

Aquí, allá y en todas partes

POR JOSÉ HEINZ. FOTOS DE CECILIA FURLOTTI. Los trabajos de Crosstown Traffic se venden a todo el mundo a través de Internet. Esto es posible gracias al trabajo de una empresa cordobesa que difunde artistas lugareños a escala planetaria. Mick Camaño –capitán de la banda más que blusera– y los responsables de Idear Music explican cómo es la movida.

40

Atención: Mick Camaño está hablando de los Beatles. "Su estilo nace de su necesidad de hacer rythm n´blues –arranca el líder de la Crosstown Traffic–. Los Beatles toman mucho de la música negra, de las canciones de comedia, de los boleros. Eran tan inteligentes estos tipos que vos agarrás uno de sus discos y no te aburrís, todas las canciones suenan diferentes, le daban muchos climas. Los productores de ahora escuchan la primera canción de un demo y te dicen que así tienen que sonar las otras diez."

Por estos días, la Crosstown se encuentra grabando el que será su próximo disco de estudio, y todo indica que junto al recambio de integrantes (ya no están Pitucho Vilella ni Jorge Imberti) se viene un volantazo en lo musical. "Llega un punto en que tenés que cambiar. Yo tomo Que sea blues como un quiebre, ahora empieza una cosa totalmente distinta", adelanta Camaño y parece que habla en serio. "Hay que volver a los Beatles", sentencia.

En la charla, el tema de los cuatro de Liverpool ha surgido por una cuestión puntual, más allá del fanatismo por su obra. Desde sus inicios, el grupo que comanda Mick ha grabado al menos un cover de los Beatles en cada uno de sus discos. Y hoy, gracias a una empresa de Córdoba, esas versiones están disponibles en todo el mundo. "Los que hicieron posible que esto suceda son estos dos señores", dice Camaño y señala con el mentón a Mariano Pereyra y Marcos Carreño, los pilares de Idear Music.

Vamos a explicarlo de la siguiente manera: si uno llega a una discquería, pide lo último que sacó la Crosstown y le traen Que sea blues, entonces al menos el que atiende no tiene en claro una cosa. Entre medio de ese disco y el próximo, todavía inconcluso y por añadidura inexistente, hay otro. Se trata justamente del irresistible The Beatles por Crosstown Traffic y está conformado por todas aquellas canciones –más un par inéditas– que grabó la banda en homenaje a los Fab Four.

El desentierro y la posterior edición de esa antología fue posible gracias a la gestión de Idear Music, que se encarga de distribuir y promocionar artistas a través de Internet. De hecho, el álbum se consigue únicamente vía web y puede adquirirse, al igual que otros trabajos de la banda, en las tiendas digitales más grandes

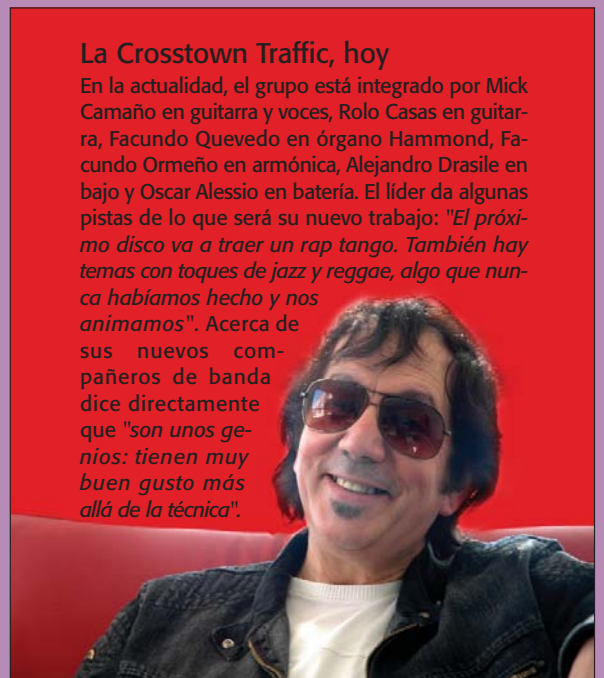
del mundo, como iTunes o Amazon. Hoy es más sencillo conseguir un disco de ellos en internet que en los locales tradicionales.

De Córdoba al mundo

La oficina de Idear es de estilo moderno: sillón de cuero, relojes de pared con horarios de diferentes partes del mundo, una mesita ratona con vasos de Coca Cola; en fin, parece una postal de ese paraíso artificial conocido como Silicon Valley. Pero esto es Córdoba, así que es mejor ir pasando en limpio: el grupo de blues más importante de acá vende su música al mundo y lo hace des-

La Crosstown Traffic, hoy

En la actualidad, el grupo está integrado por Mick Camaño en guitarra y voces, Rolo Casas en guitarra, Facundo Quevedo en órgano Hammond, Facundo Ormeño en armónica, Alejandro Drasile en bajo y Oscar Alessio en batería. El líder da algunas pistas de lo que será su nuevo trabajo: "El próximo disco va a traer un rap tango. También hay temas con toques de jazz y reggae, algo que nunca habíamos hecho y nos animamos". Acerca de sus nuevos compañeros de banda dice directamente que "son unos genios: tienen muy buen gusto más allá de la técnica".





de su ciudad natal. Sin hacer escala en Buenos Aires. Sin haber sido fichados por una multinacional. Tal vez haya que insistir en esto: no se trata de un negocio concebido en algún limbo informático de California, Idear Music es de la misma ciudad a la que le canta Mick Camaña en "Córdoba Blues".

Las dos personas que están detrás de este emprendimiento explican mejor de qué se trata el proyecto. "Sería una reducción muy burda decir que Idear se dedica exclusivamente a vender música a través de Internet. ¿Lo tuyo es digital? Ok, veamos entonces qué se puede hacer con eso", sostiene Carreño, director ejecutivo. "Somos receptivos y

proactivos. Buscamos continuamente cuáles son los artistas que están un poco fuera del sistema tradicional de la música y necesitan difusión. Les ofrecemos un plan de distribución a través de 400 tiendas digitales en el mundo. Esto significa que ese artista va a estar, rápidamente, en 400 tiendas a la vez. 400 posibilidades de venta", agrega Pereyra, director artístico.

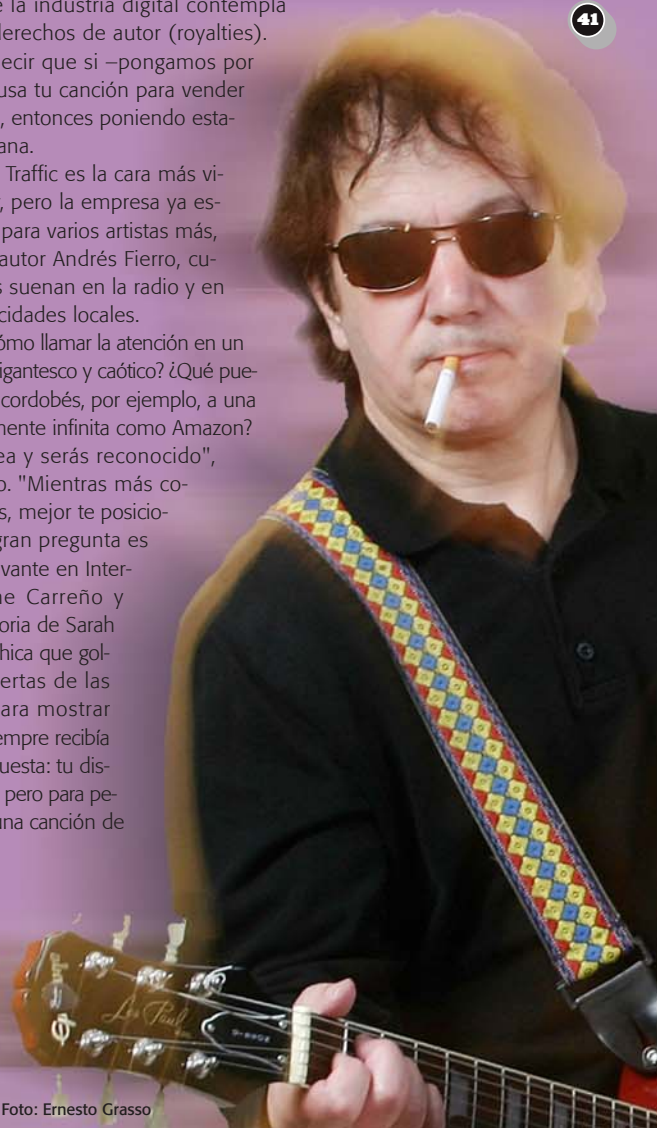
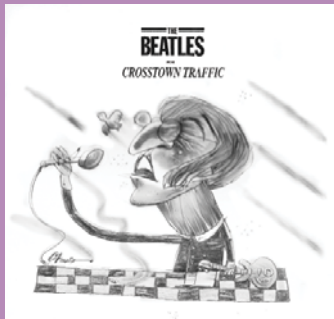
El convenio de Idear con el artista ("un acuerdo muy simple, de dos carillas") también incluye la creación de varias herramientas 2.0 para difundir el trabajo. Esto es el Myspace, un blog, su perfil en Facebook y "todas esas tribus donde el artista necesita estar".

"Yo nunca le di mucha bolilla a la computadora", reconoce Camaño. "Pero muchos se enteraban de cuándo tocábamos gracias a nuestro sitio. Le preguntábamos a la gente cómo se había enterado de la fecha y nos decían que era por la página. Ahí nos empezamos a dar cuenta de la importancia de esta maquinita", dice apuntando a una iMac. Una vez firmado el convenio, y cuando la cosa empieza a funcionar, los ingresos se distribuyen entre el músico y la

empresa. La ganancia no pasa sólo por los downloads, ya que la industria digital contempla además los derechos de autor (royalties). Esto quiere decir que si —pongamos por caso— Apple usa tu canción para vender el nuevo iPod, entonces poniendo esta

ba don Manzano. La Crosstown Traffic es la cara más visible de Idear, pero la empresa ya está trabajando para varios artistas más, como el cantautor Andrés Fierro, cuyas canciones suenan en la radio y en algunas publicidades locales.

Ahora bien, ¿cómo llamar la atención en un mercado tan gigantesco y caótico? ¿Qué puede aportar un cordobés, por ejemplo, a una tienda virtualmente infinita como Amazon? "Pinta tu aldea y serás reconocido", opina Camaño. "Mientras más cobertura tengas, mejor te posicionás. Pero la gran pregunta es cómo ser relevante en Internet", sostiene Carreño y cuenta la historia de Sarah Bareilles, una chica que golpeaba las puertas de las compañías para mostrar sus temas. Siempre recibía la misma respuesta: tu disco está bueno, pero para pegar necesitás una canción de



"Somos receptivos y proactivos. Buscamos continuamente cuáles son los artistas que están un poco fuera del sistema tradicional de la música y necesitan difusión" (Marcos Carreño).

amor. Cansada de que le digan eso, Sarah compuso "Love Song", un pop simplón en donde canta "No te voy a escribir una canción de amor/ sólo porque me lo pidas". Resultado: subió el tema a YouTube, lo oyeron millones de personas y a raíz de eso la contrató Sony. En este caso, sin embargo, la gran incógnita es develar si la pulseada la ganó el artista o la discográfica. ¿Un empate, tal vez? 🎧

GUÍA BÁSICA

Para todos los artistas interesados en trabajar con Idear, acá van algunos datos útiles:

- El convenio no tiene costo. La obra del artista pasa a ser digital y la agencia se encarga de todos los pasos administrativos para lograr la distribución internacional.
- Posteriormente, si el músico está interesado en contratar un apoyo para la promoción, se discute entre las dos partes cuál es la mejor estrategia a seguir. Esto es, por ejemplo, el posicionamiento en redes sociales o la utilización de alguna de sus composiciones para una publicidad.
- Una vez obtenidas ganancias gracias a la venta de una obra en la web, se realiza una distribución de ganancias neta, 50% para el artista y 50% para la empresa.

triple do ble vé:

www.idearmusic.com
www.cordoba.rock.com.ar
www.cordobablues.com.ar

42

El rock sale para todos

Rock & Pop NET 95.5 CORDOBA
donde el rock vive

Mario Pergolini
Cuál es?
de 09 a 13 hs

Max Delupi
Invento argentino
www.inventoargentino.com
de 13 a 15 hs

Juan Di Natale
Day tripper
de 15 a 17 hs

Info@castelvetri.com.ar