

NOTA DE TAPA ♦ Gustavo Santaolalla

Latin american idol

ES EL PRODUCTOR DE BANDAS Y ARTISTAS LATINOS MÁS INFLUYENTE DE LOS ESTADOS UNIDOS. GANADOR DE DOS PREMIOS OSCAR CONSECUTIVOS POR LAS BANDAS DE SONIDO DE PELÍCULAS TAN PROVOCADORAS COMO *SECRETO EN LA MONTAÑA* Y *BABEL*, **GUSTAVO SANTAOLALLA** ES EL GURÚ DEL ROCK & POP EN CASTELLANO. EDITOR DE LIBROS DE ARTE, PIONERO DEL TANGO ELECTRÓNICO Y FLAMANTE BODEGUERO MENDOCINO, CONSIDERA QUE LA IDENTIDAD CULTURAL ES EL NEGOCIO DEL FUTURO.

Texto: Andrea del Río

Busco un laburo/que no me dé laburo/patrón no quiero/quiero ser mi patrón/y de mi puesto/saber que no hay repuesto”. Seguramente, cuando Gustavo Santaolalla compuso la letra y música de la canción *El necio*, editada en su álbum solista *GAS* (1995), no estaba tan sólo describiendo cierta faceta autosuficiente y ególatra del ser nacional sino, también, asumiendo una postura personal que lo situara en las antípodas. Aunque, en rigor, ya por entonces tenía sobradas razones para creerse un ejemplar de colección, de esos que rompen el molde. Desde los lejanos tiempos de Arco Iris, la mística y pionera banda de rock folclórico que integró a sus 16 años y que legó a la cultura popular el himno de fogón *Mañana campestre*, hasta su exilio en Los Ángeles, donde revolucionó la escena *under* con su grupo de *new wave*. Desde su regreso al país para trazar ese tratado de sociología musical que fue *De Ushuaia a La Quiaca*, junto a su amigo León Gieco, hasta el protagonismo que tuvo en la definición del sonido ochentoso del rock nacional, junto con GIT, Alejandro Lerner, Charly García y Soda Stereo. Desde su paulatino posicionamiento como gurú del rock & pop en castellano al producir artistas y bandas tan variados como Bersuit Vergarabat, Divididos y Árbol (Argentina), Molotov, Aterciopelados, Café Tacuba y Julieta Venegas (México), Juanes (Colombia) y La Vela Puerca (Uruguay), hasta su consagración hollywoodense de la mano de las bandas de sonido de películas

como *Amores perros* (2000), *Diarios de motocicleta* (2004), *Secreto en la montaña* (2006) y *Babel* (2007), éstas dos últimas premiadas con sendos Oscar en años consecutivos, un récord absoluto para un autor de *soundtracks*. Desde su consagración como uno de las 25 personalidades latinas más influyentes (y único de la Argentina) según la revista *Time*, hasta el reconocimiento como mejor productor en los Grammy latinos, ese mismo 2005. Desde la creación de Bajofondo Tango Club, un combo de músicos y dj's que reinterpretan la música ciudadana desde la electrónica, el house y el trip hop, hasta la concepción de Café de los Maestros, un rescate multimedia de grandes valores del 2x4. Desde una editorial de libros de arte, fotografía, música y cultura latina, hasta una bodega *boutique* en Mendoza. Del sueño de construir, quizás en ese mismo suelo cuyano, un estudio para mezclar imagen y sonido con un aporte tecnológico como no existe en Latinoamérica, hasta el berretín de replicar el concepto de identidad vinculado a Bajofondo y Café de los Maestros en cadenas de bares, clubes *trendy* e incluso hoteles en lugares tan distantes como Shangai. “Hago mucho porque tengo esa energía. Ese karma, en realidad, porque desde chico soy así. Pensá que a los cinco años me regalaron mi primera guitarra y que estudié apenas hasta los 10 años, porque la profesora no logró que supiera leer y escribir música. De hecho, nunca lo aprendí. Soy absolutamente autodidacta. Y mal no me ha ido, ¿no?”, reflexiona, con un guiño y sin respiro, el hombre orquesta cuyo pasado y presente interpelan a



NOTA DE TAPA ♦ Gustavo Santaolalla

un futuro que no puede sino estar a la altura de un derrotero vital y profesional concentrado en, apenas, 59 años. “A esta edad, te diría que es casi más importante saber cómo administrar la energía que poseerla. Por eso, trato de dormir al menos cinco horas por día, lo que me asegura estar lúcido como para encarar mis actividades, que además de ser múltiples, oscilan entre la alta creatividad y la alta exposición”, apunta este productor de éxitos serial.

BODEGUERO SUI GENERIS

Radicado en Los Ángeles desde principios de los ‘80, Santaolalla visitó recientemente Buenos Aires en el marco del lanzamiento oficial de la primera cosecha de sus tres etiquetas. Otro sueño cumplido en su hoja de ruta: “Siempre tuve una veta sibarita y, con el tiempo, descubrí que adoro vivir bien. Mi vínculo con el vino empezó como un temprano enamoramiento geográfico. Fui a Mendoza en un viaje de fin de curso del colegio y me encantó. Pocos años después, tocamos allí con Arco Iris y, si bien era una etapa de total ascetismo en mi vida, me conmovió el paisaje. A raíz de la dictadura emigré y me instalé en California, y ahora entiendo que no fue casual que eligiera un sitio tan parecido a ese paraíso cuyano. Hace pocos años, tenía una platica ahorrada, resultado de la renegociación de un contrato con Universal, y decidí que era el momento de concretar esa visión poética que tenía del vino”, evoca. Junto con el músico Raúl Orozco creó Cielo y Tierra, una empresa vitivinícola de 22 hectáreas, en Lulunta, cuyas tres etiquetas (Gran Reserva, Celador y Don Juan Nahuel) se posicionan en el segmento de alta gama. “Es algo más que haberme dado un gusto. Lo

hice convencido de que, en una década, va a estar bullendo de vida con mis hijos (Ana, Luna y Don Juan Nahuel) y sus propios sueños”.

¿Encaró este negocio también como autodidacta?

En este negocio me manejo igual que en la música: por intuición. Dicen que tengo un don, una sensibilidad especial para comunicar, sea a través de la música, del vino, de las películas. Pero no descanso en esa virtud, sino que me ocupo de apuntalarla con tres constantes que han marcado cada faceta de mi carrera: identidad, visión, excelencia. Desde el inicio tuve en claro que no me interesaba producir un *celebrity wine*. Por eso, mi nombre ni figura en las etiquetas. Esa postura implicó, además, involucrarme desde el proceso mismo de implantación sabiendo que, para disfrutarlo, iba a tener que esperar entre cinco y siete años. Y fue posible porque hace tiempo aprendí que la impaciencia te hace abandonar las buenas ideas antes de que empiecen no ya a florecer sino a germinar. ¿Sabés, en mi carrera como productor, a cuántos músicos geniales conocí que no llegaron a nada porque no tuvieron constancia, porque se dispersaron en la búsqueda? En la industria vitivinícola, como en la discográfica, es fundamental esperar haciendo. Además, entiendo que una pieza musical y una copa de vino tienen que apelar a tu emotividad, contarte una historia, quedarse con vos.

Por otro lado, así como no soy un productor de música arquetípico, tampoco soy un bodeguero promedio. ¡Ni siquiera doy el perfil de un hombre de negocios! Y, sin embargo, hice y produje discos que vendieron millones de copias. Creo que la clave es que nunca, en toda mi vida, encaré nada pensándolo como negocio. ¡Nunca! Pero pronto entendí que vivo en una sociedad capitalista y que, por lo tanto, las cosas se consumen. Y como cuesta dinero hacerlas, hay que recuperar esa inversión. Por eso me rodeo de gente que me ayuda a encauzar mi creatividad de manera rentable.

A sabiendas de su compulsión por generar proyectos, arrecian en Mendoza los rumores de nuevos emprendimientos con su sello.

Es cierto que me gustaría hacer una película, quizás una *road movie*, sobre la ruta del vino en la Argentina, pero sólo si apareciera una historia que lo justificara, no como una mera acción promocional. Y también es cierto que fantaseo construir allá un estudio multimedia para mezcla de música y cine como no existe en ningún país de Latinoamérica. Los gringos comprarían enseguida: ¿te imaginás lo que sería venirse 15 días a mezclar sonido e imagen de una película, rodeados de viñedos y montañas, con el adicional del bajo costo? ¡Grosso! Pero, por ahora, lo mantengo en la hornalla de atrás, como decimos los latinos en California.

EL SUEÑO AMERICANO

Con más de 20 años de residencia en Estados Unidos y un contrato con el sello Universal que, prácticamente, lo ha posicionado como el gurú del rock & pop en castellano, Gustavo Santaolalla es, sin dudas, uno de los pioneros de la segunda fase del *latin power*, esa revolución cultural que se iniciara en los ‘80, cuando ese colectivo creciente de inmigrantes no se resignaba a ser minoría silenciosa.

DE HIPPIE A YUPPIE

Desde los lejanos tiempos de Arco Iris, con su *look flower power* de túnicas y barba feraz, pasando por el perfil *mod* (trajes entallados, corbatitas) que adoptó durante su breve incursión en la *new wave*, sin olvidar los jeans nevados combinados con suéteres con iconografía indígena de la época en que recorrió el país como productor del proyecto *De Ushuaia a La Quiaca*, mucho ha cambiado en el estilo de Gustavo Santaolalla. Que se ha vuelto minimalista, vamos. Asesorado por Hermanos Estebecorena, que también viste a los integrantes de Bajofondo Tango Club, luce cómodo en esas piezas de sastrería de un negro cerrado como la noche.

Pero, sin dudas, el mayor reconocimiento de su carácter de ícono trendy llegó de la mano de Louis Vuitton que, en ocasión del 150º aniversario de su emblemático taller de Asnières, en 2009, eligió al músico, compositor y productor argentino como uno de los seis maestros mundiales del *savoir faire*, dándole carta blanca para que creara, junto a los magistrales artesanos del conglomerado francés del lujo, una orden especial, única, que personificara la maestría de su profesión. En el marco de ese seleccionado premium (integrado por el chef Ferrán Adriá, la fotógrafa Annie Leibovitz, el artista Damien Hirst, el *fashion designer* Marc Jacobs y Patrick-Louis Vitton, responsable del Departamento de Órdenes Especiales y miembro de la quinta generación de la familia fundadora), Santaolalla decidió dotar a su querido ronroco de un estuche de viaje.

Ese instrumento de cinco cuerdas, de origen boliviano, y que domina con virtuosismo singular, le ha permitido dotar de ese conmovedor color local a las bandas de sonido que le valieron dos premios Oscar. El resultado final del trabajo en conjunto con Vuitton fue un estuche discreto, ligero, totalmente cosido a mano, con forro en terciopelo y piel azules y un broche terminado en paladio.



“Hay una realidad: los latinos tenemos, con Estados Unidos, una relación muy distinta de la que tienen otros grupos étnicos, casi incestuosa. ¿Sabés por qué? Porque los *States* son parte de América. A mí me encanta marcarles que América no son ellos sino un continente que nos incluye a todos. Por otra parte, es incontestable el hecho de que la inmigración latina no sólo es altísima sino que, además, se reproduce a un *rate* superior al de todas las demás comunidades. Con el agregado de que, a diferencia de los afroamericanos (a los que les borraron totalmente su raíz, al punto de que ni siquiera saben de qué tribu descienden), los latinos mantenemos una relación dinámica muy fuerte con nuestro lugar de origen. La situación actual es radicalmente distinta a la que existía cuando llegué a Los Ángeles. Por entonces, los chicanos cometieron una especie de suicidio cultural porque, en su afán por asimilarse, les prohibieron a sus hijos que hablaran la lengua materna. Y ahí tenés una generación entera de adultos jóvenes, un montón de Peter García y Jenny López, que no hablan una *pepa* de castellano. Hoy, en cambio, ¿quién de los estadounidenses no tiene novia, vecino o compañero de trabajo latino? Incluso la mayoría de las *nannies* más cotizadas son latinas, con lo cual los hijos de la clase dirigente están diciendo sus primeras palabras en español. Sin dudas, estamos causando una mutación del ADN de Estados Unidos”.

En ese sentido, ¿qué rol jugó el boom de la música en castellano?

La música pero también el cine, sin duda, han sido dos factores importantísimos en ese cambio, que fue protagonizado por actores como Gael García Bernal, directores de cine como Alejandro Gonzalez Iñárritu y

Alfonso Cuarón y productores musicales como Gustavo Santaolalla (sonríe). Lo interesante es que, poco a poco, se logró generar un cambio de percepción en el público estadounidense, que creía que los latinos éramos todos como Ricky Ricardo (*N. de la R.: Nombre del personaje de marido cubano de la actriz Lucille Ball en la telecomedia de los años '50, Yo amo a Lucy*). Coincidió con una manifestación cultural muy estereotipada, que se centró en el arquetipo del salse-ro, del caribeño siempre festivo.

El lugar de influencia que ocupa, como latino, en dos industrias tan poderosas como la discográfica y la cinematográfica, ¿a qué lo obliga?

Soy totalmente conciente de que tengo un don, desde chico, que tiene que ver con la creatividad. Nunca imaginé que ganaría 15 Grammy, dos Oscar y miles de dólares. Pero algo que siempre supe, en mi interior, es que mi don consiste en poner mi creatividad en conexión con mucha gente. ¡Pero mucha, eh! Existe la percepción de que hago miles de cosas, pero son muchas más las que he dejado de lado. Y, siempre, con el objetivo de mantenerme fiel a mi misión: afectar a la gente positivamente.

¿Diría, entonces, que es un hombre feliz?

No estoy ni contento ni triste con quien soy. Estoy.

¿Qué dirían sus hijos si les preguntara si es feliz?

Dirían que soy un amargado o que estoy loco (se ríe). En realidad, me interesa que perciban que soy una buena persona. Cuando planeamos *De Ushuaia a La Quiaca*, con Gieco, nos propusimos crecer como artistas pero, antes, ser buena gente. Claro que uno se equivoca, la pasa mal, hace sufrir. Pero lo positivo se va acumulando. Y así, cuando llegás a mi edad, tenés la banca suficiente para no darte por vencido. ♦

CELESTE Y BLANCO

El año del Bicentenario sería la excusa ideal para que Gustavo Santaolalla cumpliera un sueño ambicioso, como tantos; vinculado a la identidad, como todos. Se trata de una colección, editada por su sello Retina, integrada por tres libros que, bajo el título tentativo de *100+*, listarían los trabajos discográficos esenciales del tango, el folclore y el rock de la Argentina, con biografías, entrevistas, información de contexto histórico y social. A ello se sumaría *200+*, una suerte de catálogo o mapa musical del país, incluyendo géneros tan diversos como jazz, pop, infantil, cuartetazo y cumbia villera.