

VIVIR DEL ROCK



LA MÚSICA Y LA INDUSTRIA MUSICAL EN UNA NOTA SIN RESPUESTAS ABSOLUTAS, PERO CON DOS ACERCAMIENTOS PARA PENSAR EL UNDER (Y EL NEGOCIO) DE HOY.

Además

Simón Basta!

Streaming bajo la lupa

La muerte de la FM

Brancaleone

Motivos olvidables

DALE Fanzine #13 - Abril 2015

Distribución gratuita

DALE
fanzine

NO
SOMOS BUENOS,
SOMOS
vuenoz®

Agenda de salidas

vuenoz.com

f/vuenoz @vuenoz_

18 años online / 21.000 artistas / 11.000 discos
18.000 letras / 19.000 fotos / 1.100 videoclips

om.ar - El website de x +

www.rock.com.ar

Rock.com.ar
del rock en la Argentina

EN ESTA NOTA NO HAY RESPUESTAS, PERO SÍ DOS CHARLAS INTERESANTES CON DOS QUE LEEN LA MÚSICA Y LA INDUSTRIA MUSICAL QUE NO SIEMPRE SON LO MISMO— DESDE LADOS DISTINTOS, PERO AMBOS AJENOS A LOS EGOS, AL CHANTAJERÍO Y A LAS FALSAS FÓRMULAS DEL ÉXITO.

TEXTO
FRANCO CIANCAGLINI
FOTOGRAFÍA
LUIS HERNÁNDEZ
IGNACIO YUCHARK



¿SE PUEDE VIVIR DE LA MÚSICA?

Uno es Esteban Agatiello, tecladista de Richter, una banda con más de 15 años en el under. Agatiello es parte de la comisión directiva de la Unión de Músicos Independientes, donde se acercó por el 2007 para entender cuestiones legales y técnicas de la industria musical. Ayudado por su profesión de abogado, sistematizó toda una gran cantidad de información dispersa sobre ese asunto y terminó por convertirse en un especialista y referente del tema del "negocio de la música".

El otro se llama también Esteban, de apellido Prieto, y es el creador de la distribuidora

independiente Universo, una alternativa barata y confiable para hacer llegar discos, afiches y tener presencia en las rockerías. Con sede en Villa Crespo, Universo reúne a más de 140 bandas y artistas que la viven peleando.

Con estos termómetros, los Estébanes plantean tendencias, lecturas, avances, retrocesos y nuevas preguntas que nos permiten pensar el under hoy. Pero sobre todo, de lo que saben es de trazar lo que llaman "una pista de despegue" para que sea la música, y nada más que la música, la que empiece a volar.

¿Por dónde empezar?

La era digital, la crisis del 2001 y la tragedia de Cromañón son quizá los hitos de la historia reciente que nos permiten pensar en una década rockera con nuevas características. Esteban Prieto arriesga que, antes, el negocio estaba concentrado en pocos nombres y medios: "Básicamente, el capo era Pergolini y la Rock&Pop difundía únicamente a las bandas que estaban metidas en ese circuito. La función que tuvo antes, cuando surgieron Los Redondos o La Renga, que era hacer masivas bandas copadas, no existió más". Por otro lado, también suma el rol que supo cumplir el



Esteban Agatiello, tecladista de Richter, abogado de la UMI.

suplemento Sí! de Clarín, que también se dio vuelta: *“Lo que era un diario universal de rock que todos miraban se transformó en un medio que te cobraba una fortuna por un aviso, en la agenda no te daban bola, las notas empezaron a decaer. Esas dos cosas destruyeron lo que era la difusión real rockera, y fue un golpe durísimo para todo el under”*.

Por su parte, Agatiello dice que por esos años los músicos *“buscaban el contrato con la discográfica y meter el disco en Musimundo”*.

Son cuestiones diferentes: uno habla del circuito, el otro del

lado del músico, y entre las dos se va cerrando el círculo de negocios, ilusiones y realidades. El segundo golpe fue el 2001, donde las pretensiones de eso llamado *“vivir de la música”* parecían un mal chiste. Y luego, el nocaut de Cromañón.

Resurgir de las cenizas

Para Richter, la banda de Agatiello, fue natural dar la pelea: recién estaban empezando; formaban parte de una nueva camada que podía aprender de nuevo. ¿Cómo? La creación de la Unión de Músicos Independientes significó para

algunas bandas un faro en esa oscuridad: había, al menos, dónde juntarse y pensar ideas colectivamente.

Así fue que Esteban se acercó para *“entender mejor cuestiones que hacían a mi actividad como músico”* y, ante la falta de todas las respuestas, como buen ejercicio colectivo, encaró el trabajo de responderse a sí mismo. Quizá, o seguramente, alguien tuviera las mismas dudas. *“Es a través del trabajo colectivo que uno va aprendiendo y después puede profundizar. Lo que antes era un enunciado, por ejemplo el trámite de cobrar en Sadaic, después se vio en profundidad. Uno iba y repetía mecánicamente el proceso, pero nunca nos habíamos preguntado por qué así, y si había otra manera”*. Esteban no lo dice, pero esas cuestiones significaban plata, aunque sea unos pocos pesos. En la crisis, todo sirve.

Por otro lado, paralelamente, la distribuidora Universo compartía en su página web otro tipo de informaciones que incumbían a las bandas: *“radios que no cobran por pasarte, dónde no conviene tocar, dónde sí conviene, etcétera”*.

Agatiello analiza: *“Lo de las bandas hablando entre sí es bastante novedoso; antes no pasaba. Seguramente tiene que ver con la mentalidad de los ‘90s: cada uno en la suya, no avivemos giles...”*. La premisa es interesante: de una crisis, parece, se sale junto a otros. *“Cuando a más bandas les vaya mejor, les va a ir mejor a todos.*

Yo siempre pongo el ejemplo del deporte: no hay un equipo que gane millones y el otro, nada de nada. Cuando crece un deporte, crece todo junto".

La distribuidora Universo siguió inventando alternativas colectivas: repartían compilados de las bandas distribuidas para que el vendedor tuviera algo que mostrar, realizaban recitales conjuntos y hasta comandos de graffitis callejeros para instalar los nombres de las bandas...

Mientras unos agitaban, otros desde la UMI crearon una usina para profesionalizar las bandas: Esteban Agatiello, que como músico ostentaba el título de abogado, dio el puntapié: *"Si no entendés tus derechos, tus obligaciones, si no entendés el negocio, hacen el negocio con vos. Después, habiéndolo conocido, uno puede abandonarlo: el que no quiere tocar en vivo, o que no quiere grabar. Esas son decisiones, pero que sea consciente, porque sabés qué es cobrar y qué es no cobrar. El problema es que en general las decisiones se toman desde el desconocimiento".*

La música, como cualquier otra actividad, está regulada por leyes, decretos, códigos y se transparenta en contratos, sociedades y seguros. Lo que hizo Agatiello fue crear un curso llamado "El negocio de la música" para contar eso, pero no desde el sentido marketinero. Para dar una idea, en el curso se analizan más de veinte contratos que hacen al circuito.



Esteban Prieto, guitarrista de Cielofinal, responsable de Distribuidora Universo

¿Esto también es música?

El otro Esteban, que nada tiene que ver con esto, es el que contesta: *"La banda independiente es una pyme. Necesitás gente para moverte, para laburar: ponele, 20 personas. Entonces una organización tiene que haber. No es 'nos tomamos una birra y hacemos lo que pinte'".* Agatiello, en algún lugar de Almagro, completa su idea: *"El camino para vivir de la música es arduo; más si uno no hace covers de Arjona. Cuando las decisiones son netamente artísticas lo que termina pasando es que es difícil sostener económi-*

camente el proyecto. No digo que sea imposible: es difícil". Hace un silencio, y aclara que lo que sigue, y lo anterior, y todo, no lo dice desde el lugar de un catedrático, sino desde su experiencia como músico. *"Cuando uno dice 'tal banda llegó', ¿qué significa? 'Llegué' es un concepto que inventó no sé quién. ¿Los Beatles a dónde llegaron? Es filosófico el planteo. Lo otro es práctico: hay un lugar donde arrancás, que es todo lo que venimos hablando. Hay pista de despegue; no de aterrizaje. En el pleno vuelo es aprender a disfrutar de ese vuelo, que creo que es lo central".*

Agatiello termina la reflexión saliendo de esos sinónimos, hacia donde le gusta a él: los ejemplos de la vida real. *“Cuando un músico dice: ‘¿para qué vas a ir a Córdoba a tocar?’. Bueno, si no te gusta tocar, es un problema. Nosotros fuimos a Salta, tocamos una hora y volvimos; jamás me preguntaría si vale la pena hacerlo. El hecho que me gusta tocar ya vale la pena”.*

La sensación es que aunque las bandas tengan ese gesto, hay otros –que no son precisamente músicos– que sí hacen el negocio: *“Exactamente. Lo que hay que ver es conocer cómo funciona ese negocio. Cuáles son mis derechos, lo que puedo ceder y lo que no puedo ceder. Esto se nutre de la experiencia propia y ajena, y hay que saber capitalizar la experiencia ajena”.* En un bar por Chacarita, Esteban Prieto de Universo cuenta cómo se puede pensar el negocio desde otro lado, sin cagar a nadie: *“Con Internet la venta de discos decayó muchísimo. Entonces las distribuidoras, que vivían de un porcentaje de la venta, no pudieron mantener su estructura. Nosotros lo que hicimos fue cobrar un abono fijo (muy accesible: en 2008 eran 50 pesos, hoy son 90) y no trabajar con comisión sobre la venta. Lo que se vende va para la banda: no dependemos de que la banda venda discos o no”.* De 140 bandas, cuántos discos se venden: *“10, 15 bandas en disquerías, y 50 se venden por Internet”.*

La idea de que se venden más discos por Internet, incluyendo la posibilidad de escucharlo gratuitamente, sigue hablando del objeto fetiche del disco y también de que la gente no se mueve mucho. ¿Cuánta justicia falta en el negocio de la escucha por Internet? Agatiello: *“Youtube, Spotify pagan de a centavos, pero no importa: hay algo, antes era nada. Pero la verdad, no alcanza. Entonces el músico tiene que poner su energía concreta en el vivo, en el show”.* Si bien la viralización sirve, el primer encuentro –parece– tiene que ser carnal. *“Entonces el músico tiene que poner su energía concreta en el vivo, en el show. El show es el lugar donde el músico se da a conocer, porque tal vez no tiene los medios para que sus temas suenen en radio o televisión, pero sí tienen la posibilidad de tocar en vivo y el que lo conocía, le gusta un poquito más, y el que no lo conocía, le guste”.* ¿Cómo se arrastra gente a los shows? Prieto de Universo, que fue cantante y guitarra de Cielo Final, piensa en la prensa y en la publicidad: *“Antes el disco pasaba de la banda a la distribuidora, de la distribuidora a la disquería y nadie se ocupaba de darle difusión. Las bandas terminaban endeudadas: siempre fue carísimo grabar, no teníamos mucha plata, había que hacerlo a pulmón y hasta sacar créditos. ¿Qué pasaba? No te guardabas 5 lucas para promocionar el lanzamiento, llegabas justo. Y a la gente le*

tiene que llegar la música de alguna manera”. Hoy son más las bandas que eligen trabajar con manager, prensa y difusión, como un equipo aparte que rema para el mismo lado y sabe hacerlo de manera profesional. *“Hoy el músico es más consciente de lo que implica desarrollar una carrera artística, ya no está en la búsqueda del contrato. Hay conciencia porque hay más posibilidades. Hay búsquedas digitales, por un lado, y por otro tener claro que hay que tocar en vivo. Las bandas grandes hacen 60-100 shows al año. Todas tienen que hacerlo”.* Entre esas “más posibilidades” el músico de Richter celebra el logro que significa la Ley de Medios para la música independiente: *“Creo que sólo 20 países en el mundo dedican un porcentaje a la música nacional, pero somos los únicos que además obliga a pasar música independiente”.* La Ley estipula que toda radio comercial pase al menos un 15% de música nacional independiente. ¿Se cumple? *“Se ha ampliado ya el arca de la cuota independiente. Ahora falta luchar por su total implementación”.* Después de este largo ejercicio de memoria histórica, lectura de presente y proyección al futuro, Agatiello resume: *“Seguro estamos mejor que antes. Hay que seguir luchando, creando alternativas y tocando”.* □



CDs
 DVDs
 Libros
 Remeras
 Entradas

DISQUERIA
MUSICSHOP
www.disqueriamusicshop.com

Venta online | Envío a todo el país
 Sabemos de música



**CLUB
 TU
 CU
 MAN**

R. Baranda 941 - QUILMES
 @clubtucuman@hotmail.com
 @clubtucuman



Cerca de la Revolución

El programa de Rock.com.ar que se emite en más de 200 radios de todo el país

Lo mejor del rock argentino, entrevistas, rescates y todas las novedades

Descargalo libre y gratuitamente desde
www.cercadelaolucion.com.ar

d-rock!
FM 89.7
el rock en mar del plata somos nosotros



punto de encuentro

libros y alpargatas / mate y bizcochitos /
 dvds y dulces / remeras y empanadas /
 carteras y revistas / zapadillas y cds / bijou
 y detergente / ropa y berenjenas de diseño /
 yuyos y videos ecológicos / camisas y café
 con leche / tostados y sandalias / silencio
 y palabras / camisolas y media lunas /
 comida casera y económica / ideas y
 acciones / productos de fábricas sin patrón /
 música y poesía / proyecciones y recitales
 / actividades con entrada libre y gratuita

lavaca

Lunes a viernes, de 10 a 22
 Hipólito Yrigoyen 1440
www.mupuntodeencuentro.com.ar / www.lavaca.org



am 870 Nacional
 La Radio Pública

DONDE VIVE LA RADIO

DALE
revistadale.com.ar



spotnetwork
www.spotnetwork.com

Diseño y planificación de sitios web
 Actualizaciones y mantenimiento

Desarrollando contenidos online desde 1995

PAUTÁ ACÁ
clasificados@revistadale.com.ar

EL STREAMING BAJO LA LUPA

LA COMISIÓN EUROPEA ESTÁ INVESTIGANDO LOS ACUERDOS QUE APPLE CERRÓ CON LOS SELLOS PARA ESTUDIAR UNA POSIBLE COMPETENCIA DESLEAL.

No sería la primera vez que un gigante establece determinados acuerdos que son considerados desleales para la regulación europea: las autoridades están analizando si la empresa que comanda Tim Cook está limitando a los rivales que ofrecen música en forma gratuita.

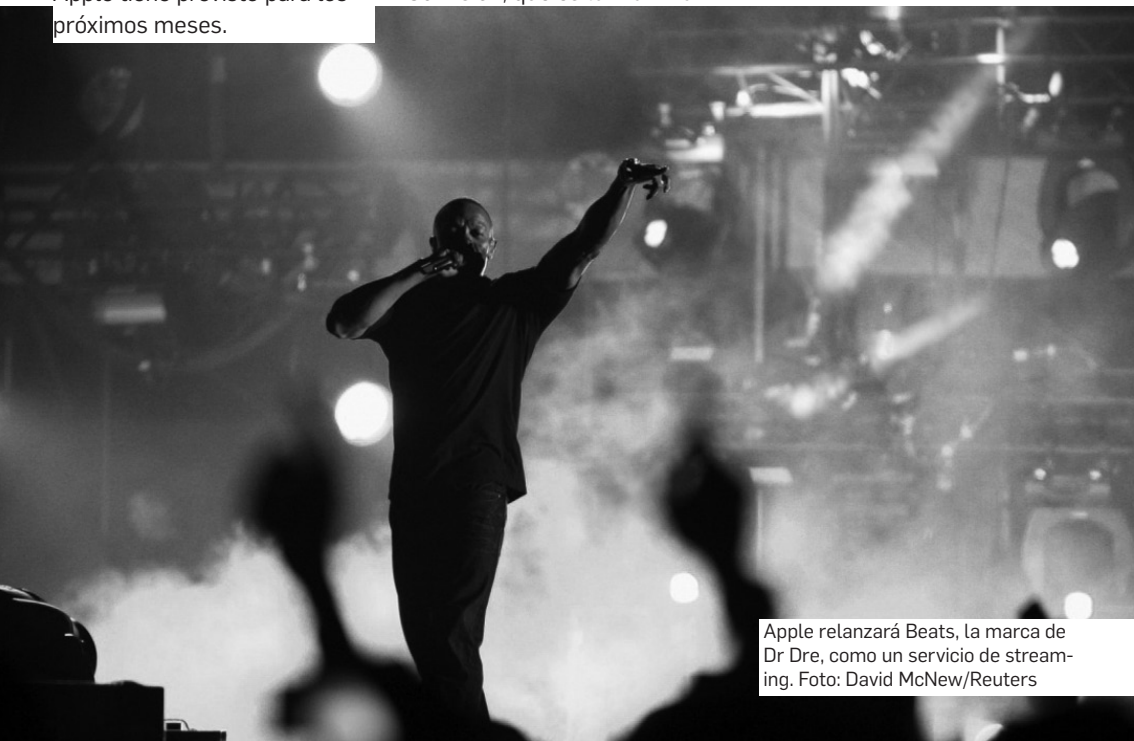
Esta investigación se adelanta a una movida clave: el relanzamiento de Beats como un servicio de streaming que Apple tiene previsto para los próximos meses.

Según informó el periódico Financial Times, la Comisión estaría preocupada por la intención de Apple de aprovecharse de su masa de usuarios y de su influencia para conseguir que los sellos (sobretudo, los más débiles) abandonen a sus rivales para firmar contratos de exclusividad. En el primer mundo, éstas acciones pueden ser consideradas desleales y otras empresas del rubro, como por ejemplo Spotify, se defenderán a muerte para mantener su catálogo.

En esta primera etapa de investigación se está recopilando información. Pero si esta Comisión, que es la máxima

autoridad antimonopolio de la UE, encontrara alguna irregularidad, podría requerir cambios en las prácticas de negocios e imponer fuertes multas, según informó el periódico.

Vale recordar que el año pasado Apple recibió una multa de 450 millones de dólares por conspirar para aumentar los precios de libros electrónicos. Apple compró Beats Music, una compañía fundada por el magnate de la grabación Jimmy Iovine y el rapero Dr. Dre, por \$3 mil millones el año pasado. □



Apple relanzará Beats, la marca de Dr Dre, como un servicio de streaming. Foto: David McNew/Reuters

LA MUERTE DE LA RADIO

NORUEGA ANUNCIÓ QUE APAGARÁ TODAS LAS TRANSMISIONES FM EN 2017, PARA SER REEMPLAZADAS POR UNA SEÑAL DIGITAL.

El comunicado está firmado por el Ministro de Cultura del país nórdico y marca el comienzo de una era que ya se venía vaticinando: la radio dejará de existir tal como la conocemos. Noruega se convierte así en el primer país del mundo que inicia formalmente la transición definitiva desde la señal analógica hacia las transmisiones digitales. El panorama por delante es mucho más prometedor: más canales, mejor calidad sonora y muchas más posibilidades de diversidad.

La fecha histórica fue fijada para el 11 de enero del 2017: ese día no habrá más frecuencia modulada en el éter noruego y será sustituida por la señal digital DAB+. Es que más allá de los efectos nostálgicos, se trata de una mejora que beneficiará a los usuarios, ya que el nuevo sistema utiliza el espectro electromagnético de

manera mucho más eficiente que la señal FM y, al reducir la cantidad de datos que pasan a través de la banda, se *hace espacio* para nuevos canales. Técnicamente, donde ahora *entran* 5 canales analógicos se pueden transmitir 22 canales digitales.

Pero no son todas buenas noticias: la señal DAB+ no es compatible con los receptores clásicos. En otras palabras, esos aparatos se volverán obsoletos y deberán ser reemplazados por nuevos

dispositivos. Noruega tiene una población de 5 millones de personas y se estima que cerca de 8 millones de aparatos deberán ser reciclados.

No es casualidad que Noruega se convierta en un precursor en la materia: según un estudio, el 56% de los oyentes ya escucha diariamente radio en forma digital, ya el 20% de los autos están equipados con receptores digitales y el 93% de las radios comerciales emiten por DAB+, una tendencia que comenzó en el año 1995. □



DALE
fanzine

Dale es una publicación de Fundación Tribu Tierra
ISSN 1853-5941

Dale Fanzine #13 - Abril 2015

Esta revista llega a vos gracias al trabajo de Catriel Remedi, Franco Ciancaglini, Franco Daney, Ignacio Yuchark, Lucas Seoane, Nancy Hougham, Tatiana Daniele y Diego Gassi.

Editor responsable: Diego Gassi
Foto de tapa: Luis Hernández



Contacto comercial
info@mediabrokers.com
(011) 4861-1721




AreCIA
ASOCIACIÓN DE REVISTAS
CULTURALES INDEPENDIENTES
DE ARGENTINA

SIMON BASTA!

TE DEVUELVE LA SONRISA

LA BANDA DESPIDIÓ SU SEGUNDO DISCO Y YA ESTÁ TRABAJANDO EN LO QUE SERÁ SU PRÓXIMA PRODUCCIÓN INDEPENDIENTE.

TEXTO
NANCY HOUGHAM
FOTOGRAFÍA
GENTILEZA DE LA BANDA

"No planteamos tantas sorpresas o invitados, sino que el show le vuela la cabeza a los músicos y las personas".
Santiago Corral

Sos uno de los fundadores de la banda.

Santiago Corral: Sí, junto a Toti (el cantante) con el que tiempo atrás volvíamos de un cumpleaños y surgió la idea

de tocar nuevamente. Empezamos a ver los temas que teníamos y convocamos a los músicos que nos cerraban. El planteo de Simón Basta! de 2006 claramente fue muy diferente al de 2015.

Y ya van por su segundo disco de estudio.

Santiago: "Obstinado" lo grabamos en 2013 en el estudio



REC y el técnico de grabación fue Nicolás Persig. Gran amigo nuestro y bajista de De la Gran Piñata. Por otra parte, nuestro productor fue Alejo Urbani, amigo y bajista de Brancaleone. Confiamos muchísimo en su criterio y la grabación en sí fue rápida y sencilla. Aprendimos de "Desperté", porque aprender de los errores es lo que lo hace mejor persona a uno, y en este caso, mejores músicos.

¿Cómo están desarrollando la gira "Despidiendo Obstinado"?

Santiago: Lo que tratamos de hacer es, si bien ahora estamos terminando de presentar "Obstinado", darle una vuelta de tuerca a los temas de "Desperté" y que la gente que se va sumando también se enganche. Se cierra un ciclo, pero a su vez estamos defendiendo lo que hicimos antes. En la última fecha precisamente ya presentamos algo del nuevo material que saldrá prontamente. Lo que planteamos es una apertura de año completamente diferente, con una estética un poco más oscura. Una fecha más rockera y sencilla, pero generando siempre esa conexión entre la banda y la gente. No planteamos tantas sorpresas o invitados, sino que el show le vuele la cabeza a los músicos y las personas.

¿Cómo es la interacción con el público?

Santiago: Tenemos una excelente relación, tanto arriba como abajo del escenario. De hecho, a nosotros nos gusta mucho jugar al fútbol y comer asado, por eso si alguien viene y me dice: "¿Santiago querés jugar al fútbol?" yo le respondo: "Vamos a jugar, Simón contra quien quieras". Eso genera una sal y pimienta muy rica en el show porque la gente sabe que somos personas sencillas y no tenemos muchas vueltas.

¿En qué etapa se encuentra el disco nuevo?

Santiago: En este momento nos encontramos ensayando bastante y el material será 100% nuevo. Después pasaremos a la etapa de pre-producción, que probablemente sea en julio. Quizás lo que varíe entré "Desperté" y éste sea el estilo y los colores que se le van a ir agregando. A veces aplicar sencillez aporta más que algo muy complejo.

Te referís a buscar crudeza en vez de tantos efectos.

Santiago: Totalmente, hay dos ejemplos clarísimos que son Salta La Banca y El Bordo. El año pasado hicieron discos muy buenos e iría un poco por ese lado la idea de la banda.

¿Cómo definirías a Simón Basta! hoy?

Santiago: Comparándola con nosotros mismos, mucho más madura, estable y divertida. A su vez, es un poco más oscura que hace dos años.

¿Se puede vivir de la música?

Santiago: Lamentablemente, uno trabaja para poder mantener a la música. □



Descargá los discos desde
www.simonbasta.com.ar

BRANCALEONE VA POR SU QUINTA GEMA

CON UN SONIDO AUTÓCTONO, CUYA FUSIÓN DE GÉNEROS LE PERMITIÓ RECORRER GRAN PARTE DE LOS ESCENARIOS MÁS IMPORTANTES DE ARGENTINA Y MÉXICO, LA BANDA DE BUENOS AIRES DESPIDIÓ FORMALMENTE "INSOPORTABLE".

TEXTO
NANCY HOUGHAM
FOTOGRAFÍA
GENTILEZA DE LA BANDA

Estrenaron el video "Bobo del Campo", primer corte de lo que será el quinto disco.

¿Dónde lo realizaron?

Martín: Este video lo hicimos en 9 de Julio y la canción la escribí el año pasado en el marco de los 150 años del pueblo. Es el lugar donde vivo actualmente y en el que pasamos muchos momentos lindos, pero la idea inicial fue que el adelanto del disco tuviera alguna imagen. Contratamos a una productora local y decantó en un video clip.

¿Por qué eligieron ese tema como corte?

Martín: Trabajamos con Alejandro Vázquez para este último disco y él sugirió que sería un buen primer corte, ya que lleva los colores de Branca en su fusión de folclore y rock.

Es la primera vez que trabajan con Ale Vázquez.

Martín: Sí, de hecho estuvimos

tres años laburando por nuestra cuenta y nos juntamos con él para ponernos de acuerdo en cómo seguir. En seis meses, y luego de varias reuniones, logramos armar todo.

¿Son composiciones nuevas?

Martín: Son todas nuevas, excepto "Balada para un loco" que no es nuestra pero tuvimos la suerte de conocer a su autor: Horacio Ferrer. Él nos escuchó a través de la TV Pública cuando subieron la versión para un spot del último Mundial. Luego nos invitó y se puso a disposición de la banda por si algún día queríamos invitarlo a cantar o recitar. Desafortunadamente, un tiempo después falleció y nos dejó este regalo antes de irse. Fue una experiencia muy fuerte, porque conocimos a una persona increíble.

¿Cuál es tu momento para componer?

Martín: Para mí es todo momento en el que aparece una chispita de algo. Siempre digo que hay que estar atento. Generalmente, ando con muchos

anotadores y en este momento tengo desparramadas un montón de hojas sobre la mesa. Mas allá de que uno traiga la idea inicial, cuando el bajista mete dos notas que no estaban, acaba de componer algo nuevo. Eso es lindo porque te hace parte de todo y respetarnos como compañeros.

Lo más difícil de lograr en cualquier proyecto que encarás es el compromiso, la voluntad y el coraje. Muchas veces es necesaria la falta de temor al riesgo, el afecto y las ganas de proponer. La única forma que encontramos nosotros fue todos ser dueño de todo, sin líderes de por medio. Éso construye mucho la relación y está buenísimo.

¿Cómo es el vivo de Branca?

Martín: Es un vivo ecléctico y super movido donde conviven un montón de energías. Se pasa de un ritmo a otro, se baila y canta desaforadamente. Apuntamos mucho a las sensaciones sin preocuparnos por imponer un estilo determinado. Cuando a la canción le das lo que te pide, terminás tocando

el charango y el bombo, como en mi caso. O el tecladista que terminó tocando el acordeón, por ejemplo. Nos entregamos y dijimos: "Che acá faltaría esto, vamos a estudiarlo a ver cómo es". En vivo resulta difícil de explicar pero tratamos de generar esa conexión con la canción y el instrumento.

Precisamente, esa conexión cruzó la frontera hasta llegar al público mexicano.

Martín: En México el laburo lo hicieron las bandas argentinas hace mucho tiempo: Los Enanitos Verdes, Soda Stereo o Los Decadentes. Fue un arma de vanguardia porque abrieron punta de lanza cuando el rock mexicano no estaba muy desarrollado. Hoy, ser una banda argentina prepara las orejas

para que la gente te escuche de una manera diferente.

Lo que nos pasó a nosotros puntualmente es que allá el carnavalito no existe, entonces el hecho de sacar un charango o tocar el acordeón los desenchaja y les resulta novedoso. Tuvimos la posibilidad de estar en marzo del año pasado.

Ya tienen la excusa perfecta para volver con disco nuevo bajo el brazo.

Martín: Es la idea, lo que decidimos este año fue parar y en marzo del año que viene viajar nuevamente.

¿Cómo va a ser el disco?

Martín: El disco es un soporte textil que no se hizo a nivel mundial y nosotros lo logramos

después de mucho laburo. Vendría a ser un pañuelo con las letras estampadas, pero es todo lo que puedo adelantar.

Te referís al arte. ¿Y el concepto?

Martín: El concepto del nombre es "La pena no vale la vida" y es este juego con la frase "La vida no vale la pena". El pañuelo refiere a la idea que en América Latina se utiliza para bailar, pero a su vez es un elemento que sirve para llorar y secarse las lágrimas. O sea que nos pareció interesante cómo un mismo objeto puede valorarse de dos maneras totalmente extremas. En este disco hacemos la invitación a analizar la idea y que la gente use el pañuelo según el momento que esté pasando. □





MOTIVOS OLVIDABLES

TEXTO
LUCAS SEOANE
FOTOGRAFÍA
GENTILEZA DE LA BANDA

“Es una muy linda sensación poder participar de la grabación de un disco –apunta Leandro Amigo, guitarrista-. Es consolidar una etapa, cerrar ideas, y buscar más cosas a futuro. Consideramos muy importante poder tener un material para difundir, junto a las presentaciones que habitualmente realizamos”.

Motivos Olvidables completa su formación actual con Pablo Ledoux (voz y guitarra), Adrián Seimandi (bajo y voz) y Lucas Gómez (batería). Si bien el génesis de este conjunto bonaerense se remonta a 2010, su primera presentación llegó dos años después en Campana.

“Encontramos que no hay un gran circuito que haga que la gente acuda a presentaciones de grupos. En general es un público muy acotado el que se

ve interesado por descubrir los conjuntos de la ciudad. No se ve una cultura por conocer lo que se ofrece localmente. Desde que arrancamos a tocar, hemos conocido muchísimas bandas de la zona, de muchos años, y la oferta es grandísima. Pero vemos que la llegada no lo es tanto”, sentencia Leandro.

Tras un EP y algunos cambios de formación, participaron de la semifinal del concurso nacional de bandas Rockea BA 2013. Luego de haber adquirido experiencia en vivo, y de lograr una solidez sonora, decidieron plasmar sus ideas en un disco que comenzó a grabarse a fines de ese mismo año.

El guitarrista señala: *“La banda no tiene una temática que pueda representarla de manera recurrente. Hay canciones de libre interpretación, de amor, experiencias. Lo que quizás sí se pueda encontrar en algunas letras, es un mensaje de libertad, expresión, y de salir de*

lo cotidiano. Queremos hacer lo que nos gusta, sin limitarnos en la temática, ni el estilo”.

El resultado final de esta nueva aventura llegó en 2014 con el homónimo álbum debut, un combo de diez canciones que varían entre el rock, el grunge, el funk y el reggae, a lo que Leandro define como *“la convergencia de todas las ideas iniciales que se pusieron en la banda”*, y agrega: *“Los autores de la letra y la música son Pablo y Adrián. Ellos aportaron temas de tiempos anteriores, e ideas que surgieron específicamente. Luego, entre todos aportamos en arreglos, propuestas y estilo. Al converger tiempos, estilos e influencias diferentes en cada uno de los temas, llegamos a cerrar una etapa de formación de la banda, con un disco bastante diverso”.*

Con pleno conocimiento de la caída del mercado discográfico, Motivos Olvidables, además de lanzar su primer material en formato físico, ofrece desde su página web la libre descarga del mismo. *“Hoy Internet es el medio más importante de difusión de contenidos, por lo cual nos sirve enormemente –aclara Leandro-. Tenemos nuestro canal en YouTube, perfiles en Facebook, Twitter, y recientemente subimos el disco completo a Spotify. A través de internet, es posible no tener un costo en el formato físico. Creemos que la música debe ser de libre acceso, y gratuita”.* □



AHORA 12

PROGRAMA DE FOMENTO AL CONSUMO Y LA PRODUCCIÓN



INDUMENTARIA



LÍNEA BLANCA



CALZADO Y
MARROQUINERÍA



MUEBLES



MATERIALES PARA
LA CONSTRUCCIÓN



BICICLETAS



MOTOS



TURISMO

12 cuotas sin interés

DESDE EL 13 DE SEPTIEMBRE DE JUEVES A DOMINGO

TARJETAS ADHERIDAS



desarrollo

www.
ahora12.
gob.ar



tenemos
patria



Presidencia
de la Nación

DALE EDICIÓN PARA TABLETS



www.revistadale.com.ar

