

Desde hace diez años, desde su Treintá y Tres natal, del "viejo Olimar querido" al Río de la Plata, hacia la capital y el interior, Braulio López y el Pepe Guerra han recorrido pueblos, ciudades, barrios, en una segura marcha —y pese a la ausencia del aparato publicitario que fabrica y derriba ídolos— hacia una popularidad que hoy es entrañable ya a los uruguayos. Luego fueron los caminos de América, y hoy, al regreso de su tercera gira por Europa, conversamos con ambos y su compañero y representante Bilbao (tres veces que redujimos arbitrariamente, o no tanto, a una), de planes, de públicos, de gentes. Del reencuentro con su pueblo para el que ya Los Olimareños no precisan "de un camino nuevo para llegar a su memoria".

• Ustedes estuvieron en la Unión Soviética, en Finlandia y Francia.

—Sí, en la Unión Soviética dos meses y medio, lo que dio para conocer un poco mejor al público ruso, muy variado, por otra parte. Ya estuvimos el año pasado, pero en un festival grande. "Melodías de verano", se llamaba, y sólo participamos con una o dos canciones, con muchos cantantes latinoamericanos más, argentinos, brasileños, etcétera. Ahora, los conciertos eran exclusivamente nuestros y de un peruano. Los programas eran mucho más largos.

• ¿Y cómo los recibieron, es decir, tuvieron éxito?

—Fue todo muy cálido. El problema fue las letras. Traducían... mejor dicho, no traducían, hacían una explicación global al principio, y nada más. Cuando la temática es específica y nuestra, local, no creo que la entendieran bien, y en nuestras canciones las letras tienen siempre importancia. Hubo que escoger las letras más fáciles. Pero creo que la experiencia de cantar frente a un público que no entiende lo que se dice es muy importante, porque sirve para calibrar el valor musical de lo que uno hace. Aquí es más difícil darse cuenta porque nuestro público atiende al contenido, al texto. La gente nos exige mucho en los textos, y los artistas en general la han acostumbrado a ese nivel de exigencia.

• Los rusos aprecian lo que les entra por el oído y punto. Por lo menos, en el caso de ustedes.

—El público ruso es un poco especial. De Latinoamérica aprecian mucho lo melódico, la guitarra, etcétera, pero también lo cómico, la cara risueña. Este peruano que cantaba con nosotros era un verdadero "showman". Cantaba cualquier cosa, hasta Cuando los santos vienen marchando y los hacía reír, aplaudir, hacía macacadas. Pero hay cosas curiosas. Raphael, por ejemplo, tuvo un gran éxito.

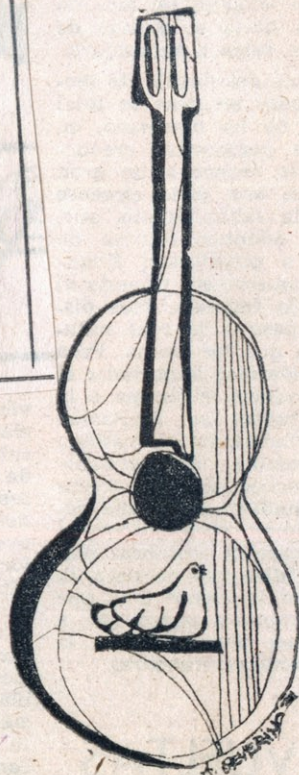
• ¿Raphael?

—Sí. Tuvo un éxito enorme. Como Dean Reed, Pete Seagers, Gilbert Bécaud. Ninguno como Raphael, no sé si por las películas o qué.

• ¿Tenían clara conciencia de que ustedes eran uruguayos, es decir, los ubicaban de alguna manera con respecto a la música que cantaban?

—Ah, no. Te presentan, dicen de qué país vienes, y a cantar. Además, en Europa, en general, lo refieren todo a los mexicanos. Es lo que más conocen. Luego Paraguay y después Brasil, y en general hacen los esquemas en ese orden. En este Gotz Concert, por ejemplo, no había un solo mexicano, pero en los carteles siempre aparecía el clásico charro con sombrero. No ocurre lo mismo en Francia, claro, pero nuestra visión es limitada, porque nosotros cantamos en la Ciudad Universitaria, ante un público muy especial, informado, internacional en alguna medida, y además conversábamos con los asistentes, contestábamos preguntas. Las presentaciones iban más allá de lo musical. El público de provincias no lo conocemos. Por eso nos gustó la gira soviética. Anduvimos por diferentes ciudades, y hasta repúblicas, con idiomas y tradiciones diferentes, Ucrania, Georgia, Lituania, Estonia... A nosotros nos gusta más siempre la gente de las ciudades chicas. Será porque aquí el 80 por ciento de nuestro trabajo es en el interior.

• Y aquí, la venta de discos, ¿cómo se mantiene: crece, baja?



del olimar al moscova

—Nunca fuimos bum, crecimos de a poco pero nunca tuvimos bajones fuertes. Algunos discos se vendieron más. Por ejemplo, Cielo del 68 fue un récor. Ahora por primera vez se promociona por televisión un disco nuestro, y en la Argentina un sello importante se largó a vender en gran escala nuestra grabación. Para nosotros el disco es un medio importante. Cómo decirlo, entra como una especie de misterio en la gente. No hay luces, escenario, gente: sólo el que escucha y la canción...

• ¿En las radios pasan más discos de ustedes?

—No, más no. Ellos practican cierta autocensura, de temas, de autores, inclusive, aunque algunas radios y algunos locutores se mantienen abiertos hacia lo nacional, en general con restricciones. Orejano, por ejemplo, está prohibido

en casi todas las radios del interior, quizá porque la poesía cantada entra mucho más, la gente la memoriza y la repite. Una vez nos contaron que un soldado, en Laguna del Sauce, durante una visita de Pacheco, obligado a cantar para el presidente, sólo sabía No esconda la mano. "Pero no, hombre, eso no", le dijeron. "Y, es la única que sé", respondió. Y fue y cantó. Y Pacheco le tuvo que decir: "Está bien amigo, está bien".

• ¿Cómo circulan esas piezas por el interior?

—Eso de los temas ha ido variando. Antes, al principio, El Orejano, tenía andamio a todos los niveles. Entre la gente de afuera, peón o estanciero, siempre gustaba, se entusiasmaban. Pero antes no eran tan hondas las divisiones. Hace poco, cuando estuvimos en aquel pueblo donde estaba el tal don Alfonso, estanciero él, todo el mundo lo empezó a mirar cuando cantamos El Orejano, y el hombre se levantó y se fue con toda la comitiva. Antes todo el mundo decía: "Qué bárbaro, un rebelde", y hasta al estanciero le entraba, por la tradición, el machismo, qué sé yo. De repente, el tipo, tan bruto, no lo relacionaba con lo que él mismo hacía. Ahora van tomando conciencia los de abajo y los de arriba...

• La televisión permanece cerrada.

—Hace como cinco años que no actuamos allí, pero eso le pasa a todos los artistas nacionales. Prefieren importar folklore envasado de Buenos Aires, en la vieja línea bucólica. Cosas lindas a veces, pero la gente acá creo que quiere otras cosas. Es que los artistas uruguayos somos todos medio desbocados. En la Argentina sí actuamos mucho, sobre todo en provincias, Mendoza, Tucumán, además de presentaciones en vivo. Es un público familiar, como el nuestro...

• ¿Se puede determinar responsables?

—Eso responde a una política de las agencias de publicidad, y los canales, pero es evidente a esta altura que a la gente le interesa la música nacional. Esta oír los programas donde se piden discos. Es un buen termómetro: Los Olimareños siempre figuran y además eso sirve de promoción para los discos. El canto popular uruguayo se agigantó en los últimos diez años, pese a la televisión y la radio.

• ¿Y el reencuentro con el público uruguayo?

—El 4 de diciembre llegamos, el 8 dijimos: "Y, podríamos hacer una presentación". El 17 fue el primer recital. En seis espectáculos, lleno completo. Pensábamos que en pleno verano, con el aguinaldo sin pagar, no que estaría vacía la sala, no, pero seis llenos... Fue como si el público nos estuviera esperando. Hay cosas que emocionan. Al final, cuando vienen los pedidos, aparece de todo. Canciones viejas, que no cantamos hace años, algunas de las cuales casi las hemos olvidado, otras nuevas. Eso nos hace pensar, primero, que hay un público que nos sigue, que recuerda. A veces, nos gritan en la calle: "¿Y El Botellero?" Y luego, hay diferentes Olimareños, para distintos públicos. Si vieran los versos, los poemas que llegan, por correspondencia, o que nos entregan personalmente, de poetas populares e ignorados, para que Los Olimareños les pongan música y los canten. Cuando murió Víctor Lima, llovieron los poemas en su homenaje, de gente que lo admiraba, que nos identificaba con él y que nos enviaba su verso para que lo cantáramos. Guardamos por lo menos una docena de éstos. Y hay muchos de niños, también. A veces cuadernos enteros. Hay algunos inverosímiles, otros cómicos. Yo los leo todos por las dudas. Buenos o malos, son poetas del pueblo.

• ¿Alguna gira próxima?

—A Cosquín vamos contratados, del 21 al 26 de enero. No nos interesa demasiado. Ha perdido autenticidad, se ha comercializado en exceso. Nos atrae sólo como oportunidad de contacto con mucha gente, en el escenario y en la calle.