



Juan Ingaramo: “Vivimos un momento en el que podés transitar todos los estilos”

Gala DK · adidas POD System · Arte · Brand Content · Personas Creativas · 27 febrero, 2019

Antes de volver a los escenarios porteños en mayo con su show local más grande hasta el momento en el Teatro Vorterix, charlamos con el músico cordobés sobre su último álbum Best Seller, su exploración constante en los géneros urbanos y su incursión en el mundo de la moda con la campaña de adidas Originals P.O.D. System.

P.O.D. SYSTEM



Los objetivos por los cuales el músico pop Juan Ingaramo emigró de Córdoba se han ido concretando con esfuerzo, perseverancia y mucha calidad musical en los últimos años. Apostó siempre por un pop alternativo y romántico, y se fue abriendo camino en la escena indie nacional, hasta llegar a agotar un Niceto en la presentación de su tercer álbum, Best Seller, a fines del año pasado.

Juan, de tonada cordobesa al hablar y cantar, arranca el 2019 con giras y nuevos proyectos, como encabezar la nueva campaña de adidas Originals P.O.D. System con su novia la actriz Violeta Urtizberea, que lo pone en la mira de la moda.

DE MÚSICO A EMBAJADOR DE MODA

En el marco del lanzamiento de la nueva generación de estas zapatillas, el músico ofreció un show íntimo para la marca en su tienda de Palermo, y aprovechamos la ocasión para conversar sobre su música y su exploración en nuevos géneros como ritmos bien urbanos, que suenan mucho en su tercer álbum. Además, conversamos sobre el lanzamiento de su más reciente track, una bachata que sacó el Día de San Valentín dedicada a su amor, con un video filmado de forma casera en sus últimas vacaciones.

+ Tus videos oscilan entre producciones más elaboradas y otras más caseras, con un encanto actual, fresco y descontracturado. Por ejemplo, el de “Mi chica”, o el que grabaste en tu auto cantando tu disco Best Seller entero, filmado con GoPro. Ahora con el último, “Romeo y Violeta”, repetiste esto, e hiciste un video filmado por tu novia y vos. ¿De qué depende la decisión de encarar tus videos a veces con producciones grandes y otros caseramente?

JI Me parece que, conceptualmente, ese tipo de videos está más alineado a mi realidad actual. No descarto en algún momento volver a producciones más elaboradas, pero ahora me gusta que los videos reflejen mi día a día, como los posts en Instagram, las historias, algo bien fresco e inmediato. Este estilo de video encajaba bien con Romeo y Violeta, además, porque es una canción para ella, y el video fue también un regalo, porque nuestro aniversario es justo el 14 de febrero (fecha en que salió el tema). La decisión de elegir qué video le va a cada canción también tiene que ver con la sinceridad: cuán sincero sos con tu obra, con el mensaje del tema. Ahora, esta es mi forma más sincera para comunicar audiovisualmente mi música.

+ ¿Cuán involucrado estás en la producción?

JI Se me ocurren las ideas y varios videos los he dirigido yo, pero los edita otra persona. En el caso del video de Romeo y Violeta lo filmamos todo nosotros y algunos amigos nos filmaron juntos.



+ Hiciste una gran promoción en torno al lanzamiento de “Romeo y Violeta”: pasacalles, una torta del Día de San Valentín, fotos tuyas con rosas. Todo con un concepto kitsch, pensado al mínimo detalle. Y todo súper alineado al estilo de la canción, que es una bachata. ¿Por qué elegiste este concepto de amor ochentoso, bien cliché, para este tema?

JI Se daba todo: el día de los enamorados, el amor como protagonista del tema, que fuera un género tan romántico... Fue como un “si lo vamos a hacer, vamos por todo”. Si no, no me divierte hacerlo.

+ Tu primer disco fue bien pop, el segundo un poco más alternativo y en Best Seller, ya experimentás con muchos ritmos urbanos, como el trap, entre otros. ¿Cómo se da esta exploración y adónde te llevará próximamente?

JI Estamos viviendo un momento, por suerte, que es un gran vale todo. Creo que si te sentís bien y cómodo, podés transitar todos los estilos que te llamen la atención. Es una cuestión rítmica, además, que pega con lo que vos querés hacer. A la bachata de Romeo y Violeta, por ejemplo, la gente la recibió muy bien, y eso te estimula a probar más. La incursión también te lleva a situaciones de riesgo y esa adrenalina está buena, porque si fuera siempre un lugar cómodo, no habría emoción.



+ ¿Vas a sacar temas nuevos próximamente?

JI Sí, la idea es ir sacando canciones este año y probar cómo nos sentimos, explorar y estirar aún más los límites.

+ Con Violeta suelen ser muy reservados de su relación y en una misma semana sale tu video con tomas de ustedes y además forman parte juntos, por primera vez, de una campaña publicitaria como la de adidas Originals P.O.D System. ¿Cómo deciden cuándo mostrar su intimidad y hacer pública su relación?

JI No lo pensamos demasiado; nos guiamos por lo que nos gusta o no. Nos han llamado para hacer tapas de revistas juntos, pero no es nuestro estilo, porque no nos interesa hablar de nosotros como pareja. El video fue distinto, porque es mi canción para ella y, como decía antes, fue un regalo. En el caso de la campaña de adidas Originals P.O.D. System es algo más publicitario, artístico y creativo, y no está enfocado en nuestra vida personal.



+ ¿Cómo fue la experiencia de ser parte de esta campaña de adidas Originals junto a Violeta y, además, ser parte de su grupo de embajadores?

JI Para uno que siempre eligió adidas, que adidas lo elija, es un match perfecto, ¡Puro “crush”! Me gusta, además, porque me identifico con el mensaje estético que quiero transmitir y está alineado a mi forma de pensar el estilismo. Y además, es una gran posibilidad de conectar música con moda, y me gusta ser parte de eso.

+ ¿Qué otros proyectos tenés para este año?

JI Voy a tratar de seguir sacando temas que no mi alimento y también el de la gente que me escucha, que disfruta de tener novedades, claro. Tengo muchos shows por delante, también. Tengo un festival en Chile en mayo, voy a México, Colombia, New York y, en Argentina, a Rosario. Acá en Buenos Aires, en mayo, haremos un Vorterix que me entusiasma mucho.+

#PODSsystem
adidas.com/PODSsystem



Gala DK Twitter Instagram

Periodista y comunicadora social, escribe de cultura joven, rock y turismo. Entrevista a músicos y artistas, y escribe crónicas sobre eventos culturales, así como lanzamientos de producto y novedades corporativas.

Relacionado

- Argentinós en el SaloneSatellite 2024**
Diseño · Personas Creativas
- Francisca Bavio: De abogada a emprendedora de moda en Milán**
Diseño · Moda · Personas Creativas
- Veronese: Entre la artesanía del cristal de Murano y el diseño francés**
Arquitectura · Arte · Diseño · Personas Creativas
- Chiara Tussiev: Diseñar para Ichendorf Milano, a partir de un Master en Domus Academy**
Diseño · Personas Creativas

Anterior Un jardín botánico en la mesa

Siguiente Dash le pone onda a los espacios para adolescentes