

Con HP Officejet Pro, ahorrá un 50% en los costos de impresión*.
Calidad láser, velocidad, color y gran desempeño.
Más información en www.hp.com.ar



lanacion.com

Cultura / Tendencias

Tango S.A.

El año pasado generó 400 millones de pesos. Y es una industria que no para de crecer. Cómo y quiénes son los protagonistas de este fenómeno que sigue transformando a Buenos Aires, y convoca cada vez a más sectores para deleitar a argentinos y extranjeros

Domingo 27 de julio de 2008 | Publicado en diario de hoy

Noticias de Revista: anterior | siguiente

FOTO

VER MAS FOTOS



Bailarines de todo el mundo danzan en la presentación de la reciente décima edición del Congreso Internacional de **Tango** Argentino (CITA)

Foto: Graciela Calabrese

souvenirs, los discos y las milongas.

Hernán Lombardi, ministro de Cultura porteño, estima que este año llegarán a Buenos Aires 2 millones y medio de turistas. "De Latinoamérica, el 15% asiste a shows de **tango**. De Estados Unidos y Canadá, uno de cada tres. De Europa, el 50%. Aproximadamente hay un millón de espectadores de cena-**tango**- show que gastan 70 dólares promedio. Hay que tener en cuenta el transporte, la comida? y de ellos, un tercio va a las milongas. Este segmento representa, aproximadamente, unos 80 millones de pesos", explica locuaz y con los números en la cabeza.

El informe fue publicado durante la gestión de Jorge Tejerina. Lombardi coincide en que la cifra global de las divisas que genera la industria del **tango** (400 millones de pesos) "es correcta, pero hay variables difíciles de cuantificar exactamente, como son los ingresos por las industrias vinculadas, las ventas de discos, zapatos, etcétera".

Todo por un timbo

Jueves, 1 AM, Riet Dorrestein y Ariel Klok llegan a la milonga Niño Bien. Ella, como la gran mayoría, saca de su bolsa los zapatos para bailar. Riet, que baila 4 veces por semana en Amsterdam, ya estuvo en la Argentina en 2002 y en 2004. En esta oportunidad se quedará 2 meses, en el departamento que compró en San Telmo su amigo, que visita Buenos Aires 3 veces al año y hasta tiene su galería de fotografía. "Cada vez que vengo me compro 4 pares de zapatos, como mínimo." Riet gasta/invierte 400 pesos por cada par. Otro tanto, tanto más, pagan Akiyoshi y Noriko Tanada, un matrimonio de Tokio, profesores de **tango**. "Nos llevamos 15 pares de zapatos para nuestros estudiantes", detalla Noriko, en su visita número 25 a Buenos Aires, y que asiste a Niño Bien porque "es una milonga elegante; la selección de tangos que hacen es bellísima".

Cabritilla, oliva (una especie de plantilla) y metatarso están en el pedestal del yeite, en boca de todas las damas. "Sí, lo que más compran son zapatos hechos especialmente para bailarines. Cada vez hay más

El dulce de leche. El mate. El Che. El "che".
Maradona. El gol con la mano a los ingleses. El asado. La birome. Los cacerolazos. Todas creaciones y personajes argentinos que el mundo reconoce como marcas. Pero hay una que en la actualidad, dicen, está por encima de todas las demás. Corre el año 2008 y el **tango** poco tiene de congoja y arrabal; según la primera investigación sobre el valor económico de este género musical, realizada el año pasado por el Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, el sector genera más de 400 millones de pesos al año.

Del informe se desprende que los shows de **tango**, los tours, los workshops y las clases son los que más dinero producen. Luego aparecen los zapatos, los

público que viene en busca de **tango**. Son expertos, hacen recurrentes viajes a Buenos Aires y practican regularmente en su lugar de residencia. Conocen el género, saben a qué milongas concurrir, de qué clases participar y qué productos adquirir", explica Guillermina Bruschi, de **Tango Brujo**. Desde la firma Madreselva, especialista en calzado para baile, aseguran que las ventas crecieron un 40% respecto del año anterior. Alejandro Scardamaglia, gerente de **Tango Shop**, coincide: "Zapatos y música". Su clientela es 90% extranjera. "Gente de milonga. El gasto promedio es de \$ 150; llevan discos de orquestas clásicas y antiguas que no se consiguen afuera, como la Típica Víctor, y Canaro."

For export y local

El costo de la entrada a una cena-**tango**-show ronda los \$ 230; a una milonga, \$ 12. Se trata de dos circuitos tangueros con identidades dispares. ¿Por qué? Una lectura apresurada diría que el peculio de cada turista determina qué actividades puede costear, pero no se trata de una elección económica. La clave está en el motivo de visita a la ciudad. "Quien asiste a un show, es probable que ése sea su único contacto con el **tango**, que esté en la ciudad dos días para luego viajar al Sur. En cambio, el turista de la milonga viene a Buenos Aires por el **tango**", dice Omar Viola, presidente de la Asociación de Organizadores de Milongas.

Juan Carlos Kalhat, gerente general de la Cámara de Casas de **Tango**, echa luz sobre el asunto: "El 70% de los pasajeros que se alojan en hoteles 5 estrellas y el 76% de los de 4 estrellas, asisten a uno y hasta dos shows. De los tres estrellas participa el 60 por ciento".

El Abasto Plaza es el primer hotel temático de **tango** de cinco estrellas. Las suites de 103 m2 El Día Que Me Quieras y Mi Buenos Aires Querido tienen pista de baile privada, fileteado por doquier y huéspedes por 350 dólares. "La mayoría de los que las eligen son japoneses y europeos", asevera la directora, Adriana Klein. Ellos pueden optar por sumarse a las clases en grupo en los salones comunes o tomar lecciones privadas, en su pista.

Lejos de San Telmo ¿donde el imaginario popular sitúa la movida del **tango**?, Palermo y Belgrano crecen. Cada vez más turistas optan instalarse allí, escapan de los hoteles de varias estrellas para poder prolongar la estada (el promedio es de tres meses). Por una sola razón: hay milongas todos los días, y perfeccionarse lleva tiempo. Los más fanáticos alquilan departamentos; se trata, generalmente, de aquellos que ya visitaron la ciudad en varias oportunidades. Un dos ambientes amueblado cuesta entre 800 y 1000 dólares el mes.

Conventillo de Lujo y Caserón Porteño son **tango** guest house que reciben a los extranjeros con los circuitos de milongas siempre a mano, clases a pasitos de la habitación y lunfardo. "Hay huéspedes que de un año a otro reservan lugar: ya tenemos agendado un grupo de Finlandia que nos visitará en 2009", cuenta Daniel Rodríguez Viau, dueño del caserón donde dormir cuesta 110 pesos promedio. Amy Laraignee, al frente del conventillo de Belgrano, trabaja tanto con grupos como con "gente que viene sola; prueban todas las milongas y siempre vuelven a visitarnos. Se quedan entre 10 y 15 días". Allí, una habitación se paga 80 pesos.

La ven pasar

Mientras que muchos de los emprendimientos empresariales vinculados con el **tango** nacieron luego de la crisis de 2001, la suerte de las milongas fue otra. "Se las comparaba con discotecas, por ser un baile. Recién se las tuvo en cuenta después de lo de Cromagnon (2004); tuvimos que luchar para que hubiera una reglamentación que las contemplara como un bien cultural, y seguimos peleando para que no desaparezcan", comenta Viola.

Ellas son el motor de la máquina del **tango**, el eslabón de mayor valor cultural y social, y donde el extranjero y el bailarín local se cruzan; empero, es la empresa que menos dividendos da. Quien quiere ir a bailar debe tener dónde dormir (mínimo, 80 pesos), dónde comer (más de 15 pesos, seguro), cómo movilizarse (taxi, no menos de \$ 10) y qué ponerse (la vedette: zapatos desde 300 pesos).

¿Pero cuánto sale entrar a una milonga? Quince pesos, para el oriundo de Villa Crespo y para el de Texas. En Buenos Aires hay alrededor de 80 milongas, que tienen, en promedio, 150 asistentes. Para Omar Viola, organizador de Salón Canning ¿donde el 70 de los asistentes son extranjeros?, cada vez se hace más difícil. "Orquesta de 10 músicos, sonidista, alquiler del salón, personal, impuestos (Sadaic), son gastos que hacen

que la milonga sea un fenómeno casi imposible."

Jóvenes

"Arms, arms", dice Eva Frys, una polaca analista financiera de 31 años que está de novia con un argentino. Gira una y otra vez, abrazando a un hombre imaginario. Vino sola, sólo por **tango**. Hace 4 años nacieron las prácticas, una especie de laboratorio donde los amantes de la danza ensayan y aprenden. "Es un espacio intermedio, o anterior a la milonga. Se hace más temprano y tiene un público más joven, de entre 20 y 40 años", resume Pablo Inza, director de Práctica X. Allí, todos los martes, argentinos y resto del mundo ¿como Eva? ensayan lavaditos y boleos por 7 pesos, mirando a los profesores que en un perfecto inglés insisten en la importancia de no poner el peso en los brazos.

La fiebre por bailar cada vez mejor llevó a Eduardo Amarillo a crear **Tango** Taxi Dancers, 150 bailarines que trabajan las 24 horas por 150 pesos la clase. También acompañan a las milongas, por un mínimo de 3 horas, a 75 pesos la hora. El récord que ostentan es de 35 clientes en un día.

Envuelto para regalo

Silvia Calvo es Milonga Travel. Desde hace cinco años comercializa paquetes de turismo tanguero que contemplan alojamiento, lecciones, visitas a milongas con consumición incluida, city tours temáticos. El programa de 5 noches en Buenos Aires con todo incluido sale 489 dólares por persona en hotel 4 estrellas. "Además de la inversión que hace en alojamiento, traslados y clases, un turista de nivel medio puede llegar a gastar 300 dólares, y uno de un estrato más elevado, entre 600 y 800. Esto abarca música, ropa, zapatos, souvenirs, bijouterie, remeras, artesanías, mates", comenta.

Lombardi sueña con que en Buenos Aires explote el calendario, como sucede en febrero con el carnaval en Río de Janeiro. Por eso, el Gobierno de la Ciudad pasó el Festival Buenos Aires **Tango** de febrero a agosto, mes en que se desarrolla el Campeonato Mundial de Baile de **Tango**. "Agosto es el mes de los festivales de verano en Europa. Para atraerlos por el **tango** hay que darle espesor y calendarizarlo en línea con otros eventos de la ciudad, y aprovechar el verano europeo, que es cuando salen de vacaciones", argumenta. Y se extiende: "Tenemos detectadas más de 2000 academias de **tango** en el mundo; es un fenómeno que hay que aprovechar. Esas academias les enseñan promedio a 150 personas, todo el año, cualquier semana. Es el negocio potencial que vemos para la ciudad: aprenda a bailar **tango** donde quiera, pero el máster lo hace en Buenos Aires".

Para Gustavo Mozzi, director artístico del campeonato y del festival, "son públicos diferentes, pero se van a cruzar. La forma más fuerte de proyección al exterior es la danza; el campeonato atrae por el baile. Los del festival vienen a escuchar nuevas propuestas. El intercambio va a ser interesante".

El festival será del 15 al 23 del próximo mes. Ese mismo día comenzará el campeonato, hasta el 31. Septiembre será el mes para el balance.

En Buenos Aires, el posgrado

La idea de promocionar la ciudad como meca del **tango** no es nueva. O, al menos, no para Fabián Salas. Es uno de los profesores más reconocidos, en el exterior y en la Argentina. Hace 17 años que viaja sin parar para enseñar en Europa, donde realiza clínicas de **tango**, pero la más importante se da aquí. Se trata del Congreso Internacional de **Tango** Argentino (CITA), un festival en Buenos Aires solventado en un ciento por ciento por billeteras foráneas. El pasado marzo fue la décima edición: alrededor de 450 personas pasaron por las clases y 600 por los shows nocturnos. Fueron 10 días intensivos por los que los asistentes, entre los cuales hubo organizadores de festivales de baile de otros países, pagaron 500 dólares la inscripción. Según Salas, además, "gastan entre 80 y 100 dólares en hospedaje". El CITA goza de reputación mundial, está instalado como el congreso de actualización de **tango** por excelencia. "El festival, a medida que pasa el tiempo, presenta más niveles y temáticas. Ahora se aclara que hay milonga traspié, común, lisa o murguera: hay de todo. Y se inventan cosas todos los días. El **tango** no es exclusivo de Buenos Aires; hay festivales por todo el mundo. Nosotros tenemos que ir aguzando el ingenio para atraerlos", dice Salas.

Fue lo que hicieron Roxana y Eduardo Gargano: en Maipú 444 organizan, desde hace 4 años, La Marshall,

primera milonga gay, un segmento al que la industria del turismo apunta cada vez más.

La última encuesta sobre turismo internacional elaborada por la Secretaría de Turismo de la Nación (Sectur) y el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec) dice que los extranjeros que ingresaron al país en febrero a través del aeropuerto internacional de Ezeiza gastaron 23,1% más que el año pasado. Según el Ente Turismo de Buenos Aires (GCBA), casi un 17% de los turistas no argentinos consumieron **tango**. Sumemos a eso los cruceros: esta temporada arribaron 99 buques a la Terminal Benito Quinquela Martín y ya hay confirmados 124 para 2009. Todo conspira para que la matemática sea, en un futuro, cada vez menos exacta: 2x4 va a dar 400 millones. O más.

Por Emilse Pizarro

PARA SABER MÁS:

www.tangodata.gov.ar

www.letstango.com.ar

www.abctango.com

L'AM TANGUERO

Bailan, comen, duermen y también quieren aprender lunfardo. Con clases a domicilio y larga distancia por Internet, canadienses, australianos, japoneses, chinos, estadounidenses y europeos pagan 70 pesos por hora y media para saber qué es un berretín. "Tenemos más de 120 cursos de larga distancia. El lunfardo les suele interesar a todos los alumnos que se ven atraídos por las letras de los tangos. En cuanto a lo que preguntan, hay de todo; quieren aprender a entender los tangos y también el argot que usa la gente en la calle. A veces las mujeres anotan piropos que les dicen para consultarnos su significado, aunque también los hombres quieren copiar esa costumbre argentina y nos piden ayuda", explica Demian Gawianski, director de LyCBA (Lengua y Cultura Buenos Aires). El año pasado editaron Buenos Aires Experience, Enjoy the **Tango** of Learning Spanish, un libro de ejercicios prácticos como aquellos a los que nosotros estamos acostumbrados a ver desde la escuela primaria? pero al revés. No completan con but o them: el ejercicio da un felicitado cuando llenan el espacio con pero y ellos. Lo venden en los portales de Internet y cuestan 40 dólares.

QUÉ HACEN LOS EXTRANJEROS EN BUENOS AIRES

Visitan museos = 18,2%

Tango = 16,6%

Pasean / caminan = 16,4%

Shopping = 16,1%

City tour = 8,8%

Teatro / cine = 7%

Disco / pub = 5,7%

Fuente: Informe sobre las preferencias de los turistas extranjeros en 2007, del Ente de Turismo de Buenos Aires

NÚMEROS DE LAS COMPETENCIAS

Mundial de Tango / Festival de Tango (cantidad de asistentes)

LOUISIANA
Manafaral



3M

NOVUR

1000

2005: 50.000 / 170.000

2006: 100.000 / 175.000

2007: 100.000 / 165.000

Todavía no hay comentarios ingresados en esta nota.