

CIENTÍFICOS DEL PALO



CON SU DISCO SOBRE
LA HISTORIA ARGENTINA
REVITALIZARON EL COM-
PROMISO, LA CALIDAD
Y LA CREATIVIDAD
DEL ROCK ACTUAL.

Además
Ararat
Nikita Nipone
Blackabél
Clasificación de videos

DALE
fanzine

DALE Fanzine #06 - Septiembre
2014 - Distribución gratuita

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

m.ar - El website de x



www.rock.com.ar

Rock.com.ar

el sitio del rock en la Argentina

Buscar > Búsqueda avanzada

**además / podcast
documentales / blogs temáticos**

LA HISTERIA ROCKERA



LOS CIENTÍFICOS DEL PALO EDITARON UN DISCO ÚNICO. CRUZAN HISTORIA CON POLÍTICA CON MILITANCIA CON AUTOGESTIÓN Y ROMPEN CON LO PREVISIBLE DEL ROCK ACTUAL.

TEXTO
FRANCO CIANCAGLINI
FOTOGRAFÍA
NACHO YUCHARK

San Martín cruza la Ruta 2 que une Mar del Plata con Capital Federal. Es un viaje épico ya, aunque no tiene la batalla ganada. Lo espera un ejército de desconocidos, que son cada vez más, que lo pondrán a prueba. ¿Quién vencerá?

San Martín es Pepo San Martín, líder de Científicos del Palo, banda que ya no necesita presentaciones: escaló del under marplatense a escenarios cada vez más grandes, lejanos y descontrolados. De Capital, de Provincia y de las provincias. Lo acompañan Popete en bajo, un urso de metro noventa, pelado; y Sebastián, camiseta que dice Oesterheld y batería. La de Pepo lleva la inscripción CDP como el logo de YPF, óvalo azul y blanco, y en la espalda una leyenda que denuncia: "No al merchandising". Todo es un gran chiste. En serio.

San Martín -Pepo, a esta altura- lleva su arma-guitarra

y está de gira. Ayer se quedó hasta cualquier hora mezclando "el" tema del próximo disco, que saldrá en 2015. Sí: mañana y pasado tiene batallas en San Miguel y Hurlingham, pero ya está pensando en las siguientes derrotas.

Hoy, día de nota, acaba de levantarse. Ojos arremangados y un mate para despabilar. Dos perros incansables que ayudan al buen día. Son las 3 de la tarde.

El sol pega hermoso sobre la mesa de un patio de Barracas al sur, donde ocurre la escena: un periodista frente a un verdadero rockstar. No por el

reviente, sino al contrario: por la polémica, la política y la práctica de llevar discursos a los hechos en más de diez años de banda. La década ganada de los Científicos. Por la gracia y el genio para desconcertar en una escena que parecía previsible: la del rock.

¿Qué hay de nuevo, viejo?

Acá y ahora está sonando algo. El rock de la época, tal vez. Acá. Ahora.

"Venimos de una generación que hereda el vacío que dejaron los Redondos, que fue ocupado por un rock que se declaraba barrial, festivo, callejero... Y esa cosa de pasarle el fenómeno al público, la tragedia... Y, si bien las canciones pueden estar buenas, no había tanta preocupación sobre cómo tocar. De producir, de sonar con calidad. Me parece que ésta camada es como una reacción a eso".

Pepo se planta porque no habla sólo de Científicos del Palo. O mejor, habla *desde* Científicos del Palo para bancar a toda una serie de bandas más jóvenes que pegaron un estirón durante este último año y ya no sufren de bullying.

No suenan en la radio ni tocan en estadios. Aunque se animan. Pero cada vez más el famoso boca a boca y los pasillos del rock empiezan a nombrarlos. Eliminado el error como concepto, la suciedad, el desafine,

"La histeria argentina" se puede descargar libremente:
cientificosdelpalo.bandcamp.com

las novedades hoy se destacan por su calidad: no hay otra forma de salir de una crisis. "Nos estamos cruzando con bandas de pibes de veintipico de años que saben muchísimo de música. ¡Una nueva camada que te liquida! Agarran la viola, la batería, el bajo y se sientan en la consola y saben equalizar un bombo".

La noticia significa una fiesta: el rock argentino, si murió, está renaciendo. Y tiene algo de cómo era antes.

Científicos del Palo sacó en 2013 un disco increíble, en varios sentidos.

Increíble porque dieron un salto de calidad notable.

Increíble porque se reinventaron como banda.

Increíble porque mezclan rock con historia y con política.

Se llama "La histeria argentina" y es un disco conceptual de dieciséis temas que narran secuencias historiográficas al ritmo de un power trío. El empaque lleva además un arte trabajadísimo, con ilustraciones de Fernando Gómez, una cronología y las letras con notas al

pie –como un trabajo práctico– que amplían y ordenan el relato histórico. La rúbrica, puesta por el historiador Felipe Pigna en forma de prólogo, que le abre la puerta al Pepo para que desparrame su trabajo genial: revisionismo histórico, rockero y peronista.

El envase musical hace llevar algo que, leído en un libro de historia, sería un embole. La Revolución de Mayo, El masón, El restaurador, El retorno del Estado y otros títulos que podrían ser capítulos de un manual de colegio, aquí son la excusa para contar la histeria o cantar la historia.

Por un lado, se trata de un ejercicio crítico y absolutamente jugado para la escena del rock, frecuentemente apolítico y autista; y por otro, una gran identificación que les trajo militantes del palo y los llevó a tocar, por ejemplo, el 25 de mayo en la propia Plaza. Al bajar del escenario, la cronista de la Televisión Pública preguntó en una nota: "¿A qué se debe este salto de popularidad que están pegando?". Pepo ni siquiera aprovechó su momento de cadena nacional: "A un gran engaño, son víctimas de una campaña mediática".

Así las cosas, el disco hace pie en lo musical con guitarras desde potentes hasta arpeggios tarareables, bajos a lo Red Hot, pasajes de funky y progresivo. La identificación con Divididos

de esta banda es conocida, la admiración expresada por Mollo (por Mollo hacia ellos, que quede claro) y propiamente el nombre: Científicos del Palo es parte de una típica frase del ex Sumo en una canción inédita.

"Siempre fuimos de enchufar la guitarra y grabar, pero nos dimos cuenta de que había un montón de otras cosas para hacer. Antes, poner ciertas pistas era como si me metieran un garfio en el orto, y de repente vimos que era un golazo. Trajimos un operador de sonido y ahora, si vamos a cualquier punto del país, sabemos que mantenemos la esencia".

Mucho de este salto de calidad se debe a la incorporación de Sebastián Quintanilla en batería, que viene del palo del jazz y desde una sofisticación musical que combinó bien

con la dinámica rockera. El resultado de este experimento científico fue música "del palo" bien producida.

El baterista Sebastián agrega otro condimento: "Internet. Hoy en día toda la gente tiene un equipo de laburo: uno que saca fotos, otro que pasa visuales, la escenografía. Hay una preocupación por querer mostrarse bien más allá del show, todo un marco de calidad que hace además que el equipo se agrande". El staff científico ideal tiene entre ocho y diez personas, dependiendo las condiciones: luces, fotos, sonidista, diseñador, prensa y ellos tres.

En este ejercicio de agrandarse produjeron el videoclip de "Civilización y barbarie" con especialistas en publicidad. Un presentador de televisión

con cara tapada, una asistente oriental que baila mal y cinco participantes estereotipados juegan a juegos inentendibles para alcanzar el premio que es formar parte de una familia "bien". ¿No entendiste? "La gente no lo entendió, y se enojaron, que era lo que nosotros queríamos. Se enojaron tanto que ni lo vieron", se ríe Pepo, y al toque se pone serio: "Me parece que está bien no darles lo que están esperando. Porque sino se produce un fenómeno de reproducción que no le sirve a nadie. La gente no sabe en realidad si quiere que vos sigas siendo igual. Si no, no hubiésemos hecho la Histeria". La fórmula de los Científicos a esta altura, está clara: hacer cosas nuevas para que se produzcan hechos nuevos. Así, parece, crecen.





YO CREO QUE EL ARTE, O ESTO QUE HACEMOS, SI NO GENERA ALGO, NO SIRVE PARA NADA."

En el ejercicio de desconcertar, los Científicos llevan con su público una relación particular. Los llaman *hijos de puta*, *putos* u otros apodos cariñosos. Pepo utiliza asiduamente las redes sociales para activar estos diálogos que son un gran chiste, en serio, para activar la acción-reacción: "Yo creo que el arte, o esto que hacemos, si no genera algo, no sirve de nada. Lo de putear a la gente es un chiste, lógicamente, pero tiene que ver con una reacción a un estímulo donde pasan cosas. Siempre tratamos de molestar un poco más. La idea es mantenerlos siempre alerta, no darse por hecho, porque en cualquier momento los podemos defraudar. Y cuando reaccionan, ir llevándolos hacia ningún lado. Que esperen lo inesperado".

Lo inesperado en Científicos del Palo ya lo sortearon: que al mezclar política y rock hagan la diferencia.

La moraleja que puede dejar esto atenta contra los discursos tibios, existenciales y que no interpelan no a la política o a la coyuntura, sino a una época: "Se desvirtuó el tema de lo que es una banda. ¿Para qué sirve? Veo las letras de muchas y no me producen nada: son temas existenciales, nunca hablan de nada específico. Y después está el otro ala ideológico: Las Pastillas del Abuelo o Salta la banca, ponele".

Pepo no llora: "Si no les gusta, no vengan y listo".

¿Por qué lo dice? La respuesta quizá esté en ésta pregunta:

¿Cómo repercute la política en las políticas propias del circuito musical comercial?

Nosotros todavía somos un fenómeno pequeño, por lo que hacer teorías conspirativas es medio de psicópata: Magnosto no debe saber quiénes somos. Sí sabemos, en un ámbito mucho más chico, que nos han dicho en el Sí (suplemento joven del Grupo Clarín) que tenemos "mucho carga ideológica". Y en la Rolling Stone nos hicieron poronga. Insisto, no creo que haya una línea editorial de "a éstos hacelos mierda", sino que justo nos tocó un periodista que nos mató. La verdad es que la Rolling Stone, siendo un medio de La Nación, no es una cosa a la que nosotros aspiremos. En un momento, aunque no me guste, decía "bueno, estemos";

ahora ya directamente me gustaría mucho no estar. Cuando nadie te necesita es fácil decir "no me gusta"; el tema es cuando a ellos les interesa: ahí tenés que estar centrado para decir "no quiero".

¿Y las compañías?

Ideológicamente, ninguna compañía o sello te puede representar: están metidos en un terreno que es un negocio. Podrían vender lavarropas. Ahora, en las cosas chiquitas del circuito, como que las bandas soportes vendan entradas... A veces somos cómplices de eso, porque antes que nosotros hay producciones que se atajan un poco. En ciertos lugares que podemos tratamos de que nadie tenga que vender entradas, empezando por Mar del Plata que nos va bien. Tampoco tenemos la infraestructura como para decir "me chupan un huevo y voy a hacer un Ferro yo solo". A veces me rompen un poco los huevos cuando músicos consagrados hablan de independencia, de autogestión, dando cátedra desde el cielo: hablan desde un lugar como si todos los demás fuéramos esclavos del sistema. ¿Hasta dónde te hundís? Estás metido en eso, y conforme vayamos creciendo vamos a tener la oportunidad de mostrar en la vida real lo que decimos. □



CDs
DVDs
Libros
Remeras
Entradas

DISQUERIA
MUSICSHOP
www.disqueriamusicshop.com

Venta online | Envío a todo el país
Sabemos de música



**CLUB
TU
CU
MAN**

R. Baranda 941 - QUILMES

clubtucuman@hotmail.com
clubtucuman.com
@clubtucuman



Cerca de la Revolución

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

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

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

d-rock!
FM 89.7

el rock en
mar del plata
somos nosotros



punto de encuentro

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

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

lavaca



spotnetwork
www.spotnetwork.com

Diseño y planificación de sitios web
Actualizaciones y mantenimiento

Desarrollando contenidos online desde 1995



am 870 Nacional
La Radio Pública

DONDE VIVE LA RADIO

DALE
revistadale.com.ar

PAUTÁ ACÁ
clasificados@revistadale.com.ar

VIDEOCLIPS PARA TODOS

LOS SELLOS MUSICALES INGLESES SE ASOCIARON CON YOUTUBE Y VEVO PARA PROBAR UN NUEVO SISTEMA QUE CATALOGARÁ LOS VIDEOS PARA "PROTEGER A LOS CHICOS".

Los videoclips online tendrán un sistema de ratings y clasificaciones para determinadas edades, como parte de un plan piloto para convertir la web en un espacio más seguro para los chicos. Una práctica más que común en el cine o en la televisión, que hasta ahora no había prácticamente funcionado en internet.

Este punto de partida fue anunciado por el Primer Ministro inglés, David Cameron, pero los analistas especulan que el modelo avanzará hacia el resto de los países donde operan YouTube y Vevo. Sony, Universal y Warner Music trabajarán junto al British Board of Classification (BBFC) a partir de octubre y por un período de tres meses.

Quién clasifica

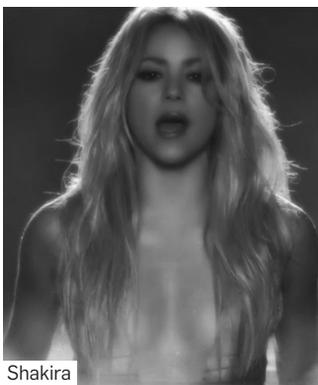
Los sellos discográficos enviarán los videos que consideran pueden contener escenas no aptas para menores de 12 años, de acuerdo a los lineamientos del BBFC. Este organismo no gubernamental, que funciona desde 1912, aplicará los mismos criterios que para el cine o la televisión y dividirá los contenidos en aptos para todo público, no aptos para menores de 12, 15 ó 18 años.



Lady Gaga



Emily Ratajkowski, con Robin Thicke



Shakira

Quién paga

El British Board of Classification (que antes se le llamaba British Board of Censors pero cambió convenientemente su denominación) es sostenido con un fee anual por las propias compañías discográficas y cinematográficas.

Sólo para videoclips

Este esquema inicial presentado por Cameron cubrirá únicamente a los videos musicales y no se extenderá a otros videos que puedan ser subidos a YouTube.

Cómo se implementa

Los sellos deberán marcar un tag con la clasificación otorgada por el BBFC al momento de subir el video a YouTube. Éstas plataformas aceptaron insertar una advertencia visible en el player. YouTube tiene una política de mostrar determinados videos a usuarios mayores de 13 años, aunque la inmensa mayoría de videos puede ser vista sin tener que loguearse.

No es un filtro

El objetivo de esta prueba piloto es perfeccionar la metodología de trabajo. Únicamente se notificará al usuario que el contenido no es apto para todo público y quedará a su criterio

La ex chica Disney Miley Cyrus en pleno Bangerz Tour 2014, en Atlanta, Estados Unidos.



seguir adelante. Pero la propuesta es que las plataformas se basen en éste desarrollo para fijar políticas más firmes de control parental.

Sólo para lo nuevo

Esta clasificación se aplicará únicamente a los videoclips subidos durante la prueba. No queda claro qué sucederá con los millones de videoclips ya subidos anteriormente.

Todos los sellos

El experimento se realizará con las tres grandes compañías, presuponiendo que son las que más recursos tienen para dedicarle, pero se espera que muchos de los otros 300 sellos independientes que integran la asociación también se sumen.

Cómo se protege a los chicos

Durante la prueba, la clasificación estará disponible a modo informativo, para ayudar a los padres a tomar las decisiones. Los controles parentales en YouTube y otras plataformas serían el método más efectivo para eliminar estos contenidos no aptos, pero la clave está en la efectividad que consigan para verificar la edad del usuario. El único chequeo de este tipo que realiza YouTube no va más allá de la fecha de nacimiento informada por la persona al momento de registrarse. Y todo indica que ahí estará puesto el mayor esfuerzo a futuro. □

DALE
fanzine

Dale es una publicación de Tribu Tierra S.A.
ISSN 1853-5941

Dale Fanzine #6 - Septiembre '14

Esta revista llega a vos gracias al trabajo de Catriel Remedi, Franco Ciancaglini, Nacho Yuchark, Nancy Hougham, Tatiana Daniele, Víctor Spinelli y Diego Gassi.

Editor responsable: Diego Gassi



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



AreCIA
ASOCIACIÓN DE REVISTAS
CULTURALES INDEPENDIENTES
DE ARGENTINA





LA CABALGATA DE ARARAT

AGUSTÍN R. DUSSERRE

LA BANDA VA DE MENOR A MAYOR. HOY, LA POCO TRADICIONAL LÍNEA DE 3 PRESENTA SU TERCERA PRODUCCIÓN DISCOGRÁFICA, "CABALGATA HACIA LA LUZ".

¿Cómo es trabajar oficialmente como trío?

Sergio CH: Ahora la banda se consolidó, el trío le dio la fuerza y la solidez que necesitaba. Esto arrancó como un proyecto mío, en casa, después en el segundo disco la idea fue armar un power dúo del fin del mundo con Alfredo, y cuando salimos a tocar la verdad es

que estaba bueno, pero necesitábamos poder musicalizar todo lo que estaba pasando sin caer en agujeros musicales: el dúo tenía mucho poder, muy contundente, pero se perdía todo el vuelo plasmado en "Ararat II". Así que la entrada de Tito fue impresionante, desde la amistad, el aporte musical, la producción, la plantada de la banda arriba del escenario.

¿Cómo se organizan?

Tito Fargo: Siempre se parte de una canción: Sergio es el que siempre trae la idea prima-

ria, y una vez que está la idea de la canción y cierta estructura, encaramos con el aporte mío y de Alfredo.

Sergio CH: Arranca con una criolla, un cuadernito, y después se entrega la canción al trío y se termina de componer. Pero tampoco se le da mucha vuelta, generalmente se deja que la canción respire y se musicaliza, y por eso las canciones de este disco se pueden tocar de distintas maneras: a veces con acústica, a veces con teclado; con guitarra, sin guitarra, con eléctrica, sin eléctrica, con

bajo, sin bajo. La canción vive por sí misma, no depende de un pedalcito, un instrumento o cierto equipo en particular.

Este tercer disco es bastante distinto a todo lo anterior.

¿La nueva fija tuvo algo que ver con ese cambio musical?

Sergio CH: No, el cambio tuvo que ver más con cambios personales de cada uno. Queríamos decir cosas, bajar línea, dejar un poco esos pasajes instrumentales tan largos e ir directo al grano.

Alfredo Felitte: Fue por decantación, cuando con Sergio hacíamos canciones largas era porque salían así. Quizás tenía que ver con el momento musical en el que estábamos, que era juntarnos y tocar, y después se le empezó a dar prioridad a la canción. A todos los temas les podemos meter 15 minutos más, pero íbamos derecho a respetar a la canción. Nada forzado, todo muy natural.

¿Qué significa para ustedes este disco?

Sergio CH: Como concepto es salir de la oscuridad, de las calaveras, los demonios, el cuco e ir en busca de algo más luminoso, libre y sano, de algo que nos libera realmente de la carga del pasado. Que nos haga encontrarnos en un futuro más luminoso. La luz para nosotros es el cambio y eso es lo que buscamos, un cambio positivo,

vivir mejor, llevarnos mejor, más honestidad, más sano juicio, más entereza.

En el disco no parece que fuesen un trío.

Tito Fargo: Tiene que ver con cómo se armó la idea. Vino pivoteando desde los vivos del segundo disco. Al ser un dúo yo tuve que complementar un poco lo que faltaba para el vivo, y a partir de haber tocado tanto así, saltamos a un tercer disco mucho más elástico en la manera de encararlo. El disco responde a una cantidad de canciones pensada en relación a cómo está armada la lista de temas, porque es una obra completa.

¿Lo decís en términos de 'disco conceptual'?

Tito Fargo: Los discos de rock que nos gustan tienen que tener siempre un contenido y un concepto antes de ser plasmados. Estos últimos 15 años no he visto bandas que propongan una obra. Sí veo que muchas que proponen un concepto para ver si llegan a determinado lugar. Es conceptual, y es obra, porque tiene un principio, un desarrollo y un final, y ha sido diagramado y muy trabajado para que así sea.

Alfredo Felitte: Lo que nosotros llamábamos "conceptual" cuando éramos chicos era un disco de Yes que empezaba contando la historia de un arle-

quín y terminaba con un mago casado con un dragón. En este caso, si bien tiene un concepto, baja un mensaje basado en vivencias del último tiempo. Quizás tiene un hilo conductor, pero no está preparado para ser una obra de teatro.

¿De qué habla este disco?

Sergio CH: De un cambio grande, que es salir de la oscuridad e ir hacia la luz. Buscar la inspiración y la musicalidad en el límite con lo oscuro, con la muerte, con todo el simbolismo pseudosatanista e ir en busca de cosas más espirituales y sanas. Un cambio que realmente purifique, desde adentro hacia afuera.

¿Cómo ven la escena rockera local actual?

Tito Fargo: Hay muy buenas bandas últimamente, generando estados nuevos de música. Creo que estamos volviendo de nuevo a las raíces, lo que fueron los comienzos del rock. No todas son buenas, pero la búsqueda es interesante, con referentes quizás no muy concretos. Antes quizás aparecía una banda en Inglaterra y generaba una especie de influencia automática. Ahora es tanta la información circulando que quedás desbordado, y con lo que tenés a mano, si tenés algo de criterio y talento, generarás un estilo. La gente está volviendo a escuchar música. □

BUENAS NUEVAS PARA NIKITA NIPONE

EL QUINTO ÁLBUM DE ESTUDIO DE NIKITA NIPONE CUENTA CON NUEVE CANCIONES, MÁS UN BONUS TRACK JUNTO A ANDRÉS CALAMARO.

TEXTO
NANCY HOUGHAM
FOTOGRAFÍA
GENTILEZA DE LA BANDA

¿Qué modificaron en este nuevo material?

Lucio: Este disco tuvo un proceso completamente diferente al que utilizamos con el anterior, donde grabamos todo en vivo. Te diría que "Nuevas buenas" fue montado en capas, porque primero preparé los temas en mi estudio, con algunas voces y pistas electrónicas. Y después fuimos al estudio de la banda donde grabamos arriba las guitarras y la batería.

Con respecto a los condimentos estéticos me parece que desde el planteo inicial logramos un disco rockero, más arriba y mejor trabajado en cuanto a las letras y al sonido, con las voces más distorsionadas. Le pedimos a Manza, que fue quien lo mezcló, que tuviera esa impronta porque las canciones ya estaban

pensadas así. Conceptualmente es un disco fuerte, que se entiende en su totalidad y al escucharlo sentís que perteneces a una misma época.

¿Cuándo una letra alcanza la maduración necesaria para convertirse en canción?

Lucio: Las letras en este caso las escribo yo y me cuesta bastante. Suelo trabajar intensamente el sentido de cada canción y la relación que tienen entre sí para no repetir. Nikita siempre tuvo esa cuota de acidez y de buscar el detalle en lo cotidiano. Yo leo mucho y me gusta el estilo de Paul Auster, por ejemplo. Podría mencionarte también una serie como Seinfeld que, si bien es de humor, se vincula con lo que buscamos transmitir. El tema "Nuevas Buenas" habla de la cantidad de opciones que existen hoy en día y de un personaje que está aburrido en la casa con su mujer haciendo siempre lo mismo. De alguna manera empieza a enumerar todo lo que se está perdiendo, como viajar

a Las Vegas o jugar al ajedrez. Ese es un tipo de mundo que intento generar siempre en las letras de Nikita.

¿Y en el caso de "Hijos del celular"?

Lucio: Ese tema lo compuse pensando en mi hija que tiene casi tres años y ya destraba mi iPad. Yo me acuerdo que cuando era chico no teníamos esa facilidad o los aparatos que existen hoy y nos imaginábamos el 2014 con autos voladores. De alguna manera lo que habla esa canción es de cómo la tecnología se ocupó de satisfacer una histeria humana en vez de concentrarse en la inventiva. En el caso de las letras, siempre busco que sean interesantes y que no tengan eso del pop actual, donde muchos temas parecen escritos en dos minutos dentro un baño. Intento darle un sentido literario y que cada uno vaya descubriendo un texto separado de la música.

¿Cuáles son los escenarios under que hoy por hoy tienen más convocatoria?

Lucio: Nosotros hemos tocado en miles de lugares, tanto

Escuchá el disco nuevo
nikitanipone.bandcamp.com



under como grandes. Entre ellos puedo mencionarte los Pepsi Music, el Quilmes Rock, el Konex y Niceto. Un poco va variando según las diferentes políticas que hay respecto a los centros culturales y las habilitaciones. Antes, hacer una fecha en La Trastienda era algo viable y hoy en día está carísimo. Entonces se va midiendo en base a las posibilidades que tiene tu público, porque si cobrás 200 mangos la entrada no viene nadie. En ese caso, prefiero hacer cosas en lugares más amables y saber que cubriremos bien la fecha.

¿Cambió el público de Nikita en este último tiempo?

Lucio: Creo que va rotando a medida que crece y siempre se va sumando gente nueva. A mí me pasa, también: yo tengo una hija y era seguidor de muchas bandas, pero a

medida que crecí dejé un poco de lado ese programa. Por eso está bueno hacer este tipo de fechas donde la gente sabe que va a presenciar un show largo y quizás hace tiempo que no viene.

Van pasando los años y por ahí tenés una repercusión mediática que te permite ir sumando gente nueva. Que se contacta y te dice que escuchó un tema en la radio o buscó material en YouTube y te felicita.

Con el disco anterior nos pasó que "Apagar el motor" fue cortina de una serie en MTV y de repente se metieron un montón de mexicanos diciéndolo: "Qué buena esta rola". Hoy en día, con la web, tenés una exposición que no podés controlar: lo comparte un pibe a una mina que tiene 50 mil seguidores en Twitter y de repente aparecen 300 personas nuevas en tu página.

De hecho utilizaron la web para lanzar el disco antes de la venta oficial en los shows.

Lucio: Sí, lo sacamos en digital antes de mandarlo a fabricar, para que lo pudieran descargar y de paso conocieran los temas antes de la presentación.

¿Qué esperás vos personalmente de "Nuevas buenas"?

Lucio: No tengo expectativas, ya estoy muy contento con lo que hicimos. Creí que estaba bueno sacar un disco de rock de otra época en un tiempo de canciones "Lollipop" y medio aburridas de la música. Ese objetivo ya lo cumplimos, lo que pase luego está en manos de la gente y de cómo lo acepten. □



Más info y el disco para escuchar
facebook.com/blackabelrock

BLACKABÉL

EL QUINTETO PROPONE UN ROCK DISTINTO. CON CANCIONES ACCESIBLES PERO COMPLEJAS E INTELIGENTES. SIGUE PRESENTANDO SU SEGUNDO DISCO.

TEXTO
VÍCTOR SPINELLI
FOTOGRAFÍA
GENTILEZA DE LA BANDA

El nombre, 'Blackabél', me costó dejar de confundirlo con "Black Label" ¿Por qué lo eligieron?

Juan D'Andrea: Es que nace de ahí, del whisky. De eso hicimos una sola palabra y le cambiamos la acentuación. Tiene que ver con la búsqueda y el equilibrio que la misma bebida propone.

No respeta las estructuras del rock local actual, quizás esté más cerca de un rock progresivo de los 70s. ¿Cómo definen el estilo?

JD: Es cierto, pero no creemos tener un estilo definido. En este momento predominan dos cuestiones simples: primero, que los temas no transcurren en el reiterativo y agotado esquema de estrofa-estribillo, sino

que son pequeñas historias musicales. La otra cuestión es la no repetición, siempre buscamos que nuestro último tema no se parezca al anterior, o sea, la identidad y el peso en cada tema o canción que componemos.

¿Cómo es hacer este tipo de rock intrincado, complejo, en una escena rockera como la argentina?

JD: Por un lado es complicado, en el sentido de la predisposición y los prejuicios que tenemos las personas. Siempre que encontramos algo nuevo o que suena diferente a aquello que alguien definió como convencional, hay cierta resistencia. Por otro lado, y cada vez con una frecuencia mayor y natural, pasa lo contrario a eso: mucha gente está agotada de escuchar y ver

siempre lo mismo, por lo que encuentran y disfrutan de las bandas que proponen hacer música desde adentro hacia afuera y sin importar o pensar en nada más que en lo que están sintiendo y percibiendo.

Hace poco editaron "La nada y el todo", su segundo disco. ¿Qué nos pueden contar de este trabajo?

JD: Es un disco sólido, con temas muy contundentes y elaborados desde lo musical y que define a la banda en su momento actual. Además tiene la particular de ser un disco integral, audiovisual, grabado en vivo en los estudios ION, y en donde el oyente puede ver cada uno de los temas.

¿Cómo es un vivo de Blackabél?

JD: Es donde hacemos la diferencia. Se potencia y se ve reflejada la impronta, la esencia de la banda. Mucha energía y sentimiento fluye, no desde el engaño de subir el volumen, sino de la conexión del grupo y de cada uno en particular con lo que llevamos dentro. La gente, por suerte, siempre percibe eso que queremos brindarles. Entrega absoluta y músicos a los que les gusta tocar de verdad. □

vení a tecnópolis

Entrada libre y gratuita
Miércoles a domingos de 12 a 20 hs.
¡Podés venir con tu escuela!

un mundo por descubrir

TECNÓPOLIS



Adrián Paenza. Dr. en Matemáticas. www.tecnopolis.ar

equidad
inclusión
desarrollo



tenemos
patria



Presidencia
de la Nación

TODOS LOS MESES EN TU TABLET

ATAQUE 2014

DEL CUARTETO
REBELDE ORIGINAL
AL ACTUAL TRÍO
MÁS ACÚSTICO.
RETROSPECTIVA DE
25 AÑOS DE CARRERA.
POLÍTICA, MAFIA Y
ANTICIPO DEL
NUEVO DISCO.

Además Los Tipitos, Mario Jan,
Lautremont, Manza Esain, Cielo
Razzo, RonDamon y Biciclétas.

DALE
edición digital

