

# La reinvencción de David Lomelí

por José Noé Mercado

A partir del mes de julio de 2018, el tenor regiomontano David Lomelí fue nombrado Director de Administración Artística de la Ópera de Dallas (The Dallas Opera). Es el primer mexicano —e hispanoamericano— en ocupar ese cargo, el cuarto que desempeña en la compañía desde que ingresara a ella en julio de 2014. Su visión contemporánea para la administración y producción operística (en la compañía anteriormente ocupó los puestos de Coordinador Artístico, Gerente Artístico, Subdirector de Casting y del Hart Institute for Women Conductors) asume diversos retos a vencer en el mundo actual para poder mantener este arte como un espectáculo con vigor y dinamismo que goce de la preferencia del público y no sólo como un costoso quehacer de las élites.

“Siempre me he sentido diferente en mi trayectoria, respecto de mis colegas”, asegura Lomelí. “Mi carrera como cantante se desarrolló con gran velocidad y se mantuvo en constante búsqueda y cambio. Algo de lo que siempre me enorgullezco, algo que mis padres me inculcaron, es mi capacidad de adaptación.”

Como tenor, el cantante alcanzó un lugar estelar en el mundo operístico. Sus presentaciones en algunos de los teatros y con las orquestas más relevantes del mundo delinearon una importante carrera en el repertorio lírico siempre en ascenso... hasta que ciertos problemas de salud lo alejaron de los escenarios y lo llevaron a tomar la decisión de dejar el canto operístico, una profesión de alto rendimiento.

“Siempre sufrí mucho de reflujo”, explica David Lomelí en entrevista exclusiva para los lectores de *Pro Ópera*. “Eventualmente, me sometí a una cirugía experimental para curarlo, cuando tenía una gran agenda de compromisos. La operación no corrigió el problema, porque resultó que tenía un pequeño tumor en el esófago que no permitía trabajar bien mi diafragma. Para cuando lo detectaron, ya había estado en el hospital casi seis meses y había dejado de trabajar una temporada completa. Fue entonces cuando decidí dejar de cantar a *full*, y tuve que cancelar mi agenda de cuatro años por adelante, con cerca de medio millón de dólares en contratos por cumplir.”

Desde luego, se trató de una decisión fundamental para Lomelí, que quiso ser el mejor tenor del mundo y medirse en las grandes ligas. “Si había dejado la educación profesional que me habían dado mis padres en Monterrey, si dejé mi casa, mi familia, mi seguridad y todo lo que ello significaba, es porque quería jugar en el Barcelona”, explica el entrevistado con ese ejemplo del que considera el mejor equipo de fútbol del mundo.

“De alguna manera, pienso que lo logré”, estima. Por eso, de frente a su enfermedad, no quiso sólo “sobrevivir” en la carrera de canto. “Me pude haber quedado varios años más y cantar más gritadito, más abierto, más desafinado. Pero no era eso lo que quería como artista. No podía vivir honestamente de esa manera, así que no tenía caso continuar. No me retiré por lastimarme la garganta: mi



*“Algo de lo que siempre me enorgullezco, es mi capacidad de adaptación”*

Fotos: Jonathán Muró

voz no se dañó. De hecho, sigo cantando algunos conciertos por aquí y por allá, pero como ahora ya no lo hago seis o siete horas diarias, ya no tengo reflujo y puedo vocalizar 30 o 40 minutos al día para mantener la flexibilidad de las cuerdas vocales.”

Sin embargo, continúa, “en ese momento ya no podía ver la luz en el canto. Llevaba más de dos años con el problema, sin mejoría, estaba recién casado, y no quería quemar mi prestigio, como varios de mis colegas que me encontraba de repente en el mundo y que, con cuarenta o cincuenta años, todavía queriendo hacer audiciones... Cuando te quemas, es muy difícil que te vuelvan a dar la oportunidad. Y si yo quería volver a cantar algún día, debía ser muy cuidadoso. No quería que me retiraran, sino que yo opté por retirarme bajo mis propios términos”.

Aquel cambio fue tremendo para el entrevistado, sobre todo porque siempre, desde que nació, se asumía como cantante. “Todas mis interacciones con cualquier parte de la sociedad habían sido a partir de que yo cantaba. Por ejemplo, si a los seis años, en la escuela, la miss Conchita me ponía de principal en el *show* que yo quería, mis papás me compraban el trajecito que yo deseaba; o si lo hacía bien me llevaban a comer a donde yo quería. Lo que quiero decir es que descubrí que cantar me cambiaba la vida. Y por eso me volví cantante y de los buenos. Desde chiquito trabajé en doblajes, canté de corista, llegué a las finales de la academia, en mi escuela. Siempre fui el mejor cantante.”

Pero Lomelí también tenía otras habilidades que le sirvieron en aquel momento en que debía cambiar su modo de vida. “Ya sabes que en el medio hay un estigma —estúpido— según el cual los tenores no somos muy inteligentes, pero yo dije: ‘No sólo soy quien soy por mi voz. No soy nada más una voz, sino un artista y también puedo ser un artista sin cantar’.”

Así que David se acercó a las compañías líricas donde había trabajado, en busca de un nuevo camino profesional, pero la mayoría veían su problemática como pasajera. Creían que volvería al canto, tarde o temprano, por lo cual no veían el caso de apostar e invertir en él, si terminaría por marcharse a continuar su carrera como cantante. “Fue muy duro, porque yo no sabía cuándo llegaría ese día. De hecho, fue peor con las compañías con las que tenía relación cercana de cantante, porque les dolía o les frustraba mi situación. Entonces llegué a The Dallas Opera, una compañía donde nunca había cantado.”

Cuando dejó los escenarios, David cobraba \$10 mil dólares por noche. “No lo digo por presunción, sino para hacerte notar el cambio. Cuando llegué a la Ópera de Dallas como Coordinador Artístico, hace cinco años, comencé ganando \$1,000 dólares: \$500 dólares a la quincena. O sea, me siento muy bendecido porque es más de lo que obtienen muchos compatriotas, pero considerando de dónde venía, fue una transformación que requería que me quitara el chaleco de artista y de divo, para poder aceptar la chamba y decir: ‘esto es lo que hay’. Pasé, por decirte algo, de cantar con Ana María Martínez en Santa Fe, a reservar el boleto de avión a Ana María como parte de mi chamba”, relata el entrevistado.

Lomelí comprendió que debía aprovechar todo lo que había hecho en su vida para desempeñar con propiedad sus nuevas obligaciones. Y dio buenos resultados. “Si no hubiese cantado al nivel que he cantado, si no hubiese ido a la escuela que fui, si no hubiese estudiado lo que estudié, si no hubiese hecho bien los proyectos que hice cuando era más joven, no me hubiesen ascendido en cuatro ocasiones en cuatro años, hasta administrar la parte artística de una compañía de primer nivel como la Ópera de Dallas”, asegura el regiomontano.

#### **¿Cuáles fueron los nuevos retos que asumiste, David, al iniciar como Coordinador Artístico?**

Cuando llegué, dije que les podía echar la mano en tecnología, porque es un área que me gusta mucho. Y me propuse ayudar a reducir costos. Una de las primeras cosas que hice fue crear una nueva política de presupuestos de viaje, que no es para ganarme una cabeza en la primera plana de *The New York Times*, pero que ahora es aceptada por otras 25 compañías en Estados Unidos. Esa propuesta le creó un ahorro a la compañía, de un día para otro, de \$150 mil dólares mensuales. Entonces, en el momento que entras y le empiezas a salvar \$1.8 millones de dólares anuales a tu compañía, tu jefe te preguntará: “¿Qué otras ideas tienes?”

Así como siempre tuve mi carrera de cantante muy bien programada en los objetivos y en los pasos a seguir, comencé a realizar mis nuevas labores y utilicé el *background* de conocimiento artístico que yo ya traía, además de entender el aspecto político de una oficina. Porque, al principio, mi trabajo, mis clientes, eran los artistas que ya conocía. Y consistía en descubrirle a mi jefe, que en ese entonces era el Director de Casting, al artista que él no tenía en su radar y conseguirle justo lo que deseaba. Mi trabajo era ése: le traía cantantes que él no conocía y para eso comencé a explotar mi propia red de contactos. Así se dieron cuenta de que tenía los conocimientos, una buena red, y comenzaron a darme más oportunidades.

“La ópera  
tiene que  
evolucionar”



#### **Herramientas y habilidades, supongo, que además te permitieron mediar entre las aspiraciones del artista y los requerimientos del teatro, en la medida en que comprendías ambas perspectivas, ¿cierto?**

Así es. Una de las cosas de las que me he dado cuenta es de mi habilidad de ser frío en la toma de decisiones, pero al mismo tiempo de ser consciente de la inteligencia emocional que va detrás de esas decisiones tan importantes; de tratar al artista como persona y al mismo tiempo encontrar el balance para tratarlo como profesional.

#### **La sensibilidad en un artista es un tema muy delicado. ¿Qué puedes decirme sobre ello?**

Sí, es necesario tener sensibilidad para comprender que los cantantes son gente muy sensible. Si puedo contribuir a que su vida cotidiana esté solventada, de cierta manera, se van a poder concentrar en su arte. Al mismo tiempo, me parece que hay gente a la que tengo que llamarle la atención, ¿no?

A veces veo artistas con muchas inseguridades que piensan que no los van a querer, que no van a gustar, que no les van a hacer caso, y también debes ayudarles a sacarse todo eso. Hay gente que ha audicionado para mí y que, como no les di la chamba, seguramente piensan que no sé nada o que sólo contrato a mis amigos. Ahora que estoy en la posición de tomar decisiones, comprendo que no es problema de si me gusta cómo cantas o no. A veces no hay la chamba específica para ti en este preciso momento, o no eres el artista para el que se va a producir algo específicamente, porque aún no tienes poder de taquilla, aunque seas muy bueno.

#### **¿Qué tan difícil es tratar con el ego y el divismo del cantante?**

Tal vez suene pesado, pero como también tuve una carrera muy importante, como también fui tenor, muchos artistas no se ponen tan divos conmigo como con otros colegas. Porque desde el momento en que veo que comienzan a ponerse divos, les digo: “¿Neta? ¿Así te vas a poner?” Y comprenden lo que están haciendo y le bajan a su ego.

También he desarrollado una manera de comunicarme con los cantantes, porque decirle a quien que no ha hecho un buen trabajo es un asunto delicado. A veces se preocupan, se angustian, porque

## La Ópera de Dallas

Con más de 60 años de historia, la compañía fue fundada en 1957 por el empresario operístico Lawrence Kelly (también cofundador de la Ópera Lírica de Chicago en 1952) y el director concertador Nicola Rescigno. Su primera actividad fue un famoso concierto con María Callas. Desde entonces, la compañía ha destacado por presentar el debut estadounidense de sinnúmero de estrellas de la ópera, como Joan Sutherland, Plácido Domingo, Jon Vickers, Montserrat Caballé, Teresa Berganza, Gwyneth Jones y Waltraud Meier.

El teatro cumple este año su primera década en el Winspear Opera House, ubicado en el AT&T Performing Arts Center del centro de la ciudad texana. El teatro, diseñado por el afamado arquitecto Norman Foster, tiene un aforo de 2,200 butacas y, según la base de datos *Operabase*, en la temporada 2018 la Ópera de Dallas se ubicó en el lugar 16 de un total de 96 teatros de ópera de Estados Unidos, con 26 funciones de 6 producciones de ópera. ●

por Charles H. Oppenheim

lo que les dices afecta su trabajo. Entonces, por ejemplo, en vez de decirle a un cantante que no se oye, le digo que si se relaja podrá proyectar mejor su voz, o que si voltea hacia el público en vez de cantar de lado puede ayudarlo a transmitir mejor su canto.

Así que, en ese sentido, no he tenido tanto problema. Creo que he tenido más conflictos con los agentes, pero creo que eso es parte de la chamba porque uno comprende que ellos siempre van a defender los intereses de sus representados.

**Al ser parte de un equipo que le da el rostro a una casa de ópera tan importante como la de Dallas, ¿qué es lo que te interesa buscar en un artista para configurar ese perfil?**

Antes que nada, me gustan los artistas que tienen una voz a la que Dios le tocó las cuerdas; mi gusto responde muchísimo al talento vocal y luego a alguien que no sólo tiene una belleza de voz, sino que tiene la capacidad de transmitir emociones a la gente. La verdad es que no me fijo tanto en cómo se ven, sino más bien en su musicalidad, en su capacidad de ser vulnerables, de hacer crecer su personaje en escena.

Y, obviamente, tengo una responsabilidad con mi audiencia, al ser una de las principales casas de ópera de Estados Unidos, y que ha ayudado a hacer carrera a los principales artistas del mundo. Entonces, es necesario encontrar un balance entre los artistas del momento con los del futuro, con el que ahora es el mejor, pero que todavía no tiene los reflectores encima.

Esa, digamos, es la parte más divertida, la más agradable de mi trabajo. Pero es sólo el diez por ciento de mi trabajo. Al menos en Estados Unidos, hoy en día el modelo del director artístico que dice lo que se va a hacer, que hace los contratos y se va, ya no funciona.

Ahora estoy envuelto en cómo se ven los programas de mano, en los promos, en los segundos que podemos mostrar de una producción para publicitarla; tengo que estar en la parte de los contratos de cada uno de los integrantes de la orquesta y del coro; tengo que negociar con agentes, con los directores, diseñadores y demás.

La verdad es que ahora el cantante sí es una gran parte del trabajo, y me gusta mucho estar escuchando cantantes, pero no soy del perfil del director de *casting* europeo que se la pasa escuchando a cantantes y viajando para hacer contratos para sus funciones porque tiene un teatro de repertorio con 27 óperas al año. No.

Aquí, en la Ópera de Dallas, tenemos seis o siete producciones anuales nada más. Entonces, cada una tiene que ser espectacular. Si vamos a hacer algo, lo hacemos en grande: tiramos a matar. Por ello, desde que nos imaginamos o planeamos una obra, trabajamos para conseguir el contrato correcto, para levantar el patrocinio adecuado, para conseguir al artista indicado.

**¿Cuáles son los desafíos para conseguir fondos para producir ópera en la actualidad? Es sabido que muchas compañías están en riesgo de desaparecer o han reducido su oferta lírica.**

Mira, es complicado porque la ópera es un arte muy costoso. Sobre todo en Estados Unidos. Si vas a Karlsruhe o a Mainz, te das cuenta de que tienen una orquesta de ópera, un ballet y un teatro, y eso les cuesta lo equivalente a \$15 millones de dólares, y tienen ópera todos los días.

Nosotros tenemos \$22 millones de dólares de presupuesto y tenemos 42 funciones al año. Obviamente, nuestra calidad es infinitamente superior, pero igual te das cuenta que ellos hacen 27 óperas contra tus siete y las hacen con \$5 millones de dólares menos. Hacen más que nosotros. Pero te digo que es complicado porque en Estados Unidos no hay apoyo gubernamental. El National Endowment for the Arts nos da \$100 mil dólares, que para un presupuesto de \$22 millones es casi nada. Para las compañías americanas, sólo el 30 por ciento de sus presupuestos, en promedio, se genera con la venta de boletos. Todo lo demás es *fund raising* (gestión de fondos).

Entonces, si no estás todo el día en el teléfono, si no estás en Twitter, Instagram, Facebook, YouTube y Snapchat, es muy difícil que recaudes los fondos que necesitas. Y lo que yo veo es que la gran mayoría de los compañeros de teatros de categoría mundial no están en sus teléfonos. Por ejemplo, yo soy muy fan de que en México puedas ver las óperas en *Livestream*, pero también veo que no les pagan regalías a los artistas cuando las óperas se transmiten por Internet.

Acá todo se paga: si yo quiero producir algo en video, le tengo que pagar un dineral a todo el mundo. Yo trato constantemente de inspirar a mi compañía para crear estrategias sustentables en penetración de mercados, que generalmente la ópera americana no hace todos los días. La ópera americana es tradicionalmente blanca y de alto perfil: está solventada por cinco o seis donadores que aportan el 60 por ciento, a veces el 70, de lo que necesitas.

Entonces esas cinco o seis familias poderosas deciden muchas cosas. Si no les gusta una ópera, puede ser que al año siguiente le bajen a su contribución \$500 mil dólares y te rompen la temporada. Una de las grandes críticas que he escuchado es que en Estados Unidos los boletos no se venden en todas partes. Hoy en día, el método favorito para la compra de boletos sigue siendo el teléfono, porque quien dona quiere tener la flexibilidad para decidir si va, por decir, el martes o el miércoles. Y afectas en su posibilidad de compra a 2 mil o 3 mil personas, en beneficio de quien hoy te sostiene. ¿Pero quién te va a sostener mañana?

**Qué curioso, no me imaginaba que así fuera todavía. Porque la tecnología en la actualidad ha llegado a casi todos los ámbitos y la cultura no es la excepción.**

Es complicadísimo, porque aparte las reglas en Estados Unidos son muy restrictivas en lo que puedes transmitir. Por ejemplo, por cada título de ópera sólo puedes pasar quince minutos de video y sólo puedes comercializar tres. En cambio, si eres Beyoncé, entre más gente piratea tus cosas, más viral te vuelves y más ganancias obtienes. Hoy en día cualquiera artista *pop* sabe que los discos o videos que se vendan no es dinero para ellos; el único dinero que ganan es cuando hacen conciertos, cuando venden boletos.

Pero en ópera, en música clásica, es muy complicado, porque aún existe la noción de que la ópera es elitista. Es algo que estoy tratando de cambiar, pero no ha sido fácil. Una de las cosas que más me preocupa es el aspecto comercial de la ópera, pues el modelo de negocios de la ópera está muy en pañales.

**Hay quienes ven con malos ojos, incluso, las transmisiones satelitales desde el Met de Nueva York, que probablemente son una gran herramienta de difusión y creación de públicos.**

Yo le doy mucho crédito al Met con esas transmisiones, porque creó un mercado de ópera donde antes no existía. ¿Cuándo podías ver esas producciones de gran nivel que tenemos en Estados Unidos en cualquier país del mundo, incluido nuestro Auditorio Nacional? Me encanta, porque ha creado una fuente de ingresos alternativa de casi \$70 millones de dólares, que es el presupuesto anual que tiene la Ópera de Chicago, por ejemplo. El Met genera ese ingreso sólo con las transmisiones en alta definición.

Claro, muchos críticos del sistema dicen que la venta de boletos del Met está en niveles muy bajos, por debajo del 68 por ciento. Pero yo digo que si sacas el promedio, te da como resultado 2,500 o 3,000 personas en la casa de ópera, lo que no está nada mal porque representa más boletaje que el de la Ópera de Viena, que es la que más boletos de ópera vende en el mundo. El problema es de óptica, porque Viena tiene 1,800 butacas y el Met tiene 4,000. Pero si transmiten y generan \$70 millones de dólares anuales y tienen una penetración en 120 países, se trata de un buen modelo de negocios, aunque su teatro no esté lleno.

¿Cuál es el problema? Tal vez que mucha gente no está experimentando la ópera en vivo. Pero, hoy en día, ¿qué experimentas en vivo, sin que esté envuelto en algo de tecnología? La ópera tiene que evolucionar con la tecnología disponible. Quizás esto suene muy vanguardista, pero...

**Es una realidad que debe replantearse la producción operística, pues no puede quedarse en las formas de financiamiento**



Fachada del Winspear Opera House de Dallas  
Foto: Carter Rose



Sala principal de la Ópera de Dallas

**de hace décadas o inclusive cientos de años. El riesgo es mayúsculo.**

Tengo la impresión de que, si no hacemos algo, la ópera desaparecerá en el futuro. Mira, te lo juro, yo me despierto todos los días pensando en encontrar la manera de ser originales y hacer la diferencia en el mercado. Porque si seguimos así, como arte nos vamos a morir de hambre todos. Eventualmente, claro. Quizá no mi hijo —que todavía es pequeño—, pero el hijo de mi hijo tal vez ya no va a experimentar la ópera como nosotros lo hacemos ahora.

Ya estamos tan cerca de ese escenario que, si no hacemos algo, la ópera se va a convertir en un producto como el de esas compañías chiquititas que hay por ahí, que presentan óperas a piano o con unos cuantos músicos. La ópera es un arte inmenso. Por eso, desde el mecenas hasta el corista deben entender la dimensión de lo que cuesta y lo que debe hacerse para producirla.

Acá, en la Ópera de Dallas, la producción más barata que tengo, de cuatro solistas, sin coros, cuesta \$1 millón de dólares, para hacer sólo cuatro funciones. La producción más costosa es de \$5 millones, lo cual es una barbaridad si piensas que Bellas Artes no tiene ni \$2 millones de presupuesto al año. ●