

## Ana María Olabuenaga: vocación brutal hacia la emoción

Lucía Rivadeneyra/lrivadeneyra@terra.com.mx



uestra misión es pegar justo en el corazón dice en la sala de espera, del

segundo piso de un edificio pequeño, en donde va y viene gente, palabras sueltas y un murmullo de colores rojo, negro y blanco que, por supuesto, alteran y equilibran el calor del cuerpo. Es entonces cuando se olvida que hay que registrarse en el acceso; que deben verificar vía telefónica si hay una cita para una entrevista; que una identificación; que sí; que un momento; que su cita es a las doce; que se me hizo un poco temprano, pero espero... que pase. Luego un pasillo extraño que lleva hasta uno de los espacios más íntimos de una mujer: su oficina, su lugar de trabajo.

Con una frescura de espectacular, Ana María Olabuenaga recibe en "sus dominios" con una sonrisa. Puede advertirse que aunque apenas son las doce del día, la mañana ya ha sido agitada. Ventanales que dan al camellón Prado Norte, en las Lomas de Chapultepec, colaboran a iluminar más el rostro de esta mujer de cabello oscuro y ojos azules quien con blusa negra y jeans, ofrece un café en un tarro rojo grabado con la firma Olabuenaga-Chemistri.

Es la Emperatriz del Impacto Efímero, según Carlos Monsiváis. Es el parteaguas de los últimos años en la publicidad



Foto de Archivo fem

ENTREVISTA

Jems

en México. Es quien logró que todos supieran que hay gente "Totalmente palacio". Es quien recibe premios nacionales e internacionales por su labor en el mundo de la publicidad y anda en boca de todos y todas. Es madre. Es comunicóloga. Es una mujer que fuma y lee, que sonríe y busca palabras para sorprender y sorprenderse.

En el libro *Gritos y susurros*, que coordinó Denise Dresser, leí un texto que escribiste. Me gustó mucho porque, entre otras cosas, considero que está muy bien escrito. Y en la Universidad, independientemente de la formación académica, nos enseñan, a veces, a redactar, pero cómo fue que aprendiste a escribir, tienes muy buen ritmo y muy buena estructura. Cómo fue ese proceso.

Siempre quise ser escritora, de hecho mi especialidad es periodismo. Siempre pensé, siempre quise ser escritora, no sé si a ti... no, a ti no te pasa porque te dedicas a eso, pero a mí sí me pasó, de repente confundía el ser lectora con el ser escritora. Leía tanto que decía quiero escribir, en realidad soy muy buena lectora.

A la mitad de la carrera de Comunicación en la Universidad Iberoamericana dije voy a dejar la carrera de Comunicación y me voy a estudiar Letras. Sí, es una vocación importante. Realmente para mí, la literatura es una pasión, pero me di cuenta que no me gusta tanto analizarla, me gusta leerla y me hubiera fascinado poder escribir. Me acuerdo que decía Rilke, autor que me marcó, en Cartas a un joven poeta "cuándo sé si soy escritor, cuando no pueda dejar de serlo". Agradezco tu opinión, pero ese relato me costó un trabajo inmenso porque estoy muy acostumbrada, desde hace muchos años, a escribir textos cortos. Me encantaría ser escritora; la vocación de escribir la tengo desde niña, más que la vocación de escribir tengo la vocación de leer porque me lleva a decir ¿podré hacer esto que tanto



admiro? A estas alturas del partido me dije "entiende tus limitaciones" y por desgracia y con mucha tristeza tengo que decir que no soy escritora.

¿Qué recuerdos gratos tienes de tu etapa de estudiante?

La etapa de estudiante fue descubrir grandes pasiones, como pueden ser las letras. De repente, cuando uno sale de la preparatoria se pregunta ¿será correcto lo que voy a estudiar? Además, yo escogí una carrera demasiado ecléctica. Creo que debería enfocarse un poco más; me parece que ahora ya lo están haciendo, pero en nuestra época era demasiado ecléctica. De pronto yo decía por qué no estudié derecho, algo más concreto; sí me di cuenta que era el humanismo, que sí eran las artes un interés impor-tante, que sí eran las letras y para mí la etapa de estudiante a nivel universitario, fue la confrontación con todo tipo de gente de todo el país, de diferentes niveles socioeconómicos, con diferentes realidades, personas discapacitadas que ya te enfrentan mucho más a la vida. Eso para mí fue fundamental, tener un acercamiento con todo eso, para entender otras realidades diferentes a la mía, de niña del Distrito Federal, hija de refugiados españoles, etcétera, lo cual da una realidad muy sui generis, pero no

completa, y eso sí me dio la Universidad.

Tus iniciales son AMO, ¿Qué tanto amas y a quién amas?

¡Ay, Dios de mi vida! ¡qué pregunta!, sí se nota que investigaste... Ay, todo esa vocación hacia la emoción, todo es exacerbado... amo todo, las películas, desde las películas de Walt Disney hasta las más extremas que puedas imaginar, la gente, caminar por la calle, vivir en esta ciudad, poder salir de esta ciudad de vacaciones, regresar a la ciudad, el trabajo diario, mi hijo, mi esposo... todo, todo, todo, porque todo está exacerbado en esta vocación hacia la emoción y hacia la vida.

Comunicación, publicidad y política, ¿no es una combinación explosiva, un coctel?

Sí es un coctel, pero que dice un poco lo mismo. Estudié y ahí están las letras. Cuando estaba saliendo de la preparatoria, mi gran duda era derecho o comunicación. Tenía una gran duda porque me gustaba mucho la política, la sociología, parece que no estar al día en ese tipo de temas es no vivir en este mundo. Por eso estudié un diplomado en Ciencia Política y me sirvió muchísimo porque creo que es parte de la realidad, parte fundamental, forma la realidad y si no te dejas influir o si no puedes observar lo que está aconteciendo tampoco puedes trabajar en Comunicación. Si yo no entiendo qué está pasando con la gente, cómo siente, qué le molesta, qué no le molesta, qué les deja, qué no les deja hacer el gobierno; en qué nivel estábamos para podernos comunicar, cómo hemos cambiado. Te das cuenta que ha cambiado tanto la sociedad mexicana, la política mexicana, que por ende han cambiado todas las formas de comunicación. Es fundamental estar relacionándote con la calle, y parte fundamental de la calle, todos los días, es la política.

Cuentas que en algún momento estuviste en la "mira" de Francisco Labastida, para que lo apoyaras en coordinar parte de su campaña. Si Roberto Madrazo te lo propusiera ¿aceptarías?

No lo ha hecho. No sé, no he estado frente a esa problemática. No lo sé.

También comentaste que la política mexicana, la vida de los mexicanos es un poco como las novelas de Ágata Christie, en el sentido de que tiene finales que nadie espera, ¿cómo se llamaría la novela a la mexicana de Ágata Christie?

No tengo idea, ... además me preguntas cosas que ... yo no soy rápida como tú piensas, eso es algo que me gustaría aclarar, no soy rápida. Al contrario, le doy vueltas a las cosas, voy, regreso, vuelvo y otra vez y otra vez, corrijo, busco el adjetivo, lo quito, lo pongo. Creo que por eso me costó tanto trabajo escribir un texto largo. No soy de rápidas respuestas porque siento que estoy analizando todas las posibilidades, una de las cosas a las que te lleva la publicidad es a analizar todas las posibilidades de comunicación que tienes. Entonces no soy rápida en respuestas. Lo pienso y te lo digo.

¿Alguna vez has sido "víctima" de la publicidad?

A diario, a cada instante.

¿Qué compra una publicista?

Compro todo lo que a mí me parece que es relevante, porque estoy alerta de la publicidad, de todo lo que habla de un beneficio diferente. Estoy tan alerta de ello que en un momento dado sí me doy la posibilidad de probar. Si dicen que tal cosa, "ah, lo voy a probar", digo, y voy midiendo "entonces tienen razón en esto, en esto no", constantemente. Además por mi trabajo...

¿Es formación o deformación profesional?

En parte es una deformación y una formación profesional porque, evidentemente, estoy todo el tiempo viendo las opciones de productos que hay, para sugerirle a mis clientes, para ver qué está funcionando, qué no está funcionando, qué le gusta a la gente, que no le gusta, entonces compro; claro, no puedo comprar todo. A lo que me refiero es que sí estoy muy consciente del consumo y estoy muy alerta de los productos y las necesidades de la gente.

¿Hay algún momento en que te hayas descubierto comprando algo, a partir de un anuncio, es decir, que hayas caído en la tentación sin darte cuenta?

Creo que de eso se trata la publicidad. La publicidad, por lo menos la publicidad como yo la veo, trata de manejar emociones que al final del día te relacionen emotivamente con un producto porque, además, pienso que la gente no se puede relacionar con cosas, no nos podemos relacionar con cosas, siempre le damos un pedacito de vida a las cosas, por eso es que darle personalidad, darle emoción a productos inanimados es parte de la labor del publicista. Entonces, te das y no te das cuenta, de pronto dices "ay, me cayó tan bien este producto", tienes como buena voluntad a un producto, te cae bien la Coca cola o la Pepsi.

Depende cuál sea tu personalidad, tiene eso que te jala, no es que no me dé cuenta, todos nos damos cuenta de lo que compramos o dejamos de comprar. Lo que sí pasa es que tienes una emoción, dices "ay, a lo mejor yo no como siempre frijoles, no es algo que coma diario, pero me cayó tan bien la publicidad que los voy a probar". Lo haces un poco consciente, pero hay una emoción, de eso es de lo que no te das cuenta, de que hay una emoción. No es racional la compra, es emotiva y ésa es la diferencia. No es

que no pase por la razón. Es la parte emotiva lo que te jala hacia la compra Y sí, muchas veces me ha pasado que la comunicación me gusta tanto, que me hace pensar, que me hace sentir mejor hacia un producto o un servicio, y lo favorezco en mis decisiones. Sí, sí me ha pasado, pero así funciona siempre.

Casi un lugar común es preguntarte sobre el ser "totalmente palacio", pero qué pasa con la contraparte. Ésa es una publicidad que va dirigida a cierto sector de la población, pero cómo se piensa en el otro sector que no es totalmente palacio, cómo se piensa en la gran masa, en los "simples mortales".

Creo que tienes que tener la capacidad como comunicadora, publicista o en cualquier nivel, de ponerte en los zapatos de cualquier persona. Yo, en alguna parte, puedo ser totalmente palacio, acceder a esa tienda; pero en otra, también soy una mamá que tiene sus problemas. Y vivo en esta ciudad y tengo unos problemas y también tengo padres de 70 años con ciertas consideraciones y tengo una hermana y toda una realidad que me hace ser como cualquier persona en diferentes situaciones. Soy igual que todas las mamás, que todas las hermanas, que todas las hijas, igual que todas las mujeres que trabajan. En



Foto de Archivo fem

un momento dado te pones en esos zapatos; y, yo por ejemplo, contigo, seguro comparto muchísimas cosas, a lo mejor no compartimos otras, pero el hecho de estar trabajando, de tener una vida privada, todo eso lo compartimos.

Te juro que si nos ponemos a

Te juro que si nos ponemos a platicar tenemos una coincidencia brutal... te puedo asegurar que tenemos coincidencias. Todas las madres tenemos la conciencia de amar a nuestros hijos, de preocuparnos porque tenemos que salir a trabajar, dejarlos solos en una guardería o en donde sea, en eso coincidimos ¡todas! las mujeres, todas las mamás de México, de cualquier nivel socioeconómico, a lo mejor no nos alcanza para una guardería pero lo dejamos con una vecina, en eso coincidimos todas a nivel emocional, todas.

Ahí entra una campaña que le tocará a otro nivel...

Claro, si estás hablando de El Palacio de Hierro hablas de una tienda departamental y los productos que ahí se venden; pero, si estás hablando de una pasta de dientes o de un jabón, en ese momento ya estás hablando a un grupo mucho más amplio, probablemente sí de mujeres que van a comprar ese producto y entonces haces la referencia de por qué se quiere la pasta de dientes, qué significa la pasta de dientes, qué estoy buscando en una pasta de dientes y estás hablando mucho más en general, de qué sabor tengan en la boca los hijos, que no tengan caries, que se vean bien, darle lo mejor a mi familia. Le estás hablando a un rol de mujer que es proveedora de la casa.

El Palacio habla de un rol de mujer, yo, mi misma, mis necesidades de sentirme atractiva, de sentirme bien... Hoy mismo leía en el periódico, mira, sólo 4 por ciento de las mujeres se siente bien con ellas mismas, con su imagen, sólo el uno por ciento se



considera más atractiva que el promedio. Yo te aseguro que no es cierto, son muchísimas más. ¡Cómo nada más el uno por ciento, no es cierto, no es verdad, pero esto te refleja cómo nos sentimos las mujeres, cómo podríamos estar mejor, esa es una preocupación. ¡Viene en la primera plana del periódico!

¿Cuál ha sido tu experiencia con la maternidad?

Lo más importante que me ha pasado en la vida. Sé que sueno cursi, pero cuando hablas de estos temas no puedes dejar de serlo y hasta cierto punto a uno le tiene que dar igual la opinión de los demás al decir que esto es cursi. Creo que sólo una mamá lo puede entender. ¿Tú eres mamá?

Sí.

Es lo más importante de mi vida. La responsabilidad más grande, el miedo más grande, el amor más grande. A mí me parece que es un amor que hasta duele. Yo sólo tengo un hijo, pero duele tanto, amas tanto. Tengo una teoría elaborada: creo que las mujeres a veces buscamos tener dos o más hijos, porque dices "no puedo con tanto amor, no puede ser, es demasiado, lo tengo que partir por lo menos en dos pedacitos, fragmentarlo

por lo menos"; a veces, no soportas un amor tan grande. Creo que viven más tranquilas las mamás que tienen dos hijos. Es que son toda tu vida, son todo. Te aseguro que en este momento que está en el colegio uno se pregunta qué estará haciendo.

Es un sentimiento demasiado grande y aunque haya buenos padres, pienso que la mayoría no lo viven igual que las mujeres porque las mujeres lo vivimos mucho más fuertemente. No es lo mismo, hasta a ellos les sorprende ese profundo volcarse hacia ellos, y tengo un esposo que es excelente padre, tengo amigos que me dicen que es increíble como papá, y de todas maneras no lo vive como yo. Hablo de eso y se me cierra la garganta.

Cuando nacen cambia todo, ¿Se alteró mucho tu vida profesional?

A ti te habrá pasado, las mujeres como que de repente hacemos clanes y de repente te dicen "¿y vas a seguir trabajando?" o lo dicen familiares, la mamá o una tía "¡cómo!, ¿vas a seguir trabajando? Casi todas las mujeres preguntan eso, y lo preguntan como si las que trabajamos fuéramos desobligadas. Siento que es igual de difícil que no hacerlo, se vive igual. Supongo que las mamás que están todo el día con sus hijos -que las envidio y me parece maravilloso tener esa posibilidad-, también han de vivir su propio enamoramiento y sus propias crisis, pero las que trabajamos tenemos una parte muy dolorosa, al decir "tengo que salir a trabajar", o "dónde estará" o que te hablen y digan "se pegó en la frente o fíjate que dijo tal". Bueno yo no estuve cuando mi hijo habló por primera vez, a mí me lo dijeron. Son cosas que sí duelen mucho y de repente dices soy mamá free lanz.

Las que trabajamos lo compaginamos mal. Todas lo hacemos mal y al mismo tiempo lo mejor que podemos y lo hacemos al día. Hoy

13

pude llegar a comer a la casa, hoy estuve con él, fue un día bueno. Casi como un alcohólico "sólo por hoy". Hay veces que tengo que trabajar toda la noche. Hoy así fue, mañana trataré de que sea distinto. Suena muy melodramático, quizá por mi vocación hacia el melodrama, pero sé que las mujeres que están en nuestra situación lo entenderán. Vivirlo es otra cosa y si no que me lo cuenten y que te lo cuenten. Qué tal ahorita que te aventaste dos meses con las vacaciones, que tenías que ir a trabajar... por mucho curso de verano que haya...

Es la vida que les podemos dar, es lo mejor que les pudimos dar, es nuestra historia. Te aseguro que a ti te pasa. Hace veinte años ésta no era mi vida. Me había hecho una historia rarísima de mi existencia. Pero ésta es la vida que me tocó. Ésta es la realidad, es lo mejor que le puedo dar. Soy la madre que le tocó a mi hijo buena, mala, pero te juro que hago lo mejor que puedo. Es nuestra historia.

Y no me imagino sin él, no puedo concebirme sin él. Ya tiene nueve años.

Creo que la poesía tiene que ver con la vida entera. Hay muchos poetas que han vivido de la publicidad. El poeta Francisco Hernández llegó a decir "Los poetas me desprecian por publicista y los publicistas por poeta". Tienes a algún poeta en especial que te guste, a qué poetas acudes.

Soy más de poemas que de poetas. No conozco a muchos poetas que se hayan dedicado a la publicidad o no me acuerdo... Sí, claro, Raúl Renán, Jomí García Ascot, el mismo Francisco Hernández. Sé que García Márquez y Fernando del Paso...

¿Y de novelistas?

Soy más de novelistas: Nabokov, evidentemente Faulkner, me parece sensacional; Wito Gombrowicc leí un libro que se llama *Pornografía* y no tiene nada que ver con la idea que se

tiene de pornografía. Es un tipo muy, muy inteligente. Tengo una debilidad brutal por el que estuvo a punto de sacarme de la carrera para irme a estudiar letras, fue Joyce, es aburridísimo, es pesado, pero yo me fui a la parte de desencriptar sus textos, para encontrar todo. Dicen que los universitarios manejamos alrededor de siete mil palabras para comunicarnos, dicen que Joyce que es el escritor más erudito, más que Shakespeare, llegó a manejar veinte mil palabras. Joyce maneja el lenguaje por oído, y yo me dediqué a desencriptar sus textos. Me gustan mucho los autores norteamericanos. Los mexicanos no mucho.

¿A qué hora lees?

Generalmente me despierto muy temprano. Los sábados y domingos me despierto como a las seis y media y leo hasta las nueve o diez...

Actualmente, si un libro no me gusta lo dejo... la primera vez que lo hice fue con...; García Márquez! con El general en su laberinto de pronto dije "no, ya no te aguanto, ;pero no puedo dejar un libro de García Márquez!... o ¿si podré?... Y lo dejé".

¿Fue toda una provocación?

Sí, y lo dejé, lo dejé a la mitad y de ahí en adelante he dejado varios libros que digo, "no, ya no soporto...".

Decía Borges "ya dará con su lector".

Sí.

Sé que una de tus novelas favoritas es La región más transparente, de Carlos Fuentes, cuál es la región más transparente de Ana María.

No quisiera hacer el símil con Carlos Fuentes porque me parece que el título de la novela es muy afortunado, ¡La región más transparente para una ciudad como ésta! Es un título, además de afortunado, muy crítico; entonces, si me voy con cuál es la región más transparente de mí, podría ser cuál es mi corazón, qué tengo más contaminado, dónde se me tejen más arañas. Te podría contestar que lo que siento, como la parte más importante para mí es el corazón, los valores básicos de la vida. Soy hija de gente muy simple, muy sencilla, mi abuelo era pastor, mi abuela fue sirvienta, vengo de una familia muy sencilla. Los valores fundamentales para mí son lo más importante. Trato de ser lo más honesta posible y actuar con la mayor garantía posible.

Otra de tus novelas predilectas es La insoportable levedad del ser de Kundera, ¿cuál es la insoportable levedad de ser Ana María Olabuenaga?

Déjame explicar por qué Kundera. Representa mucho a mi generación, era como el autor del momento que, luego, a la distancia, ya tenemos cuidado al decir si era tanto o no. Pero nos marcó muchísimo, leí todo de Kundera, hasta ese momento. Más adelante empecé a encontrar huecos. A todos nos pasó eso. La insoportable levedad de mi ser es una vocación brutal hacia la emoción. Me gana muchísimo la emoción, más de lo que yo quisiera, eso creo que es lo más leve o lo que arrastra todo. Es incontenible, inmanejable, insoportable... de repente.

De ese tema he hablado muchísimo, bueno, tengo un billboard que dice que las mujeres no podemos evitar llorar. La insoportable levedad de mi ser es una vocación hacia la emoción desgarrada, no sé si a veces raya en el melodrama, pero creo que eso es.

Al aseverar lo anterior, la mirada azul de Ana María Olabuenaga delata intensidad. Sus brazos y manos refuerzan sus palabras. La luz de su oficina ilumina su emoción sin publicidad. Es un lujo atestiguarlo.

ENTREVIST