

EL COLUMNEADOR

Por Eduardo Espina

EXCLUSIVO
DESDE EE.UU.

Historia de una canción uruguaya

La historia del título sucedió en otro lugar, pues las historias siempre suceden en otra parte, porque la vida es una suma de cosas que pasan en otra parte y si alguien es famoso no puede vivir en la esquina de su casa y vive allí, pero en otra parte, ya que la vida en verdad es un alfabeto de pedazos, de distintas vidas que terminan haciendo una suma de años que pasan en otra parte y por nosotros los recuerdos y los olvidos ("los días, uno tras otro, que son la vida", como dice Aurelio Arturo), pero en definitiva esa suma de distintas vidas no es otra cosa que esta vida con forma de existencia, este sábado o mañana viernes, cuando recuerdo que en una de esas vidas, años atrás, en Boston, le llevé a un discjockey amigo un casete con música uruguaya y su reacción ante el exótico producto, bien puede llamarse estimulante, y alrededor de este acto de estimulación gira la historia que les quiero contar. En ese casete de noventa minutos había todo lo que podía oírse en sonidos de la Banda Oriental en ese entonces (era enero y 1987) y, como en un álbum familiar donde el horror pone por igual a vivos y muertos, estaban juntos Zitarrosa, Los Olimareños, Los Estómagos, Jaime Roos, Fernando Cabrera y varios otros que ya no me acuerdo ni recuerdo cuáles, pues mi amigo se quedó con el casete y mi memoria funciona para adelante, pero de todas maneras, en la memoria o donde sea que el cuerpo recuerda, me quedó grabado que mi amigo se llevó el casete para oírlo y lo oyó. Discjockey de pista y programador en una radio FM de Massachusetts, Tim, porque así se llama el fulano (a quien hace mucho que no veo, como dos años y medio día y para mí es mucho tiempo si lo comparo con los diez minutos que pasaron desde que comencé a escribir este artículo) entre todos esos sonidos agolpados en tan irregular ensalada musical, eligió una

canción, diciéndome con palabras veloces y húmedas: Esto sí me gusta. "Esto" y no lo otro, era en verdad una canción de Jaime Roos que en algún momento antes que se terminara decía, "el último tren pasaba y nadie me dijo nada", pero el discjockey, sí dijo algo: aunque el sonido es muy malo, como si estuviera grabado en un garage, y los acompañamientos carecen de fuerza, la canción me gusta pues tiene ritmo y se distingue por sí sola. Eso dijo, pero la cosa no quedó allí. Mi sorpresa fue grande cuando una noche, en la discoteca que my friend trabajaba, me encontré mirando la bahía de Boston con una cerveza Samuel Adams en la mano y oyendo la canción de Roos, mientras varios audaces danzarinés se animaban a desafiar el exótico sonido que emergía con identidad propia entre las islámicas armonías de Dissidenten, el calipso pop de Arrow y las festivas consistencias de Talking Heads, que no desmerecían el abandono al ritmo que provocaba la música del uruguayo sonando con impecable volumen, incluso mejor que en la grabación original, ya que en la discoteca tenían unos equipos futuristas que le sacaban esos molestos ruidos que parecen tener todos los discos charrúas, los cuales, aunque no vienen con una flecha, muchas veces pueden ser tan peligrosos para los oídos como la flecha que mató a Solís al llegar a Uruguay. Pero lo cierto es que la gente vino, vio y bailó y yo también y con la segunda o la décima cerveza ingerida (después de la tercera ya no cuento), le pedí a Tim que pasara la canción nuevamente y lo hizo y yo me tomé otra y lo cierto es que en el correr de la noche la pasó tres veces y dos semanas después la puso en la ecléctica programación nocturna de la radio, donde se irradiaba música de todas partes del mundo y, aunque a veces no lo parezca,



también el Uruguay es parte del mundo. Hasta allí la historia. El resto es inimaginable pues, a la luz de las paradojas de este contradictorio planeta, la canción se irradiaba en la programación junto a otras rarezas venidas de África, Asia o del Caribe con su estallido de idiomas y de ritmos y de ritmos. Aclaro, (para los ilusos que creen que puedo aclarar) que tanto la radioemisora como la discoteca referidas forman parte de lo que se llama circuito de música alternativa que presento aquello

que escapa de la mediocridad de los productos fonográficos más vendidos. Ya el intrépido danzarín o el inteligente oyente tienen la oportunidad de ampliar su espectro musical con variaciones estéticas venidas de otras partes del globo que no necesaria ni comúnmente integrarán el ranking de la mercancía más popular.

Son opciones de alternativa. Quizás esa propia condición (alter)nativa —en un tiempo donde las alternativas son reducidísimas y muy reducidas otorga a los discjockeys y programadores más libertad para elegir y difundir a voluntad, sabiendo que cuentan con un público seguidor expectante y abierto a tener en cuenta las más insólitas novedades del ultramundo, sin importarle la popularidad o no del artista. Y digo esto pues la canción de Roos tuvo acceso a radios, no necesariamente marginales, pero sí despreocupadas de la invención de efímeras estrellas, como suelen hacer las demás, las otras radios, las otras. Esas otras radios sólo difunden lo que está en boga, así sea The Clash (cuando vendieron millones con "Rock the Casbah") o Madonna (la cual se cansó de las palizas que le propinaba su marido Sean Penn y por eso ha vuelto a cantar), radios carentes de ideología y estética, integrantes de la inmensa maquinaria capitalista que exige a un cantante o grupo tener un fabuloso equipo de marketing y promoción para poder imponer su música o estilo en los fastuosos mercados del topoderoso dólar. No es imposible entrar en dicho juego y no es imposible, pues, después de todo, la mayoría de los artistas, incluso los más independientes como Springsteen y Peter Gabriel lo han logrado y lo practican con disimulado placer. Pero, además

de posible, es imprescindible, ya que las reglas son bien claras; o se siguen las pautas marcadas por la propia industria del disco o el artista debe contentarse con una promoción menor y ser difundido únicamente en radios de alternativa donde el semidesconocimiento muchas veces está seguido por el olvido. El mercado discográfico norteamericano es el más difícil del mundo y sobre eso no hay dudas. Aquí los éxitos, salvo rarísimas excepciones (como "La Bamba" y "Eres tú" por Mocedades), son todos en inglés y ningún artista, ni Julio Iglesias o El Puma, va a tener promoción nacional si no canta en el idioma de Shakespeare, quien de haber cantado, lo habría hecho en italiano, como Romeo y Julieta, y hoy sería un desconocido sólo conocido por sus obras de teatro. El ejemplo de Jaime Roos, una isla a la deriva en la inmensidad de un mar picado, prueba mucho y no prueba nada; como decir, ni sí ni no, todo lo contrario. Prueba que esa canción donde el último tren pasaba, gustó, y gustó por lo menos a unos cuantos que podrían haber sido más, de haber tenido más promoción. Pero al mismo tiempo, esa soterrada aceptación no permite abrigar muchas esperanzas —ni poniéndose una bufanda— respecto a las posibles aperturas en un mercado monolítico que seguirá consumiendo aquellos sonidos inmediatos y familiares, músicas con pocas musas, prefabricadas por compañías discográficas que tienen suficiente dinero para imponerlas, de un día para otro. Porque tan poderoso caballero es don dinero, que da existencia a lo no existente y nadie sabe si es así o no, pues el dinero todo lo compra y compra los discos, como también a los compradores de ellos.