabajarán en estas máquinas produciendo unas 500 pastillas de jabón individual por hora, unas 10 por minuto.

La mezcladora
mezcla la materia
prima –la parafina–
con los aromatizantes
y colorantes.

El plodder
genera la pastilla
de jabón continua.

La cortadora
automática corta
la pastilla continua
en partes iguales.

Una cinta de montaje
transportará los
jabones marca
La economía argentina

La troqueladora
da forma definitiva
al jabón, imprime la
marca en bajo relieve.



La música

Además del ritmo de las máquinas, habrá muchos momentos cantados. Serán solos, dúos o momentos corales interpretados en distintas formaciones. Mantendremos la melodía de canciones populares elegidas, adaptando letra de la obra. No nos limitaremos a géneros musicales en particular. Usaremos “lo que nos gusta escuchar”. Desde un tango de Carlos Gardel a una balada de Elton John, pasando por Rosalía o Violeta Parra. Las personas en escena cantan muy bien. Por ejemplo, Jesus que hoy día trabaja de albañil, trajo un tango de Gardel al casting. Lo cantó **así**. **Acá**, durante un ensayo junto con Mariana, una de las operarias.



El movimiento

El trabajo fabril contiene la coreografía del trabajo. La obra la expande creando un movimiento continuo que sólo por momentos se detendrá –¿las máquinas también descansan?–. Hay de todo: desde el armado de un sándwich en baguet gigante usando la cinta de montaje para transportar las fetas de queso, las de salame y las rodajas de tomate, hasta una coreografía hecha con el microondas que baila mejor que nadie. Asistimos a un diálogo rítmico entre las personas y la máquina.



La empresa y su red de empresas

Una vez que la empresa termine su gira y sus funciones en Buenos Aires, se instalará en algún espacio taller para seguir produciendo. Tendrá que ampliar su oferta de productos —¿hará shampoo, shampoo sólido, cremas? ¿otros artículos?—. Sus productos se comercializarán a través de la amplia red de dietéticas, negocios de perfumería y artículos de cosmética, galerías de arte, negocios de souvenirs y ventas online.

Un porcentaje de las ganancias de *La economía argentina* irá a un fondo que un vez por año y a través de un concurso público elegirá una propuesta de desarrollo para otra Pyme. De esta manera, *La economía argentina*, hará crecer distintos proyectos de pequeñas y medianas empresas que con el paso de los años irán conformando una red. Las personas vinculadas a esa red —trabajadores y trabajadoras, empleados, dueños— serán invitados a formar parte de un grupo de teatro con el que haremos nuevas obras de teatro.



CV's

Gerardo Naumann, director

Nació en 1974 en Buenos Aires. Egresó de la carrera de Ciencias de la Comunicación (U.B.A) y cursó materias de grado en las carreras de Filosofía y de Letras (U.B.A). Es titular de la materia Arte a política social (UNSAM). Entre sus obras de teatro se encuentran Cosas, Emily, Una obra útil, La fábrica, La función, Trabajadores saliendo de la fábrica, El carterista, Los trabajos improductivos, El lugar del hecho. Sus obras de teatro se estrenaron en Festivales de Buenos Aires, Portugal, Irlanda, Alemania, Suiza, Polonia, Holanda, India, Francia y Singapur. En cine dirigió los cortometrajes Novios del campo, El trabajo industrial y el largometrajes Ricardo Bär (co- dirección Nele Wohlatz). Con sus películas participó en más de 20 festivales internacionales. Dio clases de Guión de Cine (U.B.A) Dirección de Teatro en la Goethe Universität (Frankfurt, Alemania) y la Hochschule für Gestaltung (Karlsruhe, Alemania). Fue tutor de diploma final en la Akademi for Scenekunst, Universidad de Arte Dramático (Noruega) y tutor de proyectos de obras de teatro en el MAKE Theatreforum Ireland (Irlanda). Dictó un seminario de dirección en el Festival de Dublin llamado Las ciudades como texto. Recibió becas de la Fundación Proa, Fundación Typa y del Theaterforum Berlin en el que participó en un seminario sobre “teatro político”.

Alejandro Ros, diseñador, escenógrafo

Nacido en Tucumán en 1964. Egresado de la carrera de diseño gráfico UBA, primera promoción. Diseñó para Página/12 (Radar, Las/12, Soy, Página/30), Goethe-Institut, Malba, CCK, Morocco, Soda Stereo, Daniel Melero, Juana Molina, Fito Páez, Spinetta, Babasónicos, Illya Kuryaki, Gustavo Cerati, Leo García, Divididos, Liliana Herrero, Bersuit, Auténticos Decadentes, Los Fabulosos Cadillacs, Jaime Roos, Vicentico, Tan Biónica, Sandra Mihanovich, Pedro Aznar, Bajo Fondo Tango Club, Julieta Venegas, Wos, Conociendo Rusia, Juanse, Miranda!, Mercedes Sosa, entre otros. Diseñó libros para Nicola Costantino, Maitena, Cambre, Jacoby, Mondongo. Algunos premios: Konex de platino diseño gráfico (2002). 7 premios Gardel por tapas de discos. 3 Grammys por tapas de discos. Realizó obras con Roberto Jacoby. Con Pablo Schanton hizo obras investigando el uso de aromas en el arte: Cerca (bienal de performance), Perfumancia (Arco Madrid, CCK. Desde 2000 organiza el Baile de disfraces. Realizó videos para Daniel Melero, Cerati, Fito Paez, Miranda!, Juana Molina.

Luciana Acuña, bailarina, coreógrafa.

Fue directora de Grupo Krapp y actualmente de su propia compañía. Algunas de sus obras son: Mendiolaza (Grupo Krapp /2002), el díptico: Adonde van los muertos (Grupo Krapp /2010), Por el dinero (Acuña/Moguillansky 2014), El futuro de los Hipopótamos (Grupo Krapp /2018), Rubios (2019), Requiem, la última cinta del Grupo Krapp (2021), Hielo Negro (Acuña/Biasotto 2022), La edad media (film Acuña/Moguillansky 2022), Efectos especiales (Acuña/ Moguillansky 2023), Bailarinas incendiadas (2023). Participó en festivales como American Dance Festival (USA), Groningen Festival (Holanda), Zürcher Theater Spektakels (Suiza), Rio Cena Contemporánea (Brasil), Festival de Oriente (Venezuela), Latino Cultural Festival (USA), Get Lost (Bélgica-Holanda), Santiago a Mil (Chile), FIBA (Buenos Aires), Próximamente Festival KVS (Bruselas), Festival de Cadiz (España) y en festivales de cine como: Bafici (Bs.As.), Cannes (Francia /2019), Berlinale (Alemania/2022). Es Profesora Titular de la cátedra de Composición coreográfica de la Universidad Nacional de las Artes de Buenos Aires.

Sofia Medici, productora.

Licenciada en Cs de la Comunicación (UBA) y postgrado en Gestión Cultural en la de Pompeu Fabra, hace más de 20 años Sofia realiza producción de espectáculos teatrales, performances, instalaciones, ciclos y festivales tanto en el ámbito independiente como para instituciones. Desde 2007 es productora artística y tour manager de los proyectos de Lola Arias. También trabajó con artistas otros artistas internacionales como Stefan Kaegi y Ant Hampton. Fue productora del Festival Ciudades Paralelas, Festival INmotion (Barcelona), Festival Espacios Revelados (Changing Places), Ciclo Café Cultura de la Nación, Festival Panorama Sur, Festival Grec y Festival Internacional de Buenos Aires. En 2020 fundó, junto a Luz Algranti, Ninja, una plataforma de producción y creación. Actualmente es también docente en la carrera de Artes Escénicas de UNSAM.