

NO SE PUEDE PENSAR
AL ROCK SIN TENER
EN CUENTA SUS
ASPECTOS VISUALES,
AÚN CORRIENDO EL
RIESGO DE CONDENAR
A LA MÚSICA A UN
SEGUNDO PLANO.

QUÉ BIEN SE TEVE

Opinan Liniers, Alejandro Ros, Andy Cherniavsky,
Fernando Kabusacki, Fernando Samalea, Laura Varsky,
BBK, Gustavo Sala, Gabi Rubí, Renata Schussheim,
Sergio Dawi, Ezequiel Muñoz, Mono Mario y muchos más.



DALE



360
Eyewear

LIVE THE WAY

DALE

El rock no es solamente una forma determinada de ritmo o melodía.
Luis A. Spinetta, manifiesto 1973.

Dale, revista de rock
Número 6 Año 2

Estás leyendo este número de Dale gracias al trabajo de: **Carla Aramburu, Catriel Remedi, Cecilia Rodríguez, Fabrizio Pedrotti, Federico Balestrero, Federico López Claro, Josefina Schmipp, Leandro Falcón, Lucas Seoane, Manuel Buscalia, María del Carmen Varela, Matías Recis, Pablo Díaz D'Angelo, Tatiana Daniele, Yamila Cazabet y Diego Gassi.**

Diseño
másSustancia

Impresión
Galt S.A.
Teléfono: 4303-3723
www.galtprinting.com

Dale es una publicación de Tribu Tierra S.R.L.
Av. Federico Lacroze 2542
Oficina 1203
C1426CPX
Ciudad de Buenos Aires
Teléfono: 4552-0486

ISSN 1853-5941

Editor responsable
Diego Eduardo Gassi

Distribución en Capital
Vaccaro Sánchez
Moreno 794 9º, Capital
Tel/Fax: (011) 4342-4031/2

Suscripciones
suscribite@revistadale.com.ar

www.revistadale.com.ar
correo@revistadale.com.ar

Aunque no los veamos

Cuando escuchamos que algunos opinan que el nivel del rock argentino es muy pobre, la verdad, nos enojamos. Porque sin entrar en comparaciones si antes era mejor o no, hoy en día hay tanta diversidad, tantas bandas, que el que no encuentra algo que le gusta es, sencillamente, porque no lo busca.

Es una situación que ocurre no solamente en el rock, claro. Cuántos emprendimientos independientes, de cualquier rubro, sufren con lo mismo. Las revistas culturales también lo vivimos en carne propia: si no te ven, no te consideran como opción. "Look at me", repite la televisión en un video que bien vale tener a mano como reflexión (www.vimeo.com/10857606).

Los medios masivos fagocitan cualquier intento de vida paralela y nos convierten en capaces de invertir lo que no tenemos para entrar en ese circuito. Pagamos para tocar, pagamos para rotar en una radio, pagamos para que nuestro clip salga en la tele, pagamos para ser distribuidos. En síntesis: pagamos para que nos vean.

El llamado es entonces a sacarse la modorra y salir a investigar un poco más. No quedarse consumiendo las mismas revistas, canales y radios comerciales de siempre, porque nos perderemos lo mejor del rock.

A ver si podemos romper con la lógica de *ver para creer*.



Foto de tapa:
Federico Balestrero & Fernando Bustos
www.ready4shooting.com
Asistentes: Tatiana Daniele y Santiago Calvo
Modelo: Catriel Remedi



LO INVISIBLE A LOS OJOS

- 4
 - 8
 - 10
 - 13
 - 14
 - 16
 - 17
 - 18
 - 19
 - 20
 - 22
 - 24
 - 25
 - 26
 - 27
 - 29
 - 30
 - 31
 - 32
 - 34
 - 36
 - 37
 - 40
 - 42
 - 44
- ROS: DISEÑAR PARA VENDER**
LINIERS: ILUSTRANDO A LOS ÍDOLOS
SERGIO DAWI: SAXO Y PROYECCIONES
SAMALEA: DISCOS Y PANTALLA GRANDE
GUILLERMINA ROSALES: EL VIDEOCLIP
CARLA SANGUINETI: SONIDO AMBIENTE
EMINEM MADE IN ROSARIO
ROCKSARIAZO: LOS VIDEOS ROSARINOS
LOS DIRECTORES Y EL VIDEOCLIP
KABUSACKI: LAS BANDAS DE SONIDO
EL MERCADO DE DVD Y BLU-RAY
ROLLING STONES: 50 AÑOS EN UN E-BOOK
LOS ROCKEROS EN TELEVISIÓN
EL MONO MARIO: REGRESO ANIMADO
SCHUSSHEIM: DEL LIENZO A LOS SHOWS
LOS FUNZINES DE BBK
ZUMBADORES: LA OBRA COMPLETA
CHERNIIVSKY: EL OJO DE UNA ÉPOCA
EZEQUIEL MUÑOZ, EL FOTOLOCO
EYHERABIDE: TOCAR Y DISEÑAR
VASKY: LA ILUSTRADORA DEL ROCK
REVOLUZION: LOS JUEVES, STREAMING
GUSTAVO SALA: EL ROCK EN CHISTE
GABI RUBÍ: ALMA DE DIAMANTE



46 INSTANT-TÁNEAS



LO ESENCIAL ES INVISIBLE A LOS OJOS

¿HASTA DÓNDE LA CUESTIÓN VISUAL QUE RODEA AL ROCK NO DEJA A LA MÚSICA EN UN SEGUNDO PLANO?

TEXTO
DIEGO GASSI
FOTOGRAFÍA
FEDERICO BALESTRERO
FERNANDO BUSTOS

“Una imagen vale más que mil palabras”, dice la famosa frase. Y el rock ha sabido aplicar ese principio a la perfección. Videoclips, puestas en escena, diseño gráfico, vestuario, maquillaje, peinados. No existe el rock sin una imagen. Ejemplos hay decenas y pueden remontarse a los comienzos mismos de nuestro rock. Desde los trajes de Sandro y los flequillos de Los Gatos Salvajes hacia acá, no hay banda que no haya trabajado en este aspecto.

“El consumo de rock está mediado por la imagen: el oyente, al mismo tiempo que escucha, mira la portada y las fotos del booklet de un CD, ve el videoclip de una canción y percibe un determinado despliegue escénico y coreográfico cuando asiste a un concierto. Se puede concluir, entonces, que el vínculo audiovisual simbiótico entre la moda y el rock existe desde el vamos”, plantea la periodista Victoria Lescano en su libro “Prêt-à-Rocker”.

A primera vista, sobresaldrán los peinados de Soda, el vestuario de las Viuda e Hijas, el glamour de Babasónicos. Pero nada podría entenderse sin la bisagra que significó Virus.

“Nosotros hacíamos puestas en escena, empezamos a introducir escenografías, luces, peinados, vestuarios, actores, coreógrafos...”, recuerda Marcelo Moura. “Llamábamos a Alejandro Cervera, un coreógrafo del San Martín; el actor Lorenzo Quinteros fue director de muchos de nuestros espectáculos; Jean Françoise Casanovas hacía personajes; Roberto Jacoby, sociólogo y parte del Di Tella, era nuestro letrista y artista conceptual. Es cierto que hubo críticas, pero también mucha gente nos dio lugar gracias a todo eso. Muchos se sumaron por un concepto y por un criterio. Y más allá de lo criticable o no, de la gente que decía ‘se fijan en cosas que no son inherentes puramente a la música’, hay algo innegable y es que nosotros teníamos un gran

amor por lo que hacíamos. Mucho más fácil era agarrar una guitarra y tocar”.

PRIORIDADES

“Una banda de las que toca en Ciudad Emergente (temprano) me pide acreditación para maquilladora, pero aún no sabe hacer un rider. Algo esta mal”, twitteaba el productor Martín Rea, uno de los responsables del área musical de ese festival. Si bien el ciclo que organiza el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires en Recoleta poco tiene de emergente, la frase es todo un diagnóstico: dónde están puestas las prioridades de las nuevas bandas.

“En lo personal, subir al escenario es un ritual, como un estado dionisiaco”, cuenta Sonia Rovi, cantante de la banda Lúdico. “Algo que también siento cuando voy a ver una banda y me parece que está bueno que exista todo eso. Que nos concentremos en el camarín antes de subir al escenario, elegir ropa con la que nos



sintamos identificados. Es un ritual agradable". Completa el guitarrista Nicolás López: "nosotros no andamos por la vida como nos subimos al escenario. Hay una búsqueda de acuerdo a la personalidad de cada uno de montar un pseudo personaje, que nos muestra arriba del escenario de otra forma". En medio de este contexto, las marcas de vestimenta son las que más rápidamente se movieron. Captaron a algunos para que sean sus modelos, sus logos inundan las publicaciones del género, han conseguido convertir sus locales en la sede para conferencias de prensa o presentaciones. Incluso Roho, conocida como "la peluquería del rock" -porque Gustavo Cerati, Fito Páez, los Illya Kuryaki, Babasónicos y otros han pasado por sus tijeras- editó recientemente el segundo volumen del compilado "Música para peluquerías".

TV, MTV, WEBTV, SMART TV

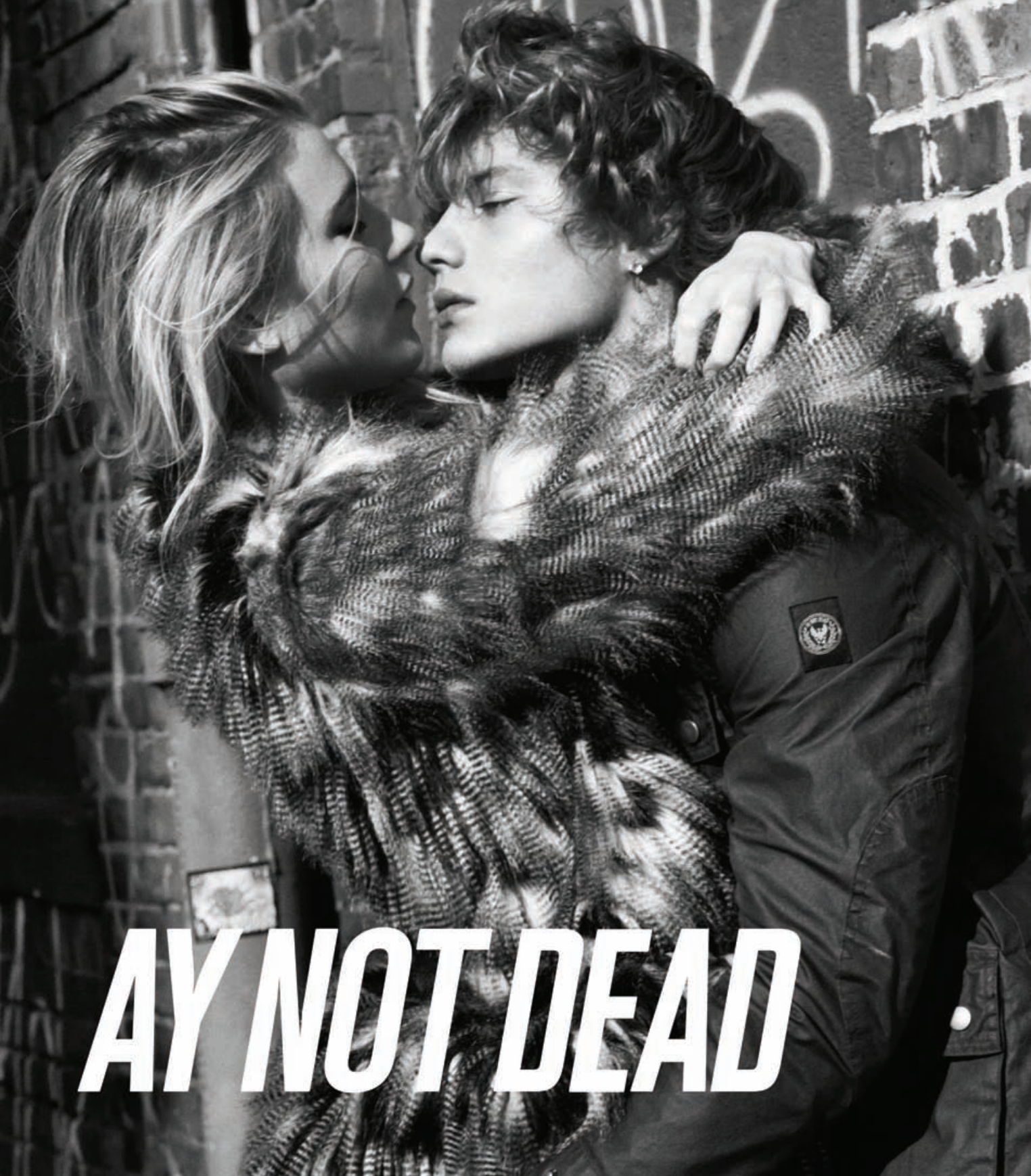
Algunos artistas se disputan haber creado el primer videoclip de la historia. Incluso hay quienes lo ubican a Carlos Gardel como el pionero, allá por 1930. Primero el cine, luego

la televisión, estas pantallas marcaron el ritmo musical de cada época y difundieron las tendencias en cuanto a vestimentas, peinados, comportamientos y lenguajes apropiados para estar en onda. Por eso, lo que ninguno discutió es el hecho de subirse a la televisión como gran difusora, aún pagando el precio de resignar buena parte del espíritu contestatario y combativo del rock. Hasta hace unos años, las estadísticas indicaban que tener un videoclip rotando en MTV automáticamente incrementaba las ventas de esa canción en un 70%. Para las bandas independientes, llegar a rotar en esas cadenas musicales era sinónimo de éxito. Hasta que llegó Youtube. El rey de los contenidos multimedia de este nuevo mundo tiene 4.000 millones de videos y crece a razón de 25% cada 8 meses. Por minuto se suben unas 48 horas de nuevos videos. Y con la llegada de los *smart TV* o del Apple TV ya se puede ver esta plataforma (y otras similares) directamente en nuestros televisores. Será quizás el fin de la televisión por cable.

LA ESENCIA

La industria necesita fomentar todo esto para seguir en carrera. Y, sobretodo, para facturar. Por definición, *industria* significa justamente todo el proceso que debe recorrer ese futuro hit, desde su concepción hasta convertirse en objeto comercializable. El riesgo es alto: toda esta profesionalización del rock avaló el trabajo de expertos en artes y ciencias que complementan a la música y arriesgan opacar lo esencial con tanta parafernalia. Un poco extremista, ya lo dijo Luca: "yo borro el maquillaje, el peinadito raro y todo eso... Es todo rebuscado. ¿Virus? No me gusta para nada, me parecen muy fríos. Cualquiera se puede comprar un teclado, un secuenciador, una batería electrónica o una guitarra eléctrica y puede hacer música. Pero si yo le doy una guitarra criolla a Federico Moura y le digo 'pelá algo que me mueva el corazón', no pasa nada. Lo mismo puedo decir de Gustavo Cerati y de Miguel Mateos". Al fin y al cabo, sin ese espíritu rockero, la música será solamente para ver y no para oír. □

www.aynotdead.com.ar / find us on facebook / follow us on twitter



AYNOT DEAD



Las tapas para Miranda y Juana Molina. En la otra página: Sabina & Páez, Babasónicos, Divididos y Juanse.

“ME PIDEN TAPAS DIFERENTES PARA PODER VENDER”

ALEJANDRO ROS, UNO DE LOS DISEÑADORES MÁS CODICIADOS, Y CÓMO ES EL PROCESO DE ELABORACIÓN DE UNA TAPA ROCKERA.

TEXTO: MATÍAS RECIS

Alejandro Ros es el responsable de diseñar los envases de los discos más importantes del pop y el rock nacional. Su estilo erótico, humorístico y minimalista puede verse en álbumes de Luis Alberto Spinetta, Soda Stereo, Babasónicos, Divididos y Bersuit, entre otros.

¿Cómo fue tu primer vínculo con el arte?

Mi mamá influyó bastante. Ella me llevó a estudiar cello, a una escuelita de pintura y después a un colegio humanista y nos llevaba a ver piezas de ballet, como “El Cascanueces” o “El Lago de los Cisnes”.

¿Cuanto influyó la llegada a Buenos Aires, en los ‘80s?

Mucho. Fueron años de libertad: under, nuevas músicas, sustancias, after punk, discotecas darks... ¡Cemento! Para mí, que llegaba de la provincia, era el paraíso.

¿Cuánto hay en tu trabajo de inspiración y cuánto de estudio académico?

Soy egresado de la UBA y toda la educación que recibí es una estructura sólida sobre la cual puedo hacer todas las locuras. Si no hubiera tenido eso, sería muy difícil que haya salido todo lo que hay acá. La inspiración es el momento en el que se te ocurre la

idea, pero lo otro lo necesitás para poder llevarla a cabo.

¿Cómo es tu proceso de composición de gráficas de discos?

Hablo mucho con el músico; luego, voy y armo la composición. Dejo descansar la obra y luego regreso a mostrarla. En el caso de que haya dos o más opciones potables para lo que sería la tapa, decido la idea definitiva con el músico y testeándola con mis amigos, a ver cómo reaccionan y qué eligen. Mi modo de trabajo es a dos manos y dos cerebros. Es un trabajo junto a los músicos. Casi siempre, cuanto mayor afinidad haya con el músico, se dan mejores resultados finales.

En el caso de aquellos discos en los cuales trabajo sobre dibujos o fotografías de otros artistas, hago casi el trabajo de un curador: selecciono y reencuadro el material visual.

¿Qué tiene que pasarte internamente para que consideres terminada una obra?

Cuando sonrío solo; ahí es que me convence una obra y la doy por finalizada. Luego, cuando veo por ejemplo en el tren a una persona con una remera con algún logo o una imagen que diseñé, me doy cuenta de la importancia de mi obra en el inconsciente colectivo del rock. Esa situación me produce instantáneamente la sensación de complicidad con esa persona.

¿Considerás que has marcado un estilo en la forma de hacer tapas de discos?

Yo no sigo un estilo. Trato de no tenerlo. El estilo es el del artista.

Contaste que la tapa de “Miami” de Babasónicos se te ocurrió en una discoteca, ¿con frecuencia te pasa eso de que te aborda una idea en cualquier situación?

Sí, casi siempre es así. Un asalto.

¿Creés que en ellos has marcado una nueva estética con tu trabajo?

No, no creo que yo le haya dado una estética nueva a Babasónicos. Ellos ya tienen bastante imaginación. Lo mío simplemente es una pieza más en todo ese universo. Tampoco es que yo elijo los trabajos, sino que me los encargan los músicos. Por eso, no parto de un fanatismo musical para la elección de mis trabajos.

¿Hasta dónde llega tu apertura musical para el diseño? ¿Hay

algún artista con el cual no llegarías a trabajar por esta cuestión?

A veces me llaman artistas que no me mueven mucho. Por ahí, no es necesario que me guste tanto la música sino más bien la actitud que tiene el músico frente a lo que hace y alguna punta por la que sienta que pueda hacer algo interesante. Es muy raro encontrarme con alguien con quien no tengo onda, pero pasó. Me tiene que transmitir algo la obra o la persona. Por ejemplo, el trabajo con Pablo Lescano (Damas Gratis) estuvo muy bien; la pasé genial.

¿Cuánto influye la computadora en tu obra? ¿Cuáles son los pros y los contras de usar esa herramienta?

Me sirve principalmente para que quede todo más prolijo y, además, me resulta más fácil ver diferentes opciones. Pero trato que no se vea que la usé en el proceso.

Luego del proceso bidimensional de la imagen, ¿cómo surgen los distintos materiales, objetos y texturas táctiles que finalmente componen la gráfica?

Voy teniendo diferentes ideas sobre los materiales y sus diversos usos. Después, existe mucho diálogo con la imprenta. Hoy, los sellos discográficos ya no ven mi trabajo como algo extraño; ahora me piden que mis tapas se diferencien del resto, para poder vender algo. De todos modos, a partir de la piratería y los nuevos formatos de audio, creo que el futuro del disco físico es tan negro como un vinilo. Ya los jóvenes no compran discos; es sólo un fetiche para los adultos.

¿Y a nivel de influencias? Se puede ver algo del “Álbum blanco” de los Beatles y de la

obra de Juan Gatti (quien realizó tapas de discos de Pescado Rabioso, La Máquina de Hacer Pájaros, Invisible y Moris).

Si, todas esas cosas me influyen. El cine me influye mucho. Me influye el estar vivo, salir a la calle. Me gusta viajar y ver todo. ¿Qué referentes tenés en el diseño gráfico?

En diseño gráfico no tengo ninguno. No estoy tan cerca de eso sino más de la música y del cine. También me gusta mucho David Lynch, un director muy visual. Sin embargo, aunque he probado hacer videoclips, no me salen bien. Ya la pintura y la escultura en general no me gustan; la escultura además ocupa mucho espacio.

¿Con qué artista de afuera te gustaría trabajar?

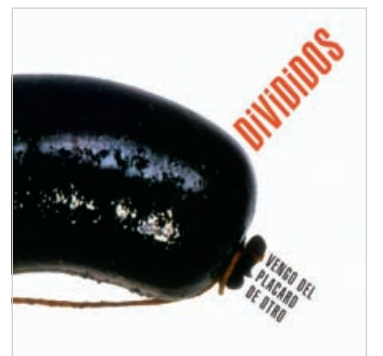
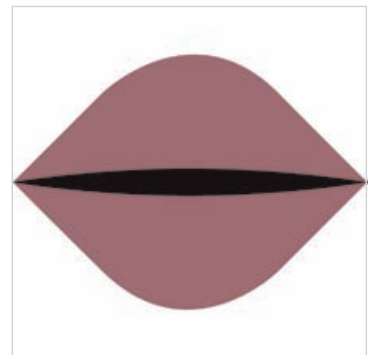
Realmente, mucho no me interesa. De todos modos, trabajé con Julieta Venegas y después, sí me gustaría trabajar con Madonna.

¿Notás la conjugación de distintas referencias en tus obras?

Sí, en tapas como “Baldíos lunares” de Juanse o “A propósito” de Babasónicos, busco una complicidad voyeurista con el público. También en varias tapas hay una cuestión humorística, aunque no todas las tapas tienen humor (como “Amapola del ‘66” de Divididos, “Otra Cosa”, de Julieta Venegas, por ejemplo). También, dependiendo del disco, hay obras que contienen algunos guiños al machismo del rock.

¿Cuál es tu tapa de disco preferida?

La que más me gusta es una de Spiritualized, se llama “Let it Come Down”; pero no sé, tendría que ir a casa y ver todos los discos. □



EL DIBUJANTE LINIERS NUNCA IMAGINÓ QUE IBA A TRABAJAR CON MÚSICOS COMO ANDRÉS CALAMARO, KEVIN JOHANSEN Y LISANDRO ARISTIMUÑO.

TEXTO
FABRIZIO PEDROTTI

HISTORIA DE CONEJOS Y SALMONES

A Liniers, la pasión por el dibujo le llegó como a cualquier niño: a los dos o tres años. Pero durante la infancia, muchos se aburren o se frustran y deciden buscar su hobby en otro lugar, como el piano, la guitarra u algún idioma extranjero. Ése no fue su caso: él llevaba los lápices en las venas y la pasión por el dibujo hizo que transforme su pasatiempo en una forma de vida: "nunca pensé que iba a ser mi trabajo, porque siempre creí que Quino y Fontanarrosa no eran seres humanos. Me tomó por sorpresa y, con el tiempo, se fue dando. Ahora, finalmente

dibujo y me pagan" (risas). Ricardo Siri (como figura en su documento de identidad) pasó por medios como Página/12, La Nación, La Mano y Fierro; y su nombre está impreso en más de quince libros. Pero a este dibujante/conejo (como él se representa en sus historietas) la vida le deparaba algo más. Siempre fue un apasionado por la música: se define como un melómano incurable y ama ir a shows. Tiene adoración por cantautores como Bob Dylan, Leonard Cohen y el argentino Gabo Ferro, y admite

que su oficina estuvo llena de discos desde un principio. "Los dibujantes estamos todo el día sentados frente a un escritorio y la música es la mejor compañía". Lo que Liniers nunca imaginó es que su trazo iba a llenar las portadas de los álbumes de algunos músicos que admiraba: Kevin Johansen ("Logo", de 2007), Andrés Calamaro ("La lengua popular", de ese mismo año) y Lisandro Aristimuño (en un disco homónimo que se editó en España y Chile). El proceso, en todos los casos, fue similar: "no hay demasiados secretos.

Te llegan los temas, los escuchás mucho -incluso cuando dibujás- y las ideas van saliendo".

KEVIN JOHANSEN

¿Cómo nació el contacto con él?

Lo escuché por primera vez en el programa de Fernando Peña y me gustó mucho. Me llamó la atención su voz y las canciones que cantaba, así que me compré su disco y fui a uno de sus shows. Por su apellido y porque tiene el tono de Barry White, pensé que iba a salir al escenario una especie de "vikingo gigante", pero en lugar de eso vi a

un Piojo López con una guitarrita (risas). Más allá de eso, me di cuenta de que era un músico interesante. Por aquella época publicaba en el suplemento No de Página/12 y siempre me pedían que hiciera historietas sobre artistas, así que se me ocurrió hacer una en la que apareciera él. A partir de ahí, nos hicimos amigos.

Pero ninguno de los dos imaginó que iban a terminar trabajando juntos.

Exacto, porque eran dos disciplinas que no se mezclaban demasiado. Un día, su manager le dijo: "él dibuja y vos tenés el escenario en blanco.

¿Por qué no hacen algo juntos?", y se dio. Mientras su banda interpreta canciones, yo pinto lo que me reflejan los temas. Lo bueno es que trabajamos con confianza.

¿Cómo son los ensayos?

Nunca practicamos, todo lo que aparece en los shows es espontáneo e improvisado. No tuvimos una reunión en donde nos organizamos, porque nos da gracia hacer divertir, y a veces nos pasa que uno de los dos hace algo y el otro no puede más del ataque de risa. Es así.

¿Cómo es para un dibujante salir de gira?

¡Muy divertido! Es como en la película "Casi famosos", que hay una especie de niño *nerd* que se va de viaje con una banda de rock, y yo sería ése (risas). Además, mi mundo fue siempre muy solitario. Por eso, salir y trabajar con gente es muy valioso. Para un ilustrador es fundamental cambiar de lugares, porque tiene que pensar ideas que no sean rutinarias.

Además de haberle ilustrado un disco y de pintar en vivo en sus



Liniers ganó en 2008 un premio Gardel por el diseño de "La lengua popular", de Calamaro.



recitales, Liniers trabajó con Johansen en el libro "Oops!", editado por De La Flor en 2007. El músico tenía todas las letras casi hechas y el historietista muchos dibujos que había guardado de hacer shows juntos durante varios años. Liniers comenta con humor: "El libro se armó sólo, ni tuvimos que laburar... ¡un placer!".

EL SALMÓN

¿Cómo fue tu primer acercamiento a Andrés Calamaro?

Estaba terminando la tapa del disco que le ilustré a Kevin y de la nada me llega un mail suyo, preguntándome si quería diseñarle la tapa de un álbum. Inmediatamente, pensé que eran mis

amigos haciéndome una bromita de mal gusto y que, en el caso de que fuera real, él no iba a querer porque estaba trabajando con otro músico. En lugar de eso, me dijo: "Sí claro, cómo no. Vamos a compartir artistas", así que en 2007 me di el lujo de hacerle la portada a dos tipos de los que soy fanático.

¿Te impusieron sus criterios o te dejaron "volar"?

Por la amistad que teníamos, Kevin me dijo que hiciera lo que quisiese y Calamaro, por heroísmo, también. Fueron gestos muy lindos. Si te gusta lo que hace alguien y le tenés confianza, lo tenés que dejar suelto, porque si le ponés límites el trabajo final se achata.

¿Cómo te sentiste cuando viste esos dibujos en remeras, pósters y flyers?

Fue muy extraño. Los encontré en lugares rarísimos, hay un almacén de Colombia que se llama "La lengua popular" y están los dibujitos míos (risas). Cuando te acercás a músicos conocidos, lo que hacés sale para todos lados.

Liniers agrega: "La verdad que el de Calamaro me pareció tan increíble que lo llené de ilustraciones para quedarme con los bocetos originales. Nunca pensé que iba a tener el dibujo de la tapa de un disco suyo (risas). El coleccionista que tengo adentro mío está muy feliz con ese pedazo de memorabilia".

Al historietista le hubiera gustado trabajar con Charly García, Luis Alberto Spinetta o Gustavo Cerati, porque creció escuchando música nacional. Aún así, admira la nueva ola de intérpretes rioplatenses: "se está viviendo un momento interesante. Se volvió más fácil grabar y apareció una escena de cantautores como Pablo Dacal, Lisandro Aristimuño y Gabo Ferro que me atrae mucho".

Aún así, admite: "ser músico me hubiese gustado más que ser historietista, pero mi inutilidad musical es impresionante. Me las arreglé para hacer "Knockin' on heaven's door" (de Bob Dylan), con tres notas. Siempre la toco mal, pero cuando la hago con el grupo de Kevin... ¡sale buenísima!". □



punto de encuentro

lavaca

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

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



SAXO Y PROYECCIONES

SERGIO DAWI LOGRA MÁXIMA INTERPRETACIÓN UTILIZANDO SU SAXO COMO MEDIO DE EXPRESIÓN Y LAS PROYECCIONES COMO ÚNICA ESCENOGRAFÍA.



Sergio Dawi formó parte de Los Redondos y de Dosaxos2, grabó dos discos junto a Los Estrellados y actualmente alterna dos performances en donde se combinan lo musical con lo visual: "VideoSax-Machine" y "Ambos a la vez".

¿Cómo es la fusión música-imagen prescindiendo de la voz?

Es poder transmitir lo que necesites decir a otras zonas de la percepción, no tan precisas y tangibles como la palabra, pero con un destino más amplio, más poético. Corremos con la desventaja que la

gente está acostumbrada a que la palabra es la que domina. Acá no estamos incluyendo la palabra y llegar sin la letra requiere otro tipo de atención. Por otro lado, permite una libertad en la que el músico también es actor, las imágenes son la escenografía y las canciones, cuadros sonoros puestos al servicio de la imaginación.

¿Y en cuanto a la selección de imágenes que incluí?

A veces funciono en el armado con una metodología de rompecabezas. Tengo piezas, cortometrajes o imá-

genes que me gustan mucho porque están ligadas a una manera de ver el mundo. En VideoSaxMachine quise trabajar con los cuatro elementos: fuego, agua, aire y tierra, desde un mundo onírico donde todo es posible. Esto me permite subrayar rasgos a veces inexplicables de la condición humana. En este marco, al proyectarse las imágenes también sobre mí, yo puedo estar metido entre la gente, ser un pez dentro del mar o un misil en la guerra.

¿Cómo conjugan lo visual y lo musical en SemiDawi?

Con Dosaxos2 teníamos como invitado a Semilla Bucciarelli. Había un espacio de bastante libertad, donde él con su tableta digital iba dibujando y nosotros íbamos poniéndole sonido a esos cuadros. O él poniéndole imágenes a nuestros sonidos. Ése creo que es un poco el quid de la cuestión: encontrar una hermandad. Semilla maneja en su imaginario un mundo muy poco previsible. Yo sé muy bien que un trazo grueso de Semilla corresponde a un sonido grave mío. O tal vez, el color de su paleta me lleva a un tipo de ritmo. Es parte del lenguaje lúdico que tenemos. Por supuesto que también

hay una estructura que seguimos, pero estamos muy atentos a lo que cada uno va proponiendo en ese diálogo. El entrenamiento de tocar tantos años juntos nos facilitó trabajar ahora con los dos lenguajes fusionados. Por eso llamamos al espectáculo "Ambos a la vez".

¿Cuál es hoy la importancia de lo visual en los shows de rock?

Hoy por hoy, la tecnología puesta al servicio de la industria de la música puede traer cosas muy buenas. Más cuando hablamos de producciones que pueden amortizar esos gastos en giras interminables. Me gusta esa posibilidad de salir de lo previsible, estar en un recital y sentir que pasa un avión por arriba tuyo. Me parece que es una situación extraordinaria, pero no creo que sea condición *sine qua non* tener un avión para lograrlo. Habrá que encontrar la manera en que cada uno pueda hacerlo de una forma propia y sin caer en la copia de la copia. Lo de Roger Waters está bueno vivirlo, pero yo creo que aquí, con menos, podemos provocar situaciones conmovedoras y trabajar la sensibilidad con pocos elementos. □

NOTA CARLA ARAMBURU
FOTO CATRIEL REMEDI



Punto de encuentro de REVISTAS CULTURALES

Kiosco Av Corrientes 3307 (esq. Agüero), Abasto, Buenos Aires

Arte. Diversidad. Pueblos originarios. Fotografía. Despenalización del aborto.

Rock. Feminismo. Medios de comunicación. Cooperativismo.

Poesía. Minería. Reggae. Política. Marihuana.

www.facebook.com/revistas culturales

ENTRE LOS DISCOS Y LA PANTALLA GRANDE

FERNANDO SAMALEA ES CONOCIDO POR SU TRABAJO CON VARIOS MÚSICOS ARGENTINOS, PERO PARTICIPÓ EN BANDAS SONORAS DE CASI 15 PELÍCULAS.

TEXTO
FABRIZIO PEDROTTI
FOTOGRAFÍA
TATIANA DANIELE

Es baterista y bandoneonista. Se considera un amante del cine, y la mayoría de sus discos como solista (más de diez) se relacionan mucho con lo visual. A Fernando Samalea le gustan las películas desde chico y opina que es el arte más elevado que existe, porque “involucra a todas las ramas”. Además de haber trabajado con artistas como Charly García, Gustavo Cerati, Andrés Calamaro y Calle 13, fue partícipe de varias bandas de sonido. “La sensación que te produce la música puede variar completamente el sentido de la película”, cuenta.

Para un compositor, ¿cuál es la diferencia de trabajar en un film?

Tenés que saber que el verdadero artista es el director y que vas a sumarte para intentar transcribir su idea original. En ese sentido, es totalmente indispensable que la persona esté, y no solamente te aconseje, sino que quede completamente conforme. Uno graba para ponerse al servicio de la historia, que es lo más lindo. Si escribo un cuento e imaginariamente le armo la banda sonora,

tengo toda la libertad porque la idea original es mía y puedo acercar o equivocarme sin dramas. Pero cuando trabajo para otro estoy mucho más pendiente, no trato de imponer algo, sino básicamente embellecer la idea original de la otra persona. El cine te da mucho de eso, se ve la escena y se pueden medir los tiempos. En 2011 hicimos una experiencia muy linda en “Verano maldito”, de Luis Ortega: con Willy Crook y Daniel Melingo improvisamos, pero teníamos la duración marcada. **¿Cuál fue tu primera experiencia en cine?**

Después de grabar “Parte de la religión”, con Charly García, el director Gustavo Mosquera lo llamó para hacer la película “Lo que vendrá”. Me encargué de la batería y las percusiones, y de esa forma aprendí el oficio: a medir la escena y los segundos que debe durar cada clima.

Tiene todo un secreto.

Totalmente, no es como cuando estás grabando un disco. Ahí no era improvisado, contábamos los compases. Medíamos escenas de

cuatro o cinco minutos y la tocábamos como una obra conceptual, todo de corrido con los cambios de partes. Después, lógicamente, cada película o corto en el que participé tuvo distintos tipos de instrumentación. A veces viene el director y te dice qué tipo de instrumentos usar: no poner bandoneón, porque remite mucho a Buenos Aires; o usar el vibráfono, así que vas con la idea bien marcada.

En 2004, el músico Fernando Kabusacki fue quien lo volvió a insertar en la escena underground de Buenos Aires. Juntos hacían funciones a la vieja usanza: eran un trío electrónico (que completaba Matías Mango, en teclados) y musicalizaban películas de los años '20 en el Malba. Del ciclo participaron invitados como Charly García. También tuvieron una grata experiencia en Costanera Sur, en la terraza de un viejo boliche, en el marco de La Noche de los Museos. Allí trabajaron sobre la película alemana “Metrópolis”, de 1927, en un quinteto que incluyó a

Fito Páez. Por la popularidad del rosarino fue un recital muy masivo. “Era todo improvisado. Cada uno tenía un sistema LCD para poder ver las escenas, como una especie de partitura visual para tratar de interpretar los climas y las temáticas que generaban las imágenes. Por cuestiones obvias musicalizamos películas mudas, pero en el cine la música es siempre indispensable”.

Participaste en dos films de Belén Blanco. ¿Cómo fueron esas experiencias?

Esas son películas muy *freaks*, en donde por un lado vale todo y por el otro, no. Ella tiene las ideas muy claras con respecto a determinadas partes, pero a veces ocurre que pensás que algo es para un determinado segundo del fotograma y el director termina utilizándolo en otro lugar. Eso también está bueno, porque la persona es la que tiene que quedar totalmente conforme y es quien tiene la imagen en la cabeza.

¿Cuál es el tiempo que te lleva musicalizar una película?

Nunca tuve la posibilidad de tra-

bajar una desde cero, sino en determinadas partes o zonas, pero es muy relativo. Si hay un estudio y sobra el entusiasmo, podés hacerlo en unos días. Depende del tipo de orquestación que lleve: hay compositores de afuera que tienen verdaderas empresas y trabajan con equipos increíbles, con una producción como la que tenía Ennio Morricone (un compositor italiano de bandas sonoras, con más de 500 trabajos) que grababa todo desde lo acústico.

¿Qué se siente cuando ves la película con tu música de fondo?

Como más que nada me tocó ser intérprete, muchas veces pasó ese momento y casi ni me enteré. Depende de qué tipo de película. Hay directores que logran que no nos demos cuenta, porque básicamente entramos en su mundo y no lo percibimos. Son los sellos de los maestros, como por ejemplo Woody Allen. No soy una persona que se dedique a las bandas sonoras por trabajo; en general, fueron cosas hechas por amor al arte y por conocer al director.



Samalea cuenta que hay un proyecto que musicalizó pero que todavía no vio la luz, “Abril en Nueva York”, la ópera prima del actor Martín Pirojansky. Es un musical romántico en el que los personajes (como Abril Sosa, ex Cuentos Borgeanos) cantan de un minuto a otro, de forma imprevista: “Ahí trabajé con bastante más libertad, y es un film extraño, porque fue grabado hace varios años y por diferentes conflictos todavía no pudo terminarse, pero está casi todo listo. Es una historia muy simple, linda y a la vez tiene un encanto particular”. Hay una película que a Samalea le hubiera encantado musicalizar y es la que el actor Gastón Pauls iba a hacer sobre el Padre Mujica. Fernando se ofreció, porque era un tema que le interesaba mucho:

había leído libros sobre su vida y textos que había escrito. Finalmente, el proyecto quedó trunco. **Además de la de Gastón, ¿en cuál otra te hubiera gustado trabajar?** Las películas viejas ya están hechas, tienen una música maravillosa y no querría cambiarlas. Como un sueño, me hubiera encantado trabajar con Leonardo Favio, que tuvo la fortuna de conocerlo y siempre vi sus trabajos, aunque él ya tiene un compositor que admiro, Iván Wizogrod. Favio posee los mejores conceptos sobre el tema, como: “el cine es, no se hace”. Cuando vemos que las personas actúan con naturalidad es mucho más agradable que cuando están con preconceptos. Y con la música pasa exactamente lo mismo. □

Los discos de Samalea fueron editados en Argentina, España, Estados Unidos, Alemania, Japón, Portugal y Taiwán.

BANDAS SONORAS

2009

■ *Meno male che si cei* junto a María Eva Albistur

■ *Germen*

2008

■ *Un novio para mi mujer*

■ *El nido vacío*

2007

■ *Nadie*

■ *XXY*

2006

■ *El amor y la ciudad* junto a Fernando Kabusacki

2005

■ *La vereda de la sombra*

2004

■ *Hermanas*

2003

■ *Mariposas de fuego*, junto a María Eva Albistur

■ *A mi madre le gustan las mujeres*

1998

■ *Siesta*

1990

■ *Bang-Bang* junto a Fabián Von Quintiero

1988

■ *Lo que vendrá*

EL ARTE DEL VIDEOCLIP

LOS VIDEOCLIPS SIRVEN COMO COMPLEMENTO DE LAS CANCIONES. PERO, ¿DÓNDE ESTÁ PUESTA LA BÚSQUEDA ESTÉTICA? LA REALIZADORA GUILLERMINA ROSALES EXPLICA SU PROFESIÓN.

Guillermina Rosales comenzó como productora en Much Music. Egresada de la Escuela Nacional de Experimentación y Realización Cinematográfica, en los últimos años ha decidido quedarse afuera de esta industria por dos motivos principales: el bajo presupuesto y ofertas poco tentadoras, creativamente hablando.

¿Cómo llegaste a dirigir videoclips?

Fue el primer género que me interesó explotar, desde chica. Me atraía verlos. A los 15 años hacía videoclips para bandas amigas. Fui adolescente entre el '92 y el '98 y fue el momento en el que el videoclip era una obra perfecta, de calidad. Era admirable. Fue el primer género al que entré. Después, uno en el camino va viendo dónde se acomoda mejor, según la etapa de la vida. Hace algunos años, la industria del videoclip era económicamente rentable. En los últimos, los videoclips para los que pagan bien son los de reggaetón y es un género que no me interesa. La banda tiene que transmitir algo con lo que artísticamente sea afín para que decida trabajar para ellos. A las bandas de rock, las mismas discográficas les han puesto un tope para gastar. La verdad es que dependo del presupuesto, no sólo de la idea.

¿Cómo es la parte creativa a la hora de dirigir un videoclip?



"Callate nena" y "Popstar", dos videoclips para Panza.



Lo primero que hago es escuchar el tema: trato de saber más del artista, de la banda. Muchas veces trato de verlos en vivo, ver qué relación tienen con el público. Es una tarea de investigación.

¿Cómo usás la canción a la hora de hacer el videoclip?

Por lo general, trato de no ceñirme a la letra, de no representar la letra tal cual como si fuera mi guión. Posiblemente, la letra genera un disparador en la imaginación y se me ocurren cosas para hacer. Pero no la sigo porque sería medio plano. El videoclip tiene la función de colaborar con el artista, con la canción, con el lanzamiento de ese disco. Entonces, seguir el videoclip igual a la letra sería un desperdicio de trabajo.

¿Qué le aporta el videoclip a la canción?

Aportaba mucho. Al fan, al espectador exhaustivo quizás le llamaba la atención una imagen y salía a buscar la banda. Aportaba mucho. De hecho, aún aporta mucho. Hoy



día, habría que buscarle una conexión multimedia a los videoclips, que sean funcionales, tanto como para reforzar la venta del disco, para usar en los conciertos, para salir en la tele y para ser un viral en internet. Antes quizás el círculo era más cerrado. Hoy en día, tiene que servir para todos los medios que hay, que son muchos.

¿Cuáles son las diferencias entre hacer una película y un videoclip?

A la hora de filmar es el mismo trabajo. Tengo que poner las luces donde van, tengo que poner fotografía, tengo que marcar la pauta a los actores. Es igual en rodaje. A la hora de la concepción de la idea, el videoclip es más libre, más *volado*, donde uno se puede expresar más, inventar cosas. Quizás la historia no lleva una línea cronológica, te permite jugar muchísimo más que hacer una película o una publicidad. Tienen finalidades diferentes a la hora de pensar la idea, las importantes. Luego, en el montaje vuelve a permitirse esa libertad del videoclip que el cine no te permite. Para entrar a sala de edición de una película hay un guión establecido y quedan muy pocas cosas al azar. En cambio, en un videoclip uno también puede inventar algo en la sala de montaje. El día que editás pueden seguir surgiendo ideas. □

NOTA YAMILA CAZABET

EL AMBIENTE HECHO MÚSICA

SONIDO AMBIENTE ES UNA WEB QUE DIFUNDE MÚSICA INDEPENDIENTE A PARTIR DE VIDEOS GRABADOS EN OCASIONES NO CONVENCIONALES. SU PRODUCTORA, CARLA SANGUINETI, PRESENTA ESTA INICIATIVA.



Bicicletas, en la reserva ecológica de Vicente López; Nikita Nipone en la Panamericana; y Onda Vaga en el Perito Moreno.



Sonido Ambiente combina la música con el espacio público. El arte interviene en el día a día. Estos factores adquieren un nuevo significado, enmarcados en una filmación que es puesta en la web de principio a fin, sin cortes ni edición. Esta experiencia otorga una nueva mirada del espacio público. Las calles, los bares y hasta una autopista cobran otro valor. Se apropia de ese lugar y la música aparece para dar un nuevo sentido. El arte en medio de otra cosa, el arte en medio de la rutina.

¿Cómo surgió Sonido Ambiente?

El proyecto es bastante similar en su propuesta a otros que existen en el mundo. Hay una suerte de corriente o escuela de documentalismo, en la cual se graba en una sola toma. La canción sirve como excusa para mostrar una interpretación cruda sin intervención de la técnica ni mejoramiento. Nosotros quisimos hacer una versión local trabajando puntualmente con músicos independientes y fuimos

encontrando nuestro propio código, nuestra propia identidad, en la que relacionamos mucho los espacios en los cuales ocurren estas intervenciones con cuestiones culturales. Elegimos espacios que también muestren lo que es la ciudad en la que ésta música se está gestando.

¿Cómo es la reacción común del público ocasional?

La música es algo que genera buenas reacciones. Nosotros trabajamos con música que sea portable, por lo que las intervenciones son en formato acústico o muy leve, entonces no molesta. Está ahí. No es disruptiva con el ambiente de los espacios. Es lo que queremos demostrar: la música en vivo debería formar parte de nuestra cotidianidad. La música siempre fue muy popular y estuvo en todos lados. No tiene que estar relegada a un escenario.

más
www.sonidoambiente.tv

Hay un cambio de la lógica: llevar la música a lo público y no que el público tenga que ir a la música.

No es una propuesta de mercado que la música esté en todos lados. Es una propuesta distinta. Es difusorio. Es un poco cambiar esta idea de que la música es peligrosa. Es parte de la comunicación que la gente se relacione con la música de una manera más cotidiana y no sólo cuando va a un recital de un músico profesional.

En tiempos en los que se pule la música, acá la búsqueda estética está en incorporar el sonido ambiente.

La idea es que la música interviene en el ambiente pero el ambiente también interviene en la música. Sonidos propios del lugar terminan quedando en el track de sonido que se está tomando y eso lo hace único. Buscamos el

ambiente que tiene el sonido particular que le suma a la banda.

En cuanto a lo visual, ¿dónde está puesta la búsqueda?

En aprovechar y captar al máximo lo que está sucediendo en ese momento. Quizás en una oposición al preciosismo que tiene el videoclip. Nosotros trabajamos sin iluminación y con cámara en mano, lo cual da a veces una imagen desprolija, pero que está muy lista y agazapada para poder captar lo que suceda sin que esté planeado. Buscamos captar la emoción del músico interpretando, hasta lo que está sucediendo alrededor, con el ambiente, el espacio y la gente que puede pasar por allí. Es un poco una cámara documental en ese sentido. Nos gusta el azar y a veces el azar y lo que no está controlado termina aportando algo interesante. Siempre nos pasa lo mismo: lo que planeamos sale bien; pero aquello que no planeamos, sale espectacular. □

NOTA YAMILA CAZABET

THE EMINEM SHOW

DOS PRODUCTORES ROSARINOS FILMARON VIDEOCLIPS PARA BANDAS LOCALES, NACIONALES Y PARA UNA MEGAESTRELLA INTERNACIONAL: EMINEM.

Martín Llarín Amaya y Belisario Gronda son los responsables de una productora rosarina que lleva poco más de 10 años trabajando en comerciales para grandes clientes. Y en cuanto a la música, produjeron para MTV y para artistas rosarinos como Puerto Maluco, Los Vándalos, Vudú o Cielo Razzo, hasta llegar a realizar un clip para la megaestrella internacional Eminem: una experiencia digna de escuchar, contada por la voz de uno de sus protagonistas.

¿Cómo fue esa experiencia?

Martín: El contacto se dio a través de Damián Ciancio y Matías Sinchich, los ilustradores que confiaron en nuestros trabajos, y a partir de allí comenzamos las charlas para concretar la realización del clip. La idea era llegar a una impronta de "cómic animado". Nosotros llevamos adelante la post-producción. Primero se trabajó en la creatividad, luego la producción de todos los elementos gráficos. Las ilustraciones estu-

ron a cargo de Ciancio, que trabajó con distintas técnicas sobre tomas de Eminem y Lloyd Banks. Juntos fuimos generando cada escena del clip, laburando para lograr los efectos deseados. Hoy está en varias tiendas online y en YouTube, donde ya superó las tres millones de visitas. La sorpresa fue que se realizó en Argentina y más precisamente, en Rosario.

¿Cómo es mostrar contenido en estas épocas?

Interesante. Hoy podés ver videos con resoluciones impresionantes en cualquier plataforma y descubrir técnicas increíbles, además de interactuar con realizadores de cualquier punto del mundo. En ese contexto, hacer y mostrar es un desafío. Hoy una idea la podés pensar para múltiples formatos.

¿Son de resolver sólo la parte técnica o también intervienen en los guiones?

más
www.feedbackestudio.com



Martín y Belisario, creatividad rosarina para el primer mundo de la industria.

En cuanto a los comerciales, eso es un trabajo directo con agencias que desarrollan el contenido y nosotros, la realización. Cuando llega a nuestras manos el guión está casi elaborado y nos encargamos de plasmarlo en imágenes. El desafío es interpretar y resolver lo que la agencia quiere comunicar. Existen otros escenarios y situaciones, por ejemplo el trabajo con las bandas. Cuando encaramos la realización de un clip, el desarrollo es más en conjunto, existe un ida y vuelta extenso. Luego sí, resolvemos la parte técnica por completo.

En lo que a música respecta... ¿Es importante la estética en una banda?

Sí. Hoy, con la diversidad de medios

y distintas tecnologías, es interesante. Venimos trabajando mucho el tema de arte de discos y realmente es algo que nos gusta. Los grupos le dan importancia. La posibilidad de darle una impronta distinta a cada placa, representar gráficamente un concepto es un

trabajo en conjunto, bastante interesante. Cuando se acercan músicos y comenzamos a charlar, estamos unos días escuchando los temas, tratamos de digerirlos y luego reinterpretarlos y representar el concepto en el diseño. Con los clips sucede algo muy similar, se trabaja mucho la estética. Desde las locaciones hasta el vestuario.

Trabajan con soportes de alta tecnología ¿Cómo se hace para estar a la vanguardia y no "quedarse" en esas cuestiones?

Es una característica que nos gusta y compartimos en Feedback. No es sólo lo técnico en cuanto a equipamiento, sino a avances en realización y post-producción, software de trabajo, etc. Si te gusta, es algo que se hace casi de manera natural. Somos de ver mucho material, investigar y probar, siempre nos gustó el desafío de intentar cosas nuevas. El mismo trabajo nuestro es como un aprendizaje constante, diario. □

NOTA PABLO DÍAZ D'ANGELO

SE VIENE EL ROCKSARIAZO

UN PROGRAMA DE LA TV ROSARINA CUMPLE TRES TEMPORADAS DÁNDOLE ESPACIO A LOS ARTISTAS INDEPENDIENTES DE LA REGIÓN.

Rocksariazo es un espacio que apunta a difundir videoclips de agrupaciones de Rosario y alrededores. Una manera distinta de promover la música en formato audiovisual, que no tiene un espacio concreto en los medios masivos. Fue una creación de una productora integrada por jóvenes, pero ya con 10 años de experiencia en prensa y difusión de artistas y empresas.

Bulldog, Cielo Razzo, Vilma Palma e Vampiros y una extensa lista de grupos under de su zona de influencia han pasado por esta co-producción en la que colabora el canal TV Regional, con la finalidad de que los artistas tengan un espacio para mostrar sus trabajos en imágenes.

Hernán Altamirano, mentor de este Rocksariazo, declaró: "Bollore Films y Sebastián González fueron los únicos que lograron entender mi idea y después de tantos años de búsqueda y frustraciones, estoy muy agradecido a las bandas que valoran este espacio".

¿Qué es lo principal que quiere mostrar, en imágenes, Rocksariazo?

Hay mucho talento en Rosario y sus alrededores. Hay arte que por ahí no se sabe aprovechar. Artistas desconocidos que deben tener su oportunidad. Gente que necesita ser apoyada desde varios sec-

tores (medios, Estado, comercios, empresarios) y nosotros queremos darle espacio a las bandas para que en sus "cinco minutos de fama" puedan darse a conocer.

¿Qué clip recuerdan como el mejor de la historia?

"Another brick in the wall" de Pink Floyd. Cualquiera de Soda Stereo, a nivel nacional. Y en cuanto a lo local, un video que nos motivó a generar un nuevo espacio: fue "Pump up the jam", de Sucesores de la Bestia. Igualmente, todos los días descubrimos cosas geniales que nos motivan a continuar apoyando esta movida.

¿Qué diferencias encuentran en los clips de la era MTV a los actuales, posteriores al advenimiento de YouTube?

Notorias, porque el proceso de elaboración era más delicado en los '90s. Un porcentaje mínimo de bandas, a nivel nacional, lograban tener a su alcance la tecnología necesaria para realizar producciones audiovisuales. Ni hablar de los artistas rosarinos; son contados los que pudieron lograr tener sus videos. Actualmente, con cualquier teléfono celular pretenden armar un videoclip, cosa que no veo mal. Pero sea con un teléfono o con una cámara GoPro, si el trabajo final tiene creatividad, te das cuenta de entrada. A ese tipo de laburos apunta Rocksariazo: a las producciones bien realizadas.



¿Las tecnologías favorecieron o complicaron la producción de Rocksariazo?

Nos favorecieron mucho. De hecho, supimos sacarle provecho. En cuanto a las redes sociales, muchísima gente ve y conoce a los artistas por el programa en TV; pero también es importante la cantidad de gente que ve y comparte los contenidos en Internet. En cuanto a los recursos que utilizamos para la elaboración de

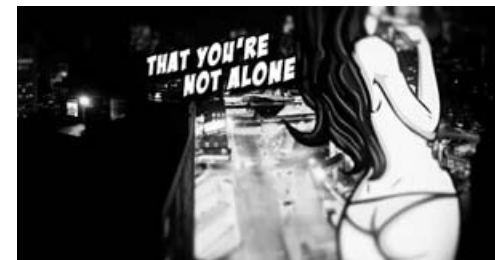
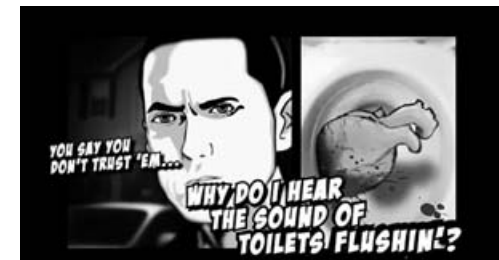
más
Rocksariazo se ve los miércoles a las 20:30 y los sábados a las 23:30 por TV Regional (Canal 2 de Cablevisión, en Rosario). Además, el archivo está online en www.vimeo.com/rocksariazo

Rocksariazo, sabemos también que las nuevas tecnologías nos han facilitado mucho conseguir que algo que yo tenía dando vueltas en la cabeza hace 10 años pudiera materializarse.

Además de videos, ¿qué apuestan a mostrar en el programa?

A la banda. Quiénes son, qué piensan. Mas allá del artista está la persona, y eso es lo que queremos dar a conocer. Las entrevistas son a las personas antes que a los artistas. Suelen ser charlas particulares en las que tratamos de sacarlos del esquema de la típica entrevista, así pueden mostrar mucho más. □

NOTA PABLO DÍAZ D'ANGELO



CUATRO MAESTROS DEL CINECLIP

GONDRY, FINCHER, LYNCH Y NOÉ: CUATRO DIRECTORES QUE CREEN QUE EN TRES MINUTOS SE PUEDE HACER POESÍA Y PATEAR EL TABLERO PREFORMATEADO DEL MERCADO.

TEXTO
CECILIA RODRÍGUEZ

Para los cineastas escépticos y de elite el debate sobre los videoclips se resuelve fácilmente: son los hermanos menores del cine; un género trash que es sinónimo de MTV y de chicas en bikini meneándose al lado de una pileta. Pero también hay otra clase de directores, que no se avergüenzan del formato y que, en vez de despreciarlo con críticas destructivas, lo reconstruyen una y otra vez a puro cine.

David Lynch



Si hay un director al que de verdad no le importan nada los cánones, ése es Lynch. Genio surrealista -o desquiciado absoluto-, el creador de "Terciopelo azul" no podía incursionar en el videoclip sin que le saliera una *pieza-hecha para-no-entender*. Y así llegó "Shot in the back of the head" ('09), para Moby: un oscuro video de animación en el que una cabeza flota por los aires, una ciudad está envuelta en brumas tachonadas, y nada – excepto que alguien le dispara a otro en la nuca- puede explicarse. De ritmo hipnótico y clima enrarecido, el video es un festín solo apto para

lyncheanos o para quienes odian con toda su alma los videos a lo Britney Spears.

David Fincher



Antes de descoser la pantalla grande con sus thrillers, Fincher también tuvo de cuna a los videoclips: ya de purrete filmó para Sting ("Englishman in New York", '88), para Madonna ("Express yourself", '89), para Billy Idol ("Cradle of love", '90), y para los Stones ("Love is strong", '94). Y, después de eso, derechito a las grandes ligas, a hacer cine contundente: "El club de la pelea" ('99), "Seven" ('95) o "El curioso caso de Benjamin Button" ('08).

Michel Gondry



Esta promesa del cine de autor (creador de "Eterno resplandor de una mente sin recuerdos", '04) sí que tiene puesta la camiseta de los videoclips, pero a la inversa: disconforme con el lenguaje pochoclero, Gondry rompió con cuanto código narrativo y estético encontró y se inventó un estilo propio que se nota, constante, en todos y cada uno de sus films y videoclips. Los que filmó para McCartney

("Dance tonight", '07), para Massive Attack ("Protection", '95), para Sinead O' Connor ("Fire in Babylon", '94), para Foo Fighters ("Everlong", '97) y hasta para los Stones versionando a Dylan ("Like a Rolling Stone", '95, donde usa su técnica *bullet time* de ralentización extrema del tiempo, que "Matrix" volvería famosa casi un lustro después). Ver los videos de Gondry es entrar en un universo onírico que homenajea a la música. Las imágenes bellas hasta rozar lo pictórico, las narraciones no lineales, los movimientos de cámara tan extraños como musicales y muchos, pero muchos kilos de creatividad convierten a todo lo que Gondry filma en una experiencia solo comparable con una mismísima alteración de la conciencia. Con un trip.

Gaspar Noé



A este enfant terrible porteño tampoco le gustan demasiado la moral burguesa y las buenas costumbres. Su cine nos ha regalado encantadores personajes como un carnicero border que desea a su hija autista ("Solo contra todos", '98) o escenas inolvidables como la violación más brutal de la historia del cine ("Irreversible", '02). Por eso, cuando Noé decidió rodar un clip, hizo lo que todo el mundo esperaba de él y filmó para Placebo "Protege Moi" ('03), el anticlip: un largo, oscuro y desenfocado plano secuencia que nos lleva de paseo por una orgía casi ritual, en la que dos hermosas lesbianas se buscan, se encuentran y se aman rodeadas de sexo explícito y ríos de droga. De más está decir que Noé obtuvo lo que quiso: este video fue censurado en todo el mundo, ningún canal de videos lo pasó jamás y, por supuesto, se volvió de culto. Para quien quiera pasar por la experiencia, esta incorrección hecha video (aún) puede encontrarse en internet: la versión censurada en Youtube; la otra, en su sitio porno de confianza. □

TACHAS Y POCHOCLO

LA SIGUIENTE ES UNA FILMOGRAFÍA BÁSICA DE PELÍCULAS ARGENTINAS ROCKERAS (Y NO TANTO).

¡Tango!

1933 Luis José Moglia Barth

Venga a bailar el rock

1957 Carlos Marcos Stevani

Hasta que se ponga el sol

1973 Aníbal Uset

BARock

1982 Héctor Olivera

Prima Rock

1982 Osvaldo Andéchaga

Tango Feroz: la leyenda de Tanguito

1993 Marcelo Piñeyro

Peperina

1995 Raúl de la Torre

Luca Vive

2002 Jorge Coscia

Cosquín Rock público en vivo

2003 Rodolfo Vila

Buscando a Reynolds

2004 Néstor Frenkel

Argentina Beat

2006 Hernán Gaffet

Que sea rock

2006 Sebastián Schindel

Luca – La película

2007 Rodrigo Spina

100 pájaros

2009 Sergio Bellotti

Qué sois ahora?, un documental sobre Pequeña Orquesta Reincidentes

2011 Gustavo Galuppo y Mariano Goldgrob

Peter Capusotto y sus 3Dimensiones

2012 Pedro Saborido

El último Elvis

2012 Armando Bó



“EL CINE SIN MÚSICA SERÍA UN PLOMAZO”

FERNANDO KABUSACKI ENCABEZA LA NATIONAL FILM CHAMBER ORCHESTRA, CON LA QUE MUSICALIZA PELÍCULAS MUDAS. ADEMÁS, COMPONE PARA TEATRO, CINE Y DIBUJOS ANIMADOS.

TEXTO
MANUEL BUSCALIA
FOTOGRAFÍA
TATIANA DANIELE

Lleva más de 20 años poniéndole música a filmes clásicos mudos; obras de Fritz Lang o de F.W. Murnau, entre otros. Toca con el inglés Robert Fripp, en su proyecto de improvisación con guitarras. Tiene su propio grupo y gira asiduamente por Europa y Japón. Kabusacki se considera un músico de rock y camina por la fina línea en la cual la música no debe ganar protagonismo a las imágenes, sino complementar la historia.

¿Cuál creés que es la relación entre la música y el cine?

Creo que es muy cercana. El cine es un poco música hecha imagen, por decirlo de alguna manera. A mí me gusta ese tipo de cine, más que cuando lo único importante es la historia. Me interesa cuando tiene un ritmo musical y el sonido está bueno y tiene una dinámica. Me parece que el cine sin la música sería un plomazo. Hay films que no tienen música, pero me cuesta mucho apreciarlos. Y por el otro lado, son películas que tienen mucho ritmo sonoro, no necesitan sonido. Creo que la música es fundamental para el cine y el cine para la música, en cuanto a que hay muchas canciones y melodías que la gente solo las escucha ahí.

¿Cuándo te diste cuenta de que la música era lo tuyo?

De chiquito siempre me gustó y

me acuerdo que me quería meter adentro de los parlantes. Parece que quería ver de dónde venía. Después, averigüé que venía del amplificador, del cassette y del disco, pero no me alcanzó con eso. Quería saber más y seguí explorando hasta de grande. En realidad, todavía me pasa un poco eso. Hay fotos de cuando yo tenía cinco años que estoy con una guitarra en la mano.

¿Viene de familia?

Mi mamá toca el piano, pero no es música, es abogada. Y mi viejo canta tango, sabe todas las letras de todos los tangos, pero canta muy mal y es contador. Se ve que a ellos también les gustaba la música, pero soy el primero que se dedicó a ser músico.

¿Hace cuánto qué componés para películas, dibujos y teatro?

En realidad fue al revés. Mi amigo Pablo Rodríguez Jáuregui empezó a usar algunas canciones para unas animaciones que él tenía, unos ejercicios. Después empezamos a trabajar juntos, yo componiendo para cositas que él hacía o viceversa. Eso empezó en el '90, más o menos... Hace muchos años que colaboramos juntos.

¿Cuáles de tus obras destacarías y dentro de qué género?

Obras de teatro hice dos nada más. Pero no me considero muy afín al género. Me fue bien, pero

no soy muy de eso. Más del cine, más de la animación. Con Pablo hicimos un montón de cosas. Una de las que más recuerdo es “El Gordo”, que empezó a ganar en los festivales de video y animación acá en Argentina y después en Alemania, también. Como extendimos el trabajo juntos, hubo algo llamado “The Planet”, que era un disco mio con dibujos animados y otras obras visuales, video arte y cosas así. Ganamos el Festival de La Habana. Esa película está buenísima porque es bastante rara. Si bien tenía una unidad, cada uno hacía lo que quería, basado en la música.

Las giras de Kabusacki son constantes. En julio 2012, Fernando musicalizó “Metrópolis” en Rosario con una super orquesta integrada por Fernando Samalea en batería y percusión, Matías Mango (de Viejas Locas) en teclados, César Franov (ex Fito y Spinetta



EL CINE ES UN POCO MÚSICA HECHA IMAGEN.”

Jade) en bajo y un ensamble de nueve chelos dirigido por Claudio Peña. Luego, rumbearía nuevamente para Europa y Japón.

¿Se puede vivir de esto en Argentina o es más fácil en el exterior?

Me parece que afuera es más simple. Por otro lado, yo creo que es donde me tocó estar. Yo nací acá y la única ciudadanía que tengo es la argentina. Entonces, estar afuera es complicado. Tuve posibilidades de quedarme en el exterior, pero siempre me pareció muy difícil en aspectos prácticos. Yo tengo mi corazón en Argentina, siempre me gustó mucho Spinetta y esas cosas. Me hubiera resultado casi imposible vivir afuera. Igual, siempre lo pienso: no sé si todos estamos para hacer lo que es más fácil. Si hiciera lo que es más fácil, buscaría algo más difícil.

Tuviste la oportunidad de tocar con músicos del nivel de Charly.

Sí, con Charly toqué varios años. Somos muy amigos. Estuvimos mucho juntos en la época de “Kill Gil”. Grabamos millones de cosas, tocamos un montón de veces. Él toca en tres de mis discos. Compartimos un montón de cosas a nivel musical, tenemos una gran química juntos. Después, no soy muy afín al rock nacional. Tengo mucha veneración por algunos pocos. Fito una vez vino a tocar con la Orquesta de Películas, que hicimos “Metrópolis”. Después las otras estrellas del rock, no. Tengo mucha admiración por Charly y Spinetta, desde siempre. Musicalizamos “El fantasma

de la ópera” con Charly y “Nosferatu” con el Mono Fontana.

¿Cómo salió la idea de musicalizar películas en vivo?

Esto surgió con Jáuregui en un verano que estuve en Rosario y se nos ocurrió hacer las proyecciones de las películas de Winsor McCay, que es uno de los primeros realizadores de dibujos animados. Organizamos unas funciones en las cuales también pasábamos las películas de Pablo y las traía Fernando Martín Peña (actualmente director del área de cine del Malba). Pasamos algunas películas y yo tocaba en vivo. Después, Peña sugirió hacer otras películas, comenzó a ir mucha gente. Fue hace como 20 años también. Como no sé leer bien las partituras, me es más fácil leer películas.

¿Cómo ves la actualidad de la composición de bandas sonoras argentinas?

No me gusta mucho la música para películas que yo suelo escuchar. Pero no es una cosa de crítica. Creo que hubo momentos muchos mejores, mismo en la música, en el rock nacional. Hay bandas que están buenas, pero lo que se escucha en la radio... creo que otras épocas eran mejores. Ni hablar por ejemplo de La máquina de hacer pájaros, que tocaban increíblemente todos, o Moris, Vox Dei... Eran bandas tremendas comparadas con lo que escucho ahora. Por otro lado, sin ser un nostálgico, tengo esperanzas de que va a haber bandas mucho mejores que las que hubo antes. Pero creo que este momento es un poco de transición. □



DVDs Y BLU-RAYS: UN MERCADO CON DUDAS

LAS VENTAS OFICIALES DE ESTOS FORMATOS DEJAN MUCHO QUE DESEAR. SIN EMBARGO, LA REALIDAD ES OTRA, MUCHO MÁS PROMETEDORA.

A juzgar por las estadísticas oficiales, en nuestro país prácticamente no existe el mercado del DVD musical. Los pocos datos disponibles son bastantes pesimistas para casi todos los soporosos: según el Observatorio de Industrias Creativas, las ventas de música en formatos físicos (que representaban más de la mitad de las ventas en 2005) hoy son sólo una cuarta parte del total. Sin embargo, siempre hay un mercado paralelo con una realidad diferente, ya sea por la independencia artística y económica o por la venta ilegal. Se calcula que se han editado unos 150 títulos de artistas argentinos de rock, pop y blues; y el número se amplía a 1200 si contamos otros estilos musicales e incluimos títulos importados. Pero al comercializarse por fuera del mercado tradicional, resulta imposible mensurar su volumen.

Y desde ya, no figuran en los rankings de Capif. La industria de la música está reconfigurándose a nivel global: en todo el mundo, la caída en la venta de los discos es masiva (un 23% anual). En este contexto de florecimiento de la descarga, las principales afectadas son las discográficas, que a lo largo de la última década intentaron revertir sus números en rojo con diferentes estrategias. Una de ellas fue el intento de crear una necesidad de consumir el DVD como complemento al CD; intento que fracasó rotundamente ya que, como informa el reporte de la Federación Internacional de la Industria Discográfica (IFPI), luego del boom inicial las ventas del nuevo formato también comenzaron a caer desde 2005. Sebastián, dueño de la cadena de alquiler DVD Phone, lo vive en carne propia: "Si en 2007 se alqui-

laban 10 películas y 1 musical, hoy se alquilan 3 películas y ningún musical". En sus negocios, de los 7.000 títulos que están en alquiler, sólo 40 están vinculados a la música: "Ya ni siquiera los pongo en exhibición porque nadie los pide"- explica- "Y es lógico: ¿quién va a alquilar por 15 pesos cuando comprarte un DVD (nacional) te sale 80?". Pero los que se dedican a la venta tampoco la pasan bien: "De los 30 DVDs que tengo" -cuenta Ariel, de la disquería Hotter en pleno Belgrano- "vendo 4 ó 5 por mes como mucho, casi nunca nacionales y siempre a coleccionistas, a tipos grandes que se dan un gusto". El ranking anual de los 20 DVDs musicales más vendidos en la Argentina según el Observatorio de Industrias Creativas grafica claramente lo que señala Ariel: 15 de ellos son conciertos en vivo de artistas internacionales como AC/DC o

Roger Waters y es notable lo débil que está el mercado nacional: solo dos artistas argentinos ingresan al ranking, también con shows en vivo: Soda Stereo ("Me verás volver" y "El último concierto") y... Piñón Fijo.

Por otro lado, con la emergencia de nuevas tecnologías fáciles de usar y gratuitas, cualquier artista que cuente con algunos conocimientos técnicos puede hacer un máster de su obra, lo que era impensado hace algunos años. Y *obra* no significa solamente disco: también incluye el formato DVD. La producción ya no está monopolizada por grandes compañías: con sellos propios o con el asesoramiento de la UMI, los costos de creación de DVDs son mucho más bajos para los músicos, además del lógico mayor porcentaje de ganancia por unidad vendida. El multicopiado oscila entre 6 y 8 pesos cada unidad, si se producen un lote de 500 copias. De todas formas, muchos proveedores alertan que, ante las complicaciones para importar el material virgen, los precios pueden variar fácilmente.

Las grandes discográficas, ahogadas por el cambio de paradigma, buscan reconfigurarse como pueden: si antes solo grababan y promocionaban discos, ahora quieren organizar los recitales, manejar los derechos de autor, coordinar el merchandising. La producción de DVDs de alta calidad visual es su intento por explotar hasta la última gota a la única fuente de dinero que no puede ser descargada por internet: los conciertos. □

NOTA CECILIA RODRÍGUEZ

50 AÑOS RECONVERTIDOS EN DIGITAL

UN EBOOK SOBRE LOS STONES DEMUESTRA CÓMO LOS NUEVOS FORMATOS PUEDEN SUMARLE OTRAS DIMENSIONES A UN LANZAMIENTO Y REPLANTEAR TODA UNA INDUSTRIA.

La industria musical se nutre mucho de los aniversarios. La reedición de discos clásicos a 10, 20, 25 ó 30 años de su lanzamiento original es el caso más conocido. Con los avances tecnológicos se incorporó la posibilidad de la remasterización de los audios. Luego se complementaron con material fotográfico inédito o poco conocido, con tomas alternativas. En el mejor de los casos, con alguna producción periodística que aporte contexto o interpretación.

Los medios digitales han abierto definitivamente la puerta hacia una nueva dimensión de productos, donde la interactividad, la portabilidad y, sobretodo, el precio son sus principales ventajas. "50 Years: The Rolling Stones. Views from the inside, views from the Outside" es un e-book de 1683 páginas escrito por el periodista Hanspeter Künzler que rescata artículos periodísticos y entrevistas de toda la carrera de la banda y unas 150 fotos.

Lo más atractivo para el lector es que está disponible en varios formatos: mobi, epub, pdf, lo que lo convierte en multiplataforma. Si bien se comercializa en inglés, su costo es más que accesible: 14,99 dólares. Kuenzler, el compilador, es un

periodista freelance suizo que vive en Londres y se ha especializado en la música: ha entrevistado a las principales figuras del *entertainment* mundial, como Paul McCartney, Radiohead, Blur, Oasis, Robert Plant y un largo etcétera. Su salto a la fama fue gracias a Michael Jackson: Kuenzler había escrito una biografía sobre *el rey del pop* que tenía fecha de lanzamiento para el 26 de junio de 2009. Michael murió la noche anterior y ese afortunado *timing* lo llevó a ser un best-seller.

A continuación, algunos pasajes de una de las tantas entrevistas a Mick Jagger que recopila el trabajo.

Hay una frase que dice "si no evolucionás, desaparecés". ¿Cómo pueden ustedes seguir desarrollándose después de llegar a ser The Rolling Stones? Tenés que alejarte de ser una repetición de vos mismo. Es algo muy difícil de conseguir, seas un escritor, un periodista o un pintor. El negocio del rock es muy estrecho, los límites son muy ajustados y es muy difícil mantener algo interesante dentro de esos límites. Así que hay muchas ideas prefabricadas que te obligan a seguir igual.



Los Stones posan en un barco sobre el río Támesis, en 1964. Abajo, Jagger es arrestado en 1967 por posesión de drogas prohibidas.



50 Years: The Rolling Stones. Views from the inside, views from the Outside
Hanspeter Künzler
2012
The eBook People

¿Te parece que hay actualmente bandas que podrían convertirse en algo tan grande como los Stones?

No lo creo. Es que el rock, definido como cuatro tipos tocando en una banda, era algo novedoso en los '60s. Pero ya llevamos 50 años con la misma idea repitiéndose. Entonces, ¿cuánto más puede durar? ¿Una generación? ¿Tres generaciones? Es como un concepto viejo. Probablemente sea más difícil hacer ruido ahora que lo que fue en aquél momento.

¿Se sienten obligados a tantos efectos, tantas luces y otros recursos arriba del escenario?

Depende un poco de dónde estés tocando. A comienzos de los '60s, cuando tocábamos en teatros, no era para nada común. Y una vez que comenzó esa tendencia, se hizo algo casi indispensable. Hoy en día, si vamos a tocar en un teatro chiquito, no es necesaria la pirotecnia. Pero si vamos a presentarnos en estadios gigantes, estás obligado a hacer algo visual. No podés salir así nomás.

¿Eso no implica desviar la atención de los espectadores?

Sí, claro. Pero yo creo que la gente que asiste a un show en un estadio no va a escuchar la música original. Es una experiencia más compleja, es una mezcla entre ir a un partido de fútbol y a un concierto. Estás realmente esperando y necesitando algo que mejore tu experiencia visual. Para amplificar y mejorar esa experiencia necesitás algo más que buena música. La cuestión es que los músicos creen que eso es todo lo que la gente quiere, pero yo no lo veo así. □



Dos momentos: Charly y Luis, "Rezo por vos" en "Cable a tierra"; Soda Stereo y su MTV Unplugged.



SOBREDOSIS DE TV

CÓMO LA TELEVISIÓN CONTRIBUYÓ A CONVERTIR AL ROCK EN UNA MÚSICA "PARA TODA LA FAMILIA" A CAMBIO DE DIFUSIÓN MASIVA.

Cuando Lou Reed cantaba en *Satellite of Love* "me encanta ver las cosas en la televisión" anticipaba un giro cultural a comienzos de los '70s: los hechos no se vivirían, se contemplarían desde la comodidad de un sillón. En Argentina, esta tendencia se instaló desde los inicios del rock. El programa "Sábados circulares" ofrecía en horario central los números en vivo de Tanguito o Los Gatos por Canal 13. Aquellos rockeros -perseguidos, encarcelados y marginados por su estética, sus costumbres, lugares y horarios de encuentro-, se mostraban buenos y prolijos fuera de su hábitat natural. La relación entre el rock y la TV se profundizó a partir de la década de los '80s, con la propagación de los recitales en estadios. La mayoría de nuestros músicos se presentaron

en programas *kitsch* de entretenimientos con el objetivo de incrementar aún más su popularidad (como Gustavo Cerati tocando en el programa "Ritmo de la Noche" de Marcelo Tinelli; la histórica reunión de Charly García y Luis Alberto Spinetta en "Cable a Tierra"; y Federico Moura o Riff conversando en el sillón de Susana Giménez). Mientras tanto, "Badía y Cía" se instaló como una radiografía exacta del contexto cultural del rock post-dictadura y marcó una dirección que décadas después fue continuada por "Música para soñar" (dirigido por Javier Malo-setti), "Volver Rock" (conducido por periodistas y músicos) y "Encuentro en el Estudio" (el brillante ciclo de Lalo Mir). Pero los protocolos de la televisión muchas veces no encuadraron con

la idiosincrasia del rock y así algunos músicos dejaron imágenes imborrables: la discusión entre Pappo y Dj Dero en "Sábado Bus"; las entrevistas de Beto Casella a Ricardo Iorio; los desopilantes play-backs de Divididos en "Hacelo por Mi"; y Mano Negra destrozando el estudio de "La TV Ataca" al grito de "¡La televisión es una mierda. Viva la anarquía!". En las antípodas, grupos como los Redonditos de Ricota construyeron su encriptado misticismo de espaldas a la pantalla. Con una idea similar, Turf cantaba "No sigan empujándose por aparecer en Crónica TV", mientras algunos rockeros tomaban el rol de conductores (como Palo Pandolfo, Emilio del Guccio, Antonio Birabent, Diego Mizrahi, Bahiano, Roberto Pettinato y Pipo Cipolatti) y actores (como Pappo, Juana Molina o Patricia Sosa). Otros, en cambio, optaron por ventilar su privacidad (como el politóxico Andy Chango; Pity Álvarez ingiriendo comida podrida; y Charly García balbuceando incoherencias desde su cama). Los programas sensacionalistas se regodeaban de la decadencia y los escándalos de algunos músicos,

mientras especulaban con los incidentes en los recitales para *criminalizar la cultura rock*. Si bien en 1972 Keith Richards tiraba televisores por el balcón como un acto simbólico de repudio y el espectáculo "Zoo TV" de U2 denunciaba su poder de dominio sobre la población más de veinte años después, lo cierto es que la televisión transformó a esta contracultura en un entretenimiento de masas. La rebeldía ya no era peligrosa sino pintoresca y atractiva (un cambio de paradigmas reflejado a la perfección en el nihilismo irónico de Peter Capusotto). Así, el rock vio la posibilidad de expandir su mercado y, a riesgo de sacrificar parte de su esencia, se apuntaló sobre aquellas nuevas generaciones que experimentan la realidad a través de pantallas (computadora, teléfono celular y TV). De este modo, las clínicas de guitarra por televisión, las transmisiones en vivo de recitales, programas, informes y canales especiales, proponen un cambio de enfoque en la percepción: hoy en el rock, *lo esencial no es invisible a los ojos*. □

NOTA MATÍAS RECIS

EL MONO TREMENDO

PRECURSOR DE LAS ANIMACIONES ARGENTINAS ONLINE, "EL MONO MARIO" REGRESÓ A LA WEB Y VOLVIÓ A SER UN ÉXITO.

Si hay un género que caracteriza a los canales de música es la animación. Inundados por videoclips que suenan y lucen iguales, estas señales recurrieron a los dibujos animados para marcar una personalidad que las diferenciara de sus competidoras. Más sofisticados y realistas. Más precarios y simplistas. Animaciones al fin. A mediados del 2000 la web criolla vio el nacimiento de El Mono Mario, la primera serie online animada de estas tierras. Pese a las inestables conexiones telefónicas que exigían descargar la película para luego poder verla con cierta fluidez, este producto marcó una época. Gastón Pérez es el responsable del Mono y recuerda cómo se producía el fenómeno: "en algún momento, entre dibujantes, animadores y administrativos teníamos cerca de 30 personas trabajando". El Mono estuvo dos temporadas en Much Music, allá por 2003, 2004. "Funcionaba bastante bien, era lo más visto del canal".

¿Y qué pasó que dejaron de hacerlo?

En lo mejor del personaje nos tocó lo peor del país. Más que nada, se complicaba generar ingresos para financiarlo, así que lo suspendimos. Producir animaciones tenía un costo muy alto y en la productora también hacía-



El típico porteño piola. Al límite con la ley y con objetivos claros: la guita y las minas.

mos animaciones para terceros. Llegó un momento en que convenía hacer más trabajos para afuera que apostar a esto.

En el 2010 decidieron reflotarlo, manteniendo la esencia pero *aggiornando* el personaje. Ahora están estrenando un capítulo cada diez días y esperan bajar a una frecuencia semanal.

¿Qué cambió?

El avance de los programas de animación hoy en día te hace ahorrar mucho trabajo. Hay una parte manual y artesanal, que es el dibujo y no fue reemplazada, pero luego se te facilita la animación. Y también influye que tenemos una librería de casi diez años

de producción, porque en animación se reutilizan muchas cosas. Por ejemplo, si el guión dice que el Mono tiene que estar en Nueva York, ya tenemos fondos de Nueva York porque los hemos dibujado para otro capítulo. Necesitás una limusina, ya tengo. Y eso te agiliza mucho. Estos factores hicieron que podamos producir con menos gente. **Y retomaron el control de la web.** Empezamos con una aplicación para iPhone y después lo volcamos a la web. Superamos los 100.000 seguidores en Facebook y ahora ya estamos llegando al capítulo 40 de esta nueva temporada. Los personajes y las historias tienen más o menos los mismos lineamientos que antes. No hubo adaptación

más [facebook.com/NuevoMonoMario](https://www.facebook.com/NuevoMonoMario)

desde ese punto de vista. **¿Qué referencias tenés?** Mi primera experiencia en animación fue El Mono Mario y salió de casualidad. Nunca fui consumidor de comics ni de dibujos animados... Lo único que veía, como todos, es a Los Simpsons. No tanto por el tipo de animación sino más bien por el humor y los detalles que tiene. Y eso creo que es positivo, porque evita que te copies. Lo que hacés será bueno o malo, pero seguro que es original. **¿Lo ves al Mono nuevamente en la tele?** Lo que tiene de bueno la televisión es que te llega mucha gente de golpe. Pero para mí lo más importante, hoy por hoy, son las redes sociales y toda la viralidad que se genera. Nunca hicimos publicidad y todo el tráfico que tenemos se generó desde ahí. Hoy en día es una herramienta fenomenal para el rubro mío, que es el del entretenimiento, sobretodo por el tipo de público que nos sigue, muy participativo, que ayuda a que se vaya propagando. **Entonces, ¿TV o web?** Lo que tiene internet es que los que te juzgan si es bueno o malo lo que hacés son cientos de miles de personas. En cambio en la televisión vos dependés de un tipo, el gerente de programación, que siempre sigue con la misma porquería y es muy difícil meter un producto distinto. Aparte, el mercado es chico acá en Argentina así que llega un momento en que ya tocaste todos los timbres. No es que no me interese estar en televisión, sino que prefiero aprovechar al máximo lo que me da internet, que es una libertad que no la tenés en televisión. □

Cerca de la Revolución

El programa de radio de Rock.com.ar
Con lo mejor del Rock Argentino,
perlitas históricas, rescates,
entrevistas y todas las novedades
Se distribuye en forma libre y gratuita a
emisoras independientes de todo el país
www.cercadelarevolucion.com.ar

DEL LIENZO A LOS SHOWS

LA ARTISTA PLÁSTICA RENATA SCHUSSHEIM SE CONVIRTIÓ EN LA PRIMERA ESCENÓGRAFA DEL ROCK ARGENTINO, LUEGO DE TRABAJAR CON CHARLY GARCÍA.

¿Cómo llegó a vos el arte?

No lo sé, pero a los nueve años tenía muy definida una vocación: me gustaba mucho dibujar. Mi mamá me mandó a estudiar con una profesora y después entré en la carrera de Bellas Artes.

¿Y las canciones?

Cuando pintaba escuchaba música clásica, pero después me metí con el rock de afuera, como Pink Floyd, Supertramp y Yes. Era amiga del compositor Carlos Cutaia y una vez me llevé a ver a La Máquina de Hacer Pájaros. Me encantó lo que hacían y le dije que me lo presentara a Charly García, porque quería ser su amiga.

Pasado un tiempo, ambos descubrieron que los unían las mismas cosas. El músico le pidió que se ocupara de la imagen del show de presentación del disco "Bicicleta" de Serú Girán (1980), en el Estadio Obras. Ése fue su primer trabajo fuera de las artes plásticas: Schussheim se encargó de la puesta en escena, los afiches y del vestuario. Ella cuenta que el clima de trabajo con Charly era "muy bueno" y que cada vez que tenía un problema, él le daba una mano.

¿Qué los unía?

La estética y la música, porque a mí siempre me encantó lo que él hacía. En general las relaciones laborales siempre partieron de una especie de admiración mutua



"Música del alma": el dibujo de Renata fue tapa del disco registrado en vivo en el Festival del Amor, en el momento más oscuro de la historia argentina.

de confianza de abandonarse a que el otro traiga una imagen o que vos le tires una propuesta. Cuando hicimos la presentación de "No bombardeen Buenos Aires", en Ferro en 1982, él me explicó: "me encantaría que se derrumben los edificios, que se pudra todo". Y así fue. Hubo mucho padecimiento porque nos dieron el lugar para armar la escenografía apenas un día antes. Era todo muy sobre la hora y no había tiempo para ensayar. Teníamos una carga de dinamita que iba por cables que nunca habíamos probado. Por ende, salía

como salía. En el medio del show empezó a llover y yo lloraba de la angustia, porque tenía unos nervios muy fuertes. ¡Al final explotó como estaba previsto! Menos mal que se humedeció, porque sino hubiese sido una catástrofe (risas).

¿Te volviste a conectar con él?

Sí, el año pasado el Gobierno de la Ciudad iba a montar un show en la Avenida 9 de Julio. Arranqué a trabajar con eso y al final se cayó, al mejor estilo "Made in Argentina".

¿Qué debe tener una escenografía?

Cuando trabajé con Charly, mi

intención era crear un ámbito donde se pudiera desarrollar el espectáculo y que fuera accesible, porque no teníamos dinero. En la presentación de "Bicicleta" se me ocurrió crear una fila de plantas arriba del escenario. Me enteré de que en el Jardín Botánico estaban podando y me regalaron todo. Era una idea linda porque reproducía un bosque... y porque era gratis.

Charly contó en 1982 que él tenía un dios que lo inspiraba.

¿Y vos?

Sus canciones y mucho de lo que él me contaba me servían para hacerme una idea, sumado al mundo interno que tengo. Siempre soñé con hacer un clip de "Yendo de la cama al living", que lo tengo pensado hace bastante. Trabajé con él en el video de "No me dejan salir" (1983) y ahí conocí por primera vez el truco de la pantalla azul. Cuando hice la tapa de "Música del alma" (1980) tenía que ver con "Bicicleta", pero también con el universo de mis dibujos. Era un espacio en donde se mezclaba todo. Las fantasías de él y las mías se ensamblaban perfectamente.

¿Por qué te parece importante el apoyo visual en un show?

Porque me encanta el teatro y tengo un pie ahí y otro en las artes plásticas. Siempre me pareció que creaba un clima y que no estaba bueno hacer un concierto pelado, con todos los aparatos a la vista, los cables y el desorden. Después, claramente el tiempo me dio la razón: ahora hay un montón de megashows alucinantes con intervenciones de ese tipo. □

NOTA FABRIZIO PEDROTTI
FOTO TATIANA DANIELE

d-rock!
FM 89 SEVETE
el rock en
mar del plata
somos nosotros

Hotelería y Traslado hacia los mejores recitales de Rock
Nacionales e Internacionales

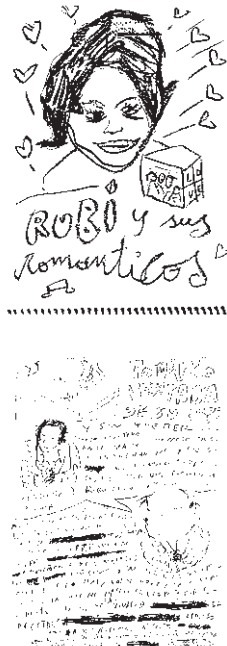


WWW.ELMUNDODELROCK.COM.AR
Av. Corrientes 1312 piso 11ª (CABA) Tel.: 4372-1690
Mail: info@elmundodelrock.com.ar
Buenos Aires - Argentina

" Vos ya nos conoces..!! "
Seriedad, Seguridad y Compromiso

LOS FUNZINES DE BBK

UN LIBRO RECOPILA BUENA PARTE DE AQUELLAS PUBLICACIONES CASERAS QUE NEKRO GENERABA PARA COMPLEMENTAR SU MÚSICA.



MI PEQUEÑA COLECCIÓN DE FUNZINES DE BBKID
BBKid
2011
Edición independiente

A Carlos Rodríguez no le gusta que lo llamen por el nombre que figura en su documento. "Así es como me llama la policía", explica. Prefiere hacerse conocer como Nekro, Boom Boom Kid, Il Carlo o Boom Vän Kinder, dependiendo de la ocasión. Pionero y defensor del *hazlo tú mismo*, Nekro se ocupó siempre de complementar su música con algún tipo de arte gráfico. Fue mediante la edición de fanzines que pudo conocer a los miembros de Fun People, que a su vez tomaron su nombre (después de ente-

rarse de que "Anesthesia" estaba registrado) de una publicación que Nekro editaba de manera artesanal. El primero de todos los fanzines se llamó Green Violence y representaba a un grupo de activistas ecologistas que armó Nekro después de migrar de su Campana natal a la Capital con el objetivo de, entre otras cosas, formar parte de las acciones que salían en las propagandas de Greenpeace. Había visto a los activistas en el medio del océano, boicoteando barcos pesqueros y arriesgando la vida, y quería participar. Pero lamentablemente, en Greenpeace Argentina sólo se respondían cartas. Desde ahí, y de una manera casi compulsiva, Nekro se dedicó a tocar y a editar una larga lista de publicaciones, en las cuales se mezclaban poesías, reseñas de bandas, información para ejercer el anarquismo, contenido sobre cuidado al medio ambiente y caricaturas. Recientemente, salió un libro recopilatorio llamado "Mi pequeña colección de funzines". Ahí, aparecen algunas más dedicadas a la escena hardcore punk local, con entrevistas a bandas, coberturas, reseñas de discos y consejos para ir a recitales. Otras recopilan reflexiones personales, poemas, escritos hechos a mano, dibujos y descargos existenciales varios. Y otras acumulan dibujos propios de los distintos ídolos de Nekro.

Eventualmente, BBK dejó de editar fanzines y empezó a volcar su conceptualidad en los discos. "A veces ese tipo de cosas se dan porque se dan, sin ninguna razón específica. Y al mismo tiempo es por varias cosas. Por un lado, es para ampliar aún más lo que queremos decir. Llegar más allá de la música, del ruido. Y también es para ocupar mi tiempo libre en algo creativo. Coparme con el proceso de producción y con la investigación que lleva hacer un frisbee, un vinilo o un libro". En el 2009 salió "Frisbee", un disco de 35 canciones en 77 minutos que venía dentro de un verdadero frisbee diseñado (y ensamblado) por Nekro y su gente. La idea era invitar al poseedor a que escuchara el disco y después fuera a la plaza de su barrio, a jugar al aire libre entre amigos. La última extravagancia se llama "El Libro Absurdo", una edición producida de manera artesanal, con un CD de 39 canciones, la mayoría inéditas. El manifiesto que acompaña el libro invita al lector a "olvidarse del ego" y "no perseguir a un ídolo, sino construirte a vos". El disco que acompaña la edición fue registrado por Nekro, con un grabador a cinta y algunos instrumentos. "Cuando terminé el libro sentí la necesidad de sumarle algo de música que sirviera para acompañar el acto de la lectura, que ayudara a abstraerse y entrar en ese micro-mundo. Y en una mudanza me encontré estos temas. Acá no hay Pro Tools, no hay nada. Soy yo cantándote al oído". □

NOTA LEANDRO FALCÓN

LA OBRA COMPLETA

EL NUEVO DISCO DE ZUMBADORES CONJUGA MÚSICA, LITERATURA, ILUSTRACIONES, VIDEOS Y MUCHOS INVITADOS ESTRELLA.

La música es el lenguaje de los sonidos. Y como todo lenguaje, tiene sus limitaciones. Las imágenes, las palabras y los videos son lenguajes que también tienen sus limitaciones, pero si se combinan entre sí para transmitir la misma propuesta, el arte gana nuevas dimensiones. "Fábulas de la locura", el cuarto disco de Zumbadores, es una obra dividida en 10 capítulos o fábulas, donde cada parte está formada por: una canción, uno o varios músicos invitados, un videoclip, una ilustración y un texto. En esta ensalada colaboran, sin contar a los miembros de la banda, 45 artistas: 11 escritores, 10 ilustradores, 2 directores de video y 22 músicos invitados. La premisa original del proyecto fue simple: sacar un disco de 10 canciones, festejando los 10 años de la banda. Pero una mezcla de entusiasmo y delirio fue engordando la propuesta durante los casi dos años de trabajo que llevó producirlo. Alejandro Fassi, cantante de Zumbadores, es responsable, junto a Peter Akselrad, de la producción artística: "la idea de las fábulas surge de una de las canciones, que es la que le da el nombre al disco. Y como una de las cosas que queríamos era salir del formato convencional de CD y cajita, surgió la idea de hacerlo como un libro, con capítulos con nombres distintos a las

canciones. Pero si lees los textos vas a ver que no son fábulas convencionales: hay poesías, ensayos, cuentos..." En el disco participan 22 músicos de la primera línea del rock local. Algunos de los momentos más interesantes presentan a Chizzo de La Renga advirtiendo sobre el inminente fin del mundo (en "Dios practica un tsunami"); a Fernando Ruiz Díaz de Catupechu Machu a dúo con Jorge Serrano de Los Decadentes cantándole al amor (en "Un amor sofisticado"), y a Walas de Massacre y Richard Coleman homenajeando al David Bowie de fines de los setenta (en "Heroes"). Al momento de convocar escritores e ilustradores, la propuesta fue que se inspiraran en la letra de un tema para hacer algo propio. Amparados bajo esa libertad,



FÁBULAS DE LA LOCURA
Zumbadores
2012

videos
www.youtube.com/zumbadoresweb



Tres de las diez ilustraciones que completan el álbum: Germán Quibus, Cacho Mandrafina y Rocambole.

cada fábula forma una unidad de texto, canción e ilustración, desde tres perspectivas distintas. Entre los que participan con textos o ilustraciones están Rocambole, el caricaturista Hermenegildo Sábat, el lisérgico artista del comic Gustavo Sala, el poeta Eduardo Mileo y el periodista Reynaldo Sietecase. Además, en el canal de YouTube de la banda se pueden encontrar los 11 videoclips correspondientes a cada canción del disco. Todos fueron dirigidos por Emiliano Alfonsín y Nicolás Igarzúa, y 9 de ellos hechos en forma de animaciones con ilustraciones originales de Juan Manuel Tavella. "Como la gente lo va a subir igual, con una imagen fija o con baja calidad, decidimos hacerlo por nuestra cuenta", explica Alejandro Fassi. "Personalmente, no lo veo como una obra conceptual porque no fue algo que planeamos, sino que se formó mientras lo producíamos, en un estado de metamorfosis constante, que hizo que las piezas del rompecabezas se juntaran solas, casi mágicamente. Ese proceso se terminó de cerrar cuando decidimos dividirlo en fábulas. Pero también creo que es un disco con tantas cosas que permite que cada cual lo interprete a su manera". □

NOTA LEANDRO FALCÓN

“NO ME DABA CUENTA DE LO QUE ESTABA HACIENDO”

ANDY CHERNIAVSKY FUE EL OJO MÁS PERSPICAZ DE UNA ÉPOCA Y REGISTRÓ LOS '80s COMO NADIE. SUS FOTOS FUERON PUBLICADAS EN LOS MEDIOS ESPECIALIZADOS MÁS IMPORTANTES.

TEXTO
MATÍAS RECIS

¿Por qué decidiste ser fotógrafa?

La verdad es que fue bastante azaroso. Me encantaba todo lo relacionado con la imagen y un día, una amiga me invitó a hacer un curso de fotografía. Fui a hacerlo con ella; duraba tres meses. Ya era fotógrafa. Tenía montada una empresita y les sacaba fotos a los chicos jugando en la plaza y luego se las vendía a las madres. Siempre tuve esa veta empresarial. Así me iba pagando la vida de fotógrafa, que es cara: comprar rollos en Buenos Aires en esa época, los equipos, flashes y todo eso. De a poco, me fui armando un estudio.

¿Cómo pasaste de sacarle fotos a los chicos al mundo del rock?

Me pasó que los conocí a Charly y a León. Empezaba a sacar fotos

y saqué en el Festival de Jazz de San Pablo, en aquél momento, de Montreaux. Le saqué fotos a Dizzie Gillespie y otros re-grosos que estaban participando en ese festival. Ahí me di cuenta de que había un espacio: nadie le sacaba buenas fotos a los músicos. Me empecé a copar y la primera foto que me publicaron fue para la revista Periscopio, que no existe más: era John MacLaughlin o Dizzie Gillespie... no me acuerdo bien. Así se fue dando el paso hasta que hice la tapa del disco de León Gieco, "Pensar en nada", en 1982.

¿Cómo fue lograr "esa" imagen de Luca?

Bueno, me pone muy contenta haberlo hecho. Fue en mi estudio. En aquél momento era la fotógrafa de la revista Rock & Pop y tenía que retratar a Luca. Fue una

onda que se dio, muy copada y... ¡saqué esa foto!

Pudiste captar el ángel y la parte humana de Luca.

Sí, quizás en esas fotos es donde se le ve más el alma, el sentimentalismo y todo aquello que tiene que ver con la tristeza y el humor que tenía. Se le ve en la cara. Vino al estudio y yo armé todo con unos cartones que había por ahí. Él vino vestido así. No había vestuario, ni maquillaje ni nada.

¿Es más difícil trabajar con una persona que no requiere vestuario? Vos habías trabajado con Virus y los Abuelos, que tenían una estética más pop. Luca tenía una impronta más punk.

Sí, pero tenía una estética al fin ¡y muy personal! Estaba bueno porque era muy de él, con las Converse, las bombachas de gaucho, los pantalones rotos...



EL ÚLTIMO SHOW QUE HICE FUE UNO DE RAMONES EN OBRAS Y DIJE 'NUNCA MÁS'."



Andy es autora de varias de las fotos más representativas del rock argentino.

Durante los '90s hiciste a Babasónicos, a los Kuryaki y no mucho más. ¿Te volcaste hacia otro lado?

Con los años, obviamente mi trabajo se diversificó. Soy una fotógrafa que hace tapas de discos, catálogos, campañas de moda, tapas de libros o lo que sea. No solamente de rock. En la diversificación, me alejé un poco. Capaz que dejé de ir a los shows porque a determinada edad dije "no quiero salir escupida, llena de gargajos". El último show que hice fue uno de los Ramones en Obras y dije "nunca más" (risas). Además, ¡qué show!

¿Qué jerarquía tenían las luces en esos recitales? Porque imagino que, al respecto, Obras era muy importante...

Sí, es verdad. Obras era la mejor luz junto el Gran Rex y el Opera. Estaba Quaranta, uno de los grandes iluminadores de aquel momento. De repente, tenías una luz más profesional (que fue lo que pasó más adelante con el vestuario y el maquillaje). Esto se puede ver en la foto de Soda Stereo que está buenísima, bien ochentosa, que se están maquillando en el camarín de Obras. Se fue produciendo más el rock y se pasó a otra etapa de mayor producción. Fui teniendo más fotografías de estudio y menos de shows en vivo.

¿Cuánto hay de fanatismo en el fotógrafo? Un colega tuyo, Fito Frati, empezó a fotografiar a Almendra como fan y era el único que llevaba la cámara y sacaba fotos.

A mi me pasó un poco eso. Me fanaticé con Sui Generis y se dio

que en ese momento empecé con la fotografía. Me fanaticé con el rock nacional, me copé mucho. Venía de estar cerca de las bandas porque mi papá era manager: mi viejo, Daniel Cherniavsky, hacía recitales de Moris, León Gieco, Miguel Abuelo y Arco Iris. Estaba muy metida en mirar a las bandas.

¿Cuál era tu equipo de fotógrafa de esos años?

Uh...yo trabajaba con una FE y una FE 2, cámara de rollo de 35 mm. Eran Nikon... a mi siempre me gustó trabajar con Nikon. Tenía un zoom 28-200, un 135. Laburaba con lo que había. Me subía a mi valija y estaba en la primera fila. En aquel momento no había seguridad ni tampoco un espacio para el fotógrafo. Mientras sacaba fotos me caían los desmayados del recital en la cabeza.

En el 2006 algunas de tus fotos se transformaron en estampillas oficiales. ¿Cómo lo viviste?

Me encantan las estampillas. Me pareció súper positivo. Cuando sacaba las fotos en los '80, no me daba cuenta de lo que estaba haciendo. O sea, lo hacía porque me gustaban las bandas, la música y la fotografía. El fotografiar en vivo me hacía sentir una cazadora. Era una manera de pertenecer y seguir un poco al pie del escenario, de cuando mi viejo organizaba todo un show. Era como seguir con mi vida, el estar ahí, entre bambalinas, siempre acompañando a mi viejo. Me sentí en un lugar muy cómodo y muy conocido para mí. La verdad es que ahora me doy cuenta de que estaba escribiendo un cacho de historia con mis fotos, pero en aquél momento no tenía la certeza de eso. □

EZEQUIEL MUÑOZ ES UN FOTÓGRAFO Y VIDEASTA QUE COLECCIONA IMÁGENES DE LA VIDA REAL.

TEXTO
JOSEFINA SCHMIPP



Ezequiel Muñoz,
por Fotoloco.

FOTOLOCO, UN ESTETA DE LA ANTI-MODA

El trabajo de Fotoloco es ser protagonista de la antinomia en la cual la belleza es carácter de ensalzadas minucias deformes, sucias, atrevidas e increíbles. Nació en Caballito y él se siente la calle Corrientes. El ruido, lo diferente, desde que le sacaba fotos a los micros en su viaje de egresado en lugar de a sus compañeritas. Una mirada con una sensibilidad distinta en un mundo donde nos rodean los modelos de publicidad de celulares. Si te cruzás con Ezequiel F. Muñoz por la calle y le preguntás “¿de qué trabajás ahora?” te va a decir “soy Fotoloco ¿y vos?”. Este título se obtiene de collectionar (SIC) imágenes de basura, tapas de inodoros, volquetes, esquinas y músicos de ciertas bandas,

incomprendidas a veces. Fotografíarlas y videografarlas, hacerles videoclip, documentales, sesiones en baños y camionetas y todo en una sola toma. “Por lo general no hago retoma. Si salió mal, cambio. Lo hago en otro lugar, diferente cada vez. Algunos repiten mil veces la toma en un videoclip porque quieren que salga perfecto. No es lo mío. Yo quiero algo que sea real. Inclusive el playback me molesta, ya es mentira para mí. El video de A-Tirador Laser ‘Telo explico’ lo hicimos en dos tomas con la banda tocando en vivo. De hecho, sale un cartel que dice VIVO en el video”. A la hora de hacer videoclips no toma referencias de videos anteriores. “Uno de mis favoritos es de R.E.M., ‘E-Bow The Letter’

(dirigido por Lance Bangs y Dominic DeJoseph). La cosa es que vos ves hoy ese video y *uh, ya vi mil videos iguales*, porque la gente copia mucho las estéticas en los videoclips. Son directores más comerciales, agregan alguna cosita de clips clásicos y arman un lenguaje clipero. Usan un lago seco o un salar, o el actual bosquecito con luz entrando a cámara si el tema es más pop, y listo”. Ezze admira sobre muchas cosas el juego, lo nuevo: “hace pocos días vi que filmaron el video de una banda nueva de Santa Fe con un iPhone y una cámara buena. Habían grabado todas las caras en una misma cara y al abrirse y cerrarse una boca se veía la otra. Se formaba como un grotesco y la

música era muy buena, así que me encantó. Para el formato de video de Youtube podés hacer esas cosas y entonces la banda nueva puede tener 5.000 reproducciones. Aunque ojo: ni por casualidad vendés esos discos. Es medio difícil que los jóvenes compren, es un fetiche de adultos”. Realizó varias tapas, como las de A-Tirador Laser y Lucas Martí, que a la vez son algunas de sus bandas favoritas. También las filmó en variedad de situaciones en vivo, en la intimidad y en momentos no convencionales. “Todavía sigo presentando el documental *Todo lo que Nunca Quisiste Saber Sobre Los Látigos*, y está por salir *El Éxito del Secreto*, la historia en video de A-Tirador Laser. Sigo buscando



SI ME PREGUNTAN QUÉ PIENSO DE LA ESTÉTICA, LO PRIMERO QUE DIGO ES ‘ANTI-ESTÉTICA’. ASÍ ES EL ROCK.”

dónde presentar el de Los Látigos, porque quiero pasarlo donde vayan a ver eso exclusivamente”. Fotoloco es sensible a otras estéticas que no tienen que ver directamente con su estilo. “Me gusta mucho el trabajo deforme en las ideas de Hernán Corera. Él hizo el video de la vuelta de IKV, el tráiler de los zombis. También me gusta

Theo La Fleur, que es muy fan de la tecnología y la usa a full. Es muy prolijo como Hernán, pero es a la vez muy tecnológico, yo no soy así. También me encanta la visión de Lula Bauer, fotógrafa muy prolija y con ideas de encuadres raros y mágicos, una composición que es difícil de explicar. Gustavo di Mario tiene una mezcla de prolijo y desprolijo, personas lindas y bien vestidas en lugares sucios o extraños y viceversa. También Martín Bonetto: me encantó que haya sacado su libro “Fotorrage”. Yo usé alguna de sus fotos para un compilado del libro de Babasónicos, *Arrogante Rock*. Como es un tipo muy amigable y divertido genera la confianza que necesita un fotógrafo para hacer excelentes fotos y tiene una forma

de retratar muy plástica. Todos manejan un nivel de originalidad que admiro y, aunque son artistas prolivos, no encuentro un sucio desprolijo como yo”. A la hora de filmar, su estilo no sigue los avances de la tecnología. “Para los últimos videos que filmé busco cámaras de imagen confusa. No quiero un efecto *vintage*, sino desprolijo. Filmé con una cámara de seguridad a color, que cuando se hace de noche se pone medio gris verdoso y se le hace un arco iris en los bordes, y ahora estoy arreglando una cámara de juguete onda *mi primera cámara*, para ver qué sale. Cuando me dicen filmemos un clip, yo les digo ‘conseguime la cámara y listo’. No me gusta lo producido. No tengo una estética, lo más parecido sería una anti-estética. A mi gusta la estética de estar acá, y vos estás sentada ahí, entonces filmamos así como está”. A veces este formato desprolijo produce cierto resquemor, no solo en el público, si no también en colegas. “Armé un video para ArteBA, para el karaoke de artista de Costado Galería. Mi idea era que el músico te marcara lo que tenías que cantar a medida que pasaba el tema. Los Victoria Mil se coparon y armamos un video para uno de sus temas nuevos con un croma, pero no lo hicimos sobre la tela azul o verde que se suele usar. Se borró entonces el color y por ende también partes del cuerpo: quedó desprolijo a propósito. Le di crédito a quien filmó conmigo, un groso director de fotografía. Aunque la banda se separó, el video terminó igual en

Youtube y cuando este director lo vio se quería morir. Aunque estaba hecho a propósito, me mandó un mail larguísimo pidiéndome que lo sacara inmediatamente, que era un desastre todo mal hecho y que su nombre no podía estar ahí. Lo sacamos y listo, pero él me siguió escribiendo, estaba súper indignado”. “Una vez me deprimió que estaba haciendo algo y me dijeron que se parecía a Almodóvar”, recuerda Ezequiel. “Yo jamás miré una película de Almodóvar, no me interesa ser Almodóvar”, remarca. A la hora de ver sus resultados hay ciertas cosas que Ezequiel tiene muy claras: “no importa mucho lo que genero en la gente, quiero divertirme haciéndolo y que la banda quede contenta”. La estética de Ezequiel no es del todo comprendida: “cuando empecé a estudiar en la Escuela Argentina de Fotografía conocí a Jorge Mónaco. Al final, me pasé al ENFO, instituto que abrió él después. Él nos re alentaba, nos daba premios, hacía concursos. Yo a la vez estudiaba cine y, cuando iba a Fotografía en Cine, llevaba las mismas fotos que al ENFO y me desaprobaban. Donde vivimos no se puede trabajar con una estética como la que yo tengo, una estética sucia. Lo más sucio que puede haber es un chico sin afeitarse, pero es hermoso con ropa linda. A mí eso me aburre, por eso me alejé de la publicidad, porque vos trabajás en eso y atrás tenés un gordito con rulos que te dice ‘eso que estás sacando no tiene onda’. Y la verdad, pienso: ‘vos tampoco tenés onda’” (risas). □

LA UNIÓN DE LA MÚSICA Y EL DISEÑO

ULISES EYHERABIDE ES CANTANTE Y GUITARRISTA DE RESCATE. PERO ADEMÁS, TIENE A SU CARGO LA IMAGEN DE LA BANDA.

Rescate es uno de esos grupos más reconocidos en el exterior que en su país: hizo giras por México, Estados Unidos, Puerto Rico, España, Italia y Alemania. Pero además de su música, lo que identifica a la banda es su imagen, prolija y cuidada. El responsable del aspecto visual es su cantante, Ulises Eyherabide, quien estudió diseño gráfico y arquitectura en la Universidad Nacional de Rosario. El músico cuenta que cuando llegó a la adolescencia, trabajó en una empresa de serigrafía: “empecé a diseñar logotipos, calcomanías para boliches y afiches para bandas, todavía sin formación ni estudio. Luego, mientras cursaba, me metí en agencias de publicidad y con la práctica, fue todo mucho más rico. Aprendí algo de animación, fotografía y video”.

¿Cómo se conjugan los roles de diseñador y músico?

Es algo tan simple como desafiante. Una canción y una imagen comienzan de la misma forma: con un papel en blanco. Son profesiones que dependen de la creatividad.

Te encargaste del arte de los ocho discos de Rescate. ¿Diseñaste para algún otro artista?

En mi etapa de estudiante recuerdo haber colaborado con bandas *under*, pero mi trabajo



UNA CANCIÓN Y UNA IMAGEN COMIENZAN DE LA MISMA FORMA: CON UN PAPEL EN BLANCO.”

profesional estuvo más relacionado con lo empresarial y la arquitectura. También ayudé a muchos amigos, pero *de onda*. **¿Los demás integrantes de la banda participan en el diseño de los discos?** No, aunque en el proceso son *testers* a quienes les muestro la idea y por dónde viene la mano. Cuando está más avanzado, obviamente, hablamos del concepto del vestuario.

En tu caso, ¿primero sale la música del CD y luego el diseño, o viceversa?

Dejo que fluya lo musical. Siempre se desprende alguna canción que termina siendo medular para encontrar el hilo conceptual del álbum. Todos tuvieron una imagen bastante directa y representativa de su título. Por ejemplo: “No es cuestión de suerte”, con un casino; “Quitamancha”, con una lavandería; y “Buscando lío”, con un luchador de sumo.

¿Cuál de todos tus trabajos te inspira mayor cariño?

Le guardo más afecto a los primeros discos, donde no teníamos absolutamente nada de estructura ni presupuesto y todo iba de la mano de la autogestión, los favores y los amigos. Vienen a mi mente las sesiones de fotos de “El pelo en la leche” y “Todo blanco sobre blanco”; y el clip de “No es cuestión de suerte”, con

nuestra familia y amigos participando.

¿Cómo nació el característico logo de Rescate, el de la gota con la “R”?

Es la reversión de la misma que aparece en el disco “Quitamancha”, que viene del conjunto de íconos que uno ve en un lavarropas, o de la manera en que una prenda se debe tratar (como la temperatura del agua o si debe plancharse). De allí salió una gota roja, que sería la sangre de Jesús que quita... ¡manchas! Ese logo originalmente era sólo para ese disco, pero los fanáticos lo adoptaron para los trapos y las remeras, así que pasó a ser nuestro emblema. En el último CD, “¡Arriba!”, hicimos una reversión del logo con una flecha... ¡hacia arriba! (risas).

Con el nacimiento de nuevas plataformas para llegar a la música, ¿se pierde el trabajo del diseñador?

Románticamente sí, pero no creo. Mientras un melómano podría entristecerse por no poder seguir disfrutando del packaging de un CD o DVD, para los diseñadores se han abierto tantas ventanas nuevas en la era digital (por ejemplo, el diseño web) que se generó un abanico increíble. Lo importante es no perder la esencia de que toda la tecnología es sólo una herramienta para poder crear. A veces las cosas son más simples y al disponer de tanta posibilidad técnica, nos la complicamos. Es como dijo el arquitecto estadounidense Frank Lloyd Wright: “Lo menos es más”. □

NOTA FABRIZIO PEDROTTI



“Crece”, de Kapanga: diseños de Laura con ilustraciones de Frank Vega. Abajo, “Guau!” y “Miau!”, de Arbol.

LA ILUSTRADORA DEL ROCK

LAURA VASKY DISEÑÓ DISCOS DE GIECO, ÁRBOL Y RATONES, ENTRE OTROS. DECIDIÓ DEJAR DE TRABAJAR CON MÚSICOS PORQUE NO LE INTERESA EL MUNDO DIGITAL.

¿Cómo llegaste al diseño?

Cuando tenía 16 años ví el trabajo que un conocido estaba haciendo para la facultad. Me pareció increíble que eso pudiera estudiarse, porque en la secundaria estaba sufriendo con materias como matemáticas, geografía y demás. **Comenzaste bien desde arriba, con el disco “Perros, perros y perros” de Los Caballeros de la Quema.**

Sí (risas). Es buenísimo empezar así, pero a la vez estás aprendiendo a la vista de todos. Ahora lo veo y me quiero morir. Es un diseño muy cuestionable, pero era muy chica y recién empezaba a estudiar. **En general, ¿te sentís con libertad total para ilustrar?**

Depende mucho de lo que quiera el otro: lo ideal es cuando no hay una imagen prefigurada pero sí lo que se quiere transmitir. Si hay un buen ida y vuelta con el otro, y confianza, está buenísimo. Las reglas de juego las plantea el músico, a veces el productor y también el diseñador. Para mí, lo mejor es que no llamen al ilustrador cuando el disco ya está listo,



sino antes: así puede ir al estudio, ver cómo lo están grabando y meterse en la cocina para entenderlo. Si le dicen “ya está, ya lo tengo hecho”, se queda en la cáscara del asunto. Mientras más pueda involucrarse, mejor.

Ganaste un Grammy Latino por “El café de los maestros”. ¿Cómo fue esa experiencia?

Increíble y bizarra. Obviamente, estaba segurísima de que no lo iba a ganar, para mí ya era un milagro estar nominada. Pude asistir a la ceremonia en Nueva York gracias a préstamos familiares, porque no era sencillo. Quería ir porque son situaciones que pasan una sola vez en la vida. Llegué tarde y, cuando entré, ya esta-

ban entregando premios, así que no sabía si el mío ya había sido anunciado o no. Al rato dijeron que era la ganadora, empecé a aplaudir y ni me di cuenta. Realmente no me lo esperaba. Fue algo muy reivindicatorio en lo personal, por algunas idas y vueltas que había tenido con el proyecto, que no era de alto impacto. Lo que más me dio fue reconocimiento de mis colegas, algo súper valioso. **Hace años que no diseñás más para músicos. ¿Por qué lo decidiste?**

Por cuestiones personales y otras externas. La industria discográfica cambió un montón, y lo sigue haciendo. El formato CD de a poco va quedando obsoleto. Hay una

nueva plataforma que es la digital, pero que a mí no me interesa.

¿Por qué?

Tengo una idea más romántica de lo físico, de la manipulación del disco: me gusta abrirlo, olerlo y sentir las texturas. La industria cambió, no supo acomodarse, y ahí como diseñadora quedé con un campo de trabajo más achicado y mezquino. Por otro lado, fueron quince años de hacer discos y en un momento me aburrí. Son ciclos.

Varsky explica: “Se abrió un lugar para explorar cómo comercializar la música y cuál es el plus para darle desde el mundo 2.0. Hay que agregarle más identidad desde la gráfica, para generar un compromiso mayor con el escucha”.

¿Y eso cómo se puede lograr?

Ahí está el desafío. Por ejemplo, se le puede sumar algo para que el comprador pueda imprimirse, o un blog con textos que acompañen al disco. Si no, es un archivito mezclado en un aparato con millones de temas más. Hasta el momento en que yo trabajé, nunca ví ese interés. Jugar con eso le da a las cosas mucha más identidad que la típica foto del grupo. Se empieza a generar un imaginario, un universo, y la música se completa. El diseño se encarga de continuar y concretar una obra. □

NOTA FABRIZIO PEDROTTI



LIBRE  DESCARGA

Un programa con música liberada
producido por Rock.com.ar

porque los verdaderos piratas
están en los barcos

Escuchalo, descargalo y compartilo
www.libredescarga.com.ar



**BOOKS
BANDAS
RECITALES
CD ART
PUBLICIDAD**

R4S READY4SHOOTING
PHOTOGRAPHY

www.ready4shooting.com
info@ready4shooting.com
www.facebook.com/ready4shooting

DALE

Suscribite a DALE
5 números por \$70
más gastos de envío
y te la mandamos por correo a tu casa



más info: www.revistadale.com.ar

CDs
DVDs
Libros
Remeras
Entradas



DISQUERIA
MUSICSHOP
www.disqueriamusicshop.com

Venta online
Envío a todo el país

Sabemos de música



REVOLUZION

jan en el estudio, dos camarógrafas, una fotógrafa, el director y Juan, que hace un poco de todo: producción, actualiza la web, diseña los flyers. Y cada jueves a la noche, un show: "hacemos la transmisión y esa misma noche o los viernes a la mañana hacemos una edición y lo subimos". En su canal de YouTube tienen unos 150 videos de archivo con casi 40.000 reproducciones.

Ellos se autodefinen como "el primer escenario virtual de Argentina" pero el mérito no pasa por haber llegado antes, sino por poder entregar un buen producto. Es que, además, han logrado definir un plan de negocio: les cobran a las bandas participantes para poder mantener el proyecto andando. Eso les permitió por ejemplo recientemente invertir en un transmisor más potente y en cámaras. "Todo eso incide muchísimo en la calidad que se ve del otro lado". Sin embargo, la limitación sigue estando en las conexiones. "Nuestro plan para este año era salir a cubrir eventos por todos lados pero la verdad es que no conseguimos un servidor para poder transmitir a un precio relativamente accesible".

¿No consiguen pauta publicitaria?

No tenemos sponsors de ningún tipo. La mayoría de los ingresos vienen de las bandas y del dinero que ponemos nosotros para seguir funcionando. Estuvimos esperando que la propuesta creciera para salir a golpear puertas. Ahora estamos a todo o nada, para hacerlo como siempre quisimos: cubrir costos y evitar que la

banda tenga que pagar.

¿Cuáles son los criterios que aplican para elegir artistas?

Tratamos de darle espacio a todos los interesados. La selección la hacemos en base a la trayectoria de la banda, a su música y también a qué movida le dan ellos. Además, hay bandas que las invitamos porque nos gustan a nosotros y queremos que participen del ciclo.

La cuestión técnica parece ser la gran barrera.

A medida que fueron pasando los años se fueron facilitando las cosas. Igual, todavía hay muchas limitaciones, más que nada con la calidad de internet acá en Argentina, que te limita muchísimo.

¿Se han replanteado algo con tanta competencia?

Hay una diferencia: nosotros producimos los eventos. Generalmente, las otras propuestas se limitan a transmitir los shows. Y Vortexix... sería como las grandes ligas: las bandas que tocan en Revolucion no tienen acceso a algo tan masivo, por lo tanto es interesante que otros artistas puedan transmitir sus propios shows.

¿Se sienten como una alternativa a los canales de música de televisión?

En algún punto tratamos de darle un formato de canal, pero en internet. Pero la verdad, como está la cuestión del video on demand... a nosotros nos gusta hacerlo en vivo por la emoción que produce, pero sabemos que mucha más gente lo ve del archivo que por la transmisión en vivo. □

NOTA DIEGO GASSI

LOS JUEVES, STREAMING

REVOLUZION ONLINE CUMPLE 5 AÑOS TRANSMITIENDO POR INTERNET UN SHOW CADA SEMANA.

El desembarco de Vortexix parece haber cambiado el escenario de la música en vivo. Sin embargo, nada es nuevo bajo el sol: desde hace años existen varias propuestas que transmiten recitales online. VivoConectado, InterVivo y Subí el Volumen son algunas de ellas, pero la pionera es Revolucion Online. Juan Pablo García y Diego Muggeri comenzaron en 2007, sin ninguna experiencia en el tema. "Sabíamos de web pero nunca habíamos transmitido ningún evento. Hicimos un par de pruebas y decidimos mandarnos a ver qué salía", recuerda Juan.



¿Y qué salió?

Al comienzo, la transmisión se cortaba mucho. Habíamos puesto una cámara fija y le pedíamos a las bandas que tocaran. Las primeras transmisiones eran así de simples. Lo que sí tenía buena calidad era el audio, aunque en mono.

más
www.revoluzionline.com.ar

El equipo de Revolucion está integrado por tres técnicos que traba-



TRIBECA

HOTELES

WWW.TRIBECAHOTELES.COM.AR







TRES ESTILOS, UNA MISMA CADENA.



TRIBECA
BUENOS AIRES APART

TRIBECA BUENOS AIRES APART
BARTOLOMÉ MITRE 1265
(54 11) 4372-5444
info@hoteltribeca.com.ar



VIAMONTE
BUENOS AIRES APART

VIAMONTE BUENOS AIRES APART
VIAMONTE 1373
(54 11) 4371-9993
info@hotelviamonte.com.ar



TRIBECA
STUDIOS

TRIBECA STUDIOS
BARTOLOMÉ MITRE 4284
(54 11) 6009-0303
info@hoteltribeca.com.ar

EL ROCK EN CHISTE

A TRAVÉS DE SUS HISTORIETAS, GUSTAVO SALA EXPONE SU ESTILO ÁCIDO Y CRÍTICA CON UN HUMOR QUE BORDEA LO POLÍTICAMENTE INCORRECTO.

TEXTO
MATÍAS RECIS

¿Por qué historietista?

De pendejo sentí una conexión particular con la historieta y sus revistas. Supongamos personajes como Afanancio, cierta historieta villera retro argentina o incluso Hijitus o material español. Esto es lo que sería la historieta en mi vida pre-Fierro, antes del material adulto. Era una conexión que no sentía con otras cosas, como el deporte. En la escuela me sentía como un *outsider* en materia de gustos: no podía hablar con nadie de historietas. Con el tiempo, vas siendo coleccionista, fanático lector y te das cuenta de que, en algún momento de tu vida, vas a poder ser algo parecido a eso y que puede llegar a ser tu trabajo, con el tiempo y la suerte de tu lado.

¿Cómo llegás a realizar historietas de rock?

Fueron varias cosas. Primero, porque me gusta leer sobre bandas y ver recitales. Así empecé a curtir este material. Después, por diversos motivos, terminé colaborando con fanzines de heavy



metal o de rock, haciendo tiras que tenían que ver con eso. Después aparece lo del No de Página/12, cuando se va Liniers y queda como un hueco que ocupé a fines del 2005. Justamente, el No es un lugar ideal para hacer jodas sobre el mundillo de los periodistas, del rock, los recitales, la farándula, lo que sea. Después aparece la Rolling Stone y otros medios. Me gusta y me siento cómodo en esta temática. No podría hacer un chiste sobre política. Me interesa saber qué está pensando el plomo, el patovica o el *cocacalero* de los recitales, personajes laterales a la escena del rock. Muchas de las ideas de las tiras se me ocurren mirando recitales. A veces voy con el cuadernito y me pongo a anotar boludeces en la barra.

Igualmente, vas filtrando lo que te parece que puede ir y lo que no. En tu primer libro, hay una especie de bonus track con todo ese descarte.

Es que hay cosas con las que se complica hacer chistes. Con Cromañón, ponele, para hacer algo "incorrecto obvio", para que quede bien, tenés que tener una estructura y solidez de pensamiento para argumentar. Por ahí, no me sale. Revista bien hija de puta como Barcelona, cuando murió Spinetta, no hizo nada al respecto. El chiste fue que hicieron una cosa respetuosa con la lágrima del primer disco de Almendra, que a más de uno habrá sorprendido porque pensaron "a ver qué van a hacer ahora". Pero no daba. Aún en el medio más incorrecto que hay en Argentina, no daba.

¿Cómo quedó lo de DJ Ghetto?

Con eso se armó una bola megagrotesca a nivel nacional y yo fui el primer espantado. Si hubiera supuesto que se iba a armar el 10% del bardo que se armó, hubiese puesto otra tira y listo. Me tuve que comer cientos de amenazas y denuncias. Fue algo violentísimo, me super paranoiqué, no quería salir de mi casa. Tuve amenazas personales: "Nazi hijo de puta, te vamos a hacer mierda". Estaba acostumbrado a que alguien se ofendiera por un chiste sobre Charly García... pero no a una cosa así como "ojala que se muera tu familia, así ves lo que significa". Tuve la mala suerte que fue en enero y como no había una puta noticia para sacar, eso se amplificó y tuvo un terrible rebote. Eso, sumado a que estaba en Página/12, fueron varias cosas en el momento y en el medio menos indicado. Además, está claro que si un dibujante hace un dibujo o un novelista, una novela de un violador, o corta viejos por la mitad con una sierra eléctrica, es el personaje el que lo hace. Porque haga una historieta con Hitler no significa que sea nazi. Por suerte, músicos como Leo Masliah, Javier Malosetti y Andrés Calamaro me mandaron textos por Twitter bancándome. Eso te reconforta y está bueno. Nivel a los pelotudos como Alejandro Fantino que dijo que me iba a cagar a trompadas. Fue muy gracioso y surrealista.

¿Cómo tomaron los músicos las interpretaciones que vos hacés de ellos?

De algunos me enteré que hubo buena onda, como el caso de



MÁS QUE LOS MÚSICOS, ES EL PÚBLICO EL QUE NO TIENE HUMOR."

Calamaro. Skay se cagó de risa con una tira que había hecho en el No. Desconozco si Spinetta, el Indio o Cerati, que son inspiradores para chistes o tiras, pudieron ver lo que hago. Más que los músicos, es el público el que no tiene humor. Si vos te enojás por un chiste que se le hace a un músico, tenés que ser medio tarado. Si lo interpretás como campaña en contra, es perder el tiempo al pedo. Es un chiste y no más que eso. Cuando lo entrevistó a Charly, Beto Casella decía "me encanta este García! Como estás cantando...como nunca!" y Charly le contestaba "gagagaga". Y no está cantando como nunca. Es mentira. Esa chupada de medias obsoleta y obscena es al pedo.

Y tiene que venir el humor para poner en evidencia esas cosas.

A veces, hacer humor te da ese permiso. De última, no es uno el que habla; sino los personajes. Está bueno que no quede claro, jugar con ese límite. Dejar un margen para que cada uno pueda

interpretar y hacer una lectura propia o se le dispare otra observación.

¿Qué te influencia del rock que no ves en otras culturas?

Lo primero es eso del fanatismo y ponerse en bandos absolutamente diferenciados de manera ridícula. Los cantitos de pertenencia como "el que no salta" es tal cosa, que se muera éste para que viva otro. Eso me rompe muchísimo las bolas. Yo quiero ir a ver al músico y lo que hace arriba del escenario. No me interesa nada más.

¿Pensás que tus historietas son muy argentinas, desde los estereotipos que se toman?

Sí, pero sin proponérmelo. Me interesa que sea natural. El prestar atención a la manera de hablar de un tipo en un café, en un recital o en la calle. No me va hacerla "neutral".

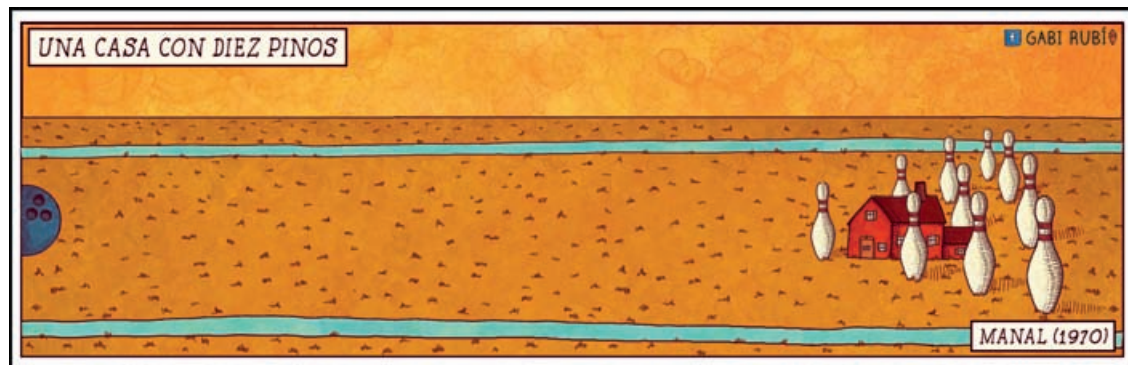
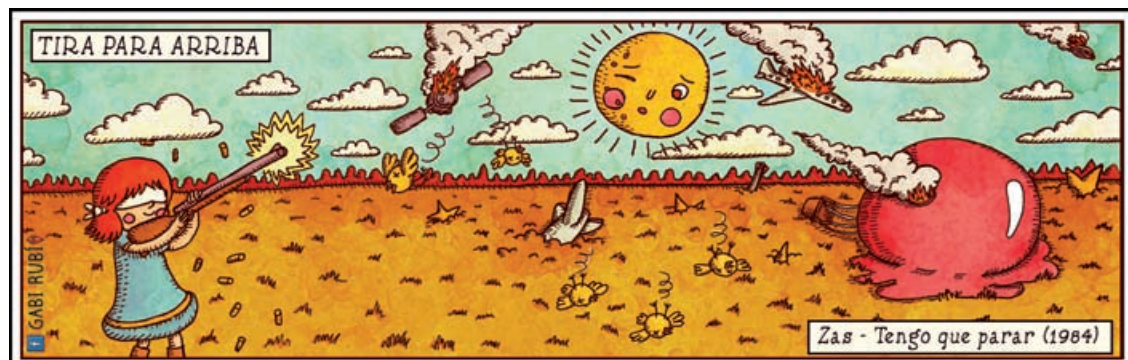
¿Cómo es tu forma de composición?

Yo soy un dibujante analógico *old school*. Tinta china y plumín. La tinta es la de un kiosco y la pluma es la escolar. No hay ningún secreto. Es el dibujo tradicional. No hay gran genialidad o artilugio raro. El único paso por la computadora es la de escanear el laburo y después, el color... Aunque el color me tiene un poco hartado. Sería mucho más feliz haciendo todo mi trabajo en blanco y negro. Ya trabajo para que funcione visualmente, para que se lea y tenga una legibilidad sólo con el blanco y negro... Ponés en juego volúmenes de la línea y demás recursos gráficos. La verdad es que, a veces, me siento incómodo. □



ALMA DE DIAMANTE

GABI RUBÍ TRABAJA DE MANERA INDEPENDIENTE CREANDO POSTALES, HISTORIETAS, ILUSTRACIONES Y LÁMINAS DE DIAMANTE QUE PUBLICA EN SU BLOG.



TEXTO
LUCAS SEOANE

El joven dibujante dedicó varias de sus creaciones al rock argentino, entre las que priman la obra del Flaco Spinetta; y también puso su talento a disposición de una gran cantidad de bandas que lo convocaron para realizar el arte de tapa de sus discos. "Cortázar, Spinetta, Van Gogh, Héctor Viel Temperley, Hugo Pratt, Borges, Antoine de Saint Exupery, Yupanqui, Khalil Gibran, Alejandro Jodorowsky, Los haikus, el tiempo...", son los referentes de Gabi. Su obra muestra distintas ramas del arte: música y poesía, retratadas en una imagen infantil, sencilla, colorida y atrapante.

¿Qué te inspira?

La manera oriental y occidental de contar, ver, contemplar o interpretar los sucesos que se dan en la vida. Interpretar lo que vive alrededor a modo de aprendizaje o espejo propio. Los haikus. Libros, revistas, textos, fotos, paisajes, historietas, prospectos de remedios, envoltorios de caramelos. La música. Todo lo que expide, guarda y deshace el tiempo y todo lo que hacemos mientras estamos en él. Estar e intentar ser en cada instante es poesía; ésa es la fuente o lago de inspiración. Lo que hago es poner un papel de calcar sobre eso y obtener una copia un poco tonta o incompleta de aquella maravilla fuera del pensamiento.

¿Qué escuchabas de chico?

Maria Elena Walsh, Almendra, Beatles, cassettes con música infantil y recuerdo unos que eran de la Biblia narrada y que venían con unos libritos para que pudieras seguir el relato mirando los dibujos. Radio AM. Tangos, folklore, jazz. Ahora, de todo. Me gusta conocer música nueva. Mis preferencias están en el rock nacional. Me atraen las primeras décadas, desde finales de los '60s hasta principios de los '80s. Es increíble la armonía y poética de aquellos años.

¿Es difícil hacer la tapa de un CD?

Si uno logra entrar en comunión y sintonía con la música a la cual va a representar visualmente, creo que no habrá dificultad en hacerla. En cambio, si no se logra conectar con la música, y no hay un entendimiento con el artista que crea la obra, sí se puede dificultar. Por suerte, siempre me pasó que las

cosas fluyeran. La dificultad no está en la técnica y estilo al trabajar el dibujo y diseño, sino en poder concertar una idea en mí mismo en relación a la música, y luego con el músico.

¿Sentís presión?

No, porque es algo hermoso realizarlo y se hace con placer. Responsabilidad sí, que un músico te haya elegido para representar o acompañar la música que él creó, siendo tan íntimo y profundo, es que te den una confianza para la eternidad dentro de su obra. Quedará entrelazado por siempre.

En las láminas usas mucho el recurso de "helado de..."

Nació de manera espontánea cuando hacía dibujos volviendo de un viaje. Me puse a analizarlo y me pareció que los helados podrían ser un interesante y divertido puente para contar un montón de ideas, pensamientos, chistes y sensaciones. Están ligados al sentido del gusto, y despertar esa sensación en algo que en realidad no tiene gusto, me genera un precioso desafío. Remiten a la infancia. Su forma, estética y composición es muy simpática. Poseen esa condición de tesoro y de fugacidad. Dentro de la categoría de los helados de fantasía los hay basados en sensaciones, canciones de rock nacional o bandas, pintores, abstracciones, objetos de la cultura en general.

¿Qué importancia tiene lo visual en el rock?

Mucha. Aunque considero que podría existir toda la cultura del rock y de la música prescindiendo de lo visual. Ahora bien, seguramente, algo muy importante se estaría perdiendo.



Los dibujos de Gabi se inspiran en artistas, letras y discos del rock argentino.

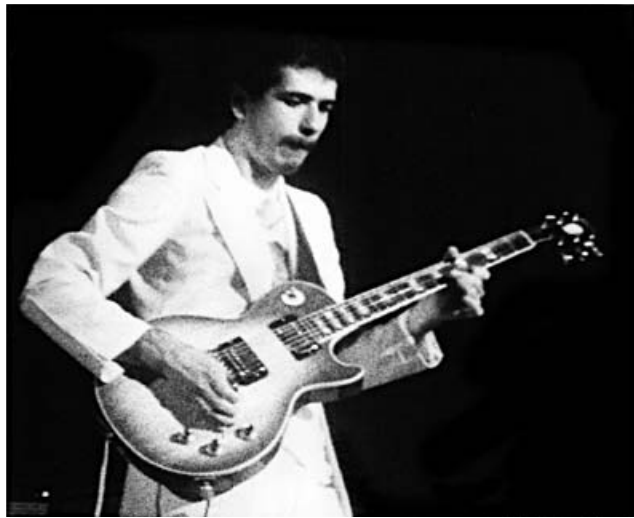


instant-táneas

FOTOGRAFÍA Y RECUERDOS
RICARDO WAUTERS



La mano de Dios (Charly) en el Luna, 6/7/2002, creo que mis últimas fotos de concierto (para la Rolling Stone, en este caso).



Carlos Santana en el Luna Park, verano del '73. Mis primeras fotos de rock, bastante pobres técnicamente, pero creo que con mucho valor documental, ya que en esos tiempos éramos muy pocos los que íbamos con cámara a los conciertos. Recordemos que para los "mass media" el rock en la Argentina empezó en el '83.



Spinetta, debut de Invisible en el Astral, noviembre del '73. Tengo también del Flaco solito con su guitarra, presentando "Artaud".



Queen en Vélez, en 1981. Esa noche, Diego le regaló a Freddy la 10 de la Selección y éste terminó el concierto con la camiseta puesta.



BB King con Lucille, en Obras (¿o Luna Park? No recuerdo bien). Año 1982. Primera visita del troesma a la Argentina.

15 años online / 18.000 artistas / 9.000 discos
16.000 letras / 18.000 fotos / 1.100 videoclips



además / podcast
blogs temáticos / transmisiones

Apoyo para nuestros músicos

A partir de un acuerdo entre el Gobierno Provincial y SADAIC, los músicos chubutenses ahora tienen la posibilidad de registrar sus obras en la provincia. Además, lanzamos el programa "Discos Chubutenses", que brindará aportes financieros para la realización discográfica, viabilizará la difusión de las producciones y estimulará el ingreso a los circuitos comerciales.

Nuestros músicos son embajadores de nuestra cultura y, por eso, trabajamos para mejorar sus posibilidades de desarrollo, labor y bienestar.



CHUBUT
UNIDOS PODEMOS MÁS