

# eP Primera fila ICULT

## Un pedazo de historia musical



### NEW HORMONES

El sello que los Buzzcocks y su mánager crearon para editar el seminal EP *Spiral scratch* en 1977.



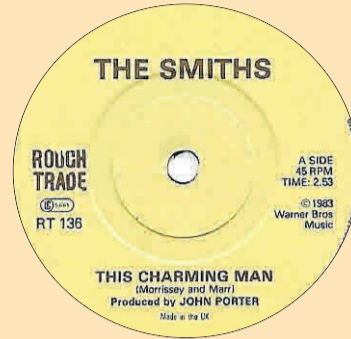
### FACTORY

Fundado en 1978. Reinventó Manchester con grupos como Joy Division, New Order y Happy Mondays.



### MUTE

También de 1978. Creado por Daniel Miller. Depeche Mode, Yazoo, Nick Cave & the Bad Seeds... En activo.



### ROUGH TRADE

Fundamental tienda (tiendas, hoy en día), distribuidora y marca discográfica que descubrió a los Smiths. En activo.



### POSTCARD

Sello de breve existencia (1979-1981) y producción que no obstante hizo de Escocia sinónimo de pop buenísimo.



### GLASS

David Barker formó una escudería de ensueño: The Pastels, Spacemen 3, Jacobites, The Jazz Butcher...



### BEGGARS BANQUET

El coloso. Empezó como sello y ahora es un grupo que posee o distribuye 4AD, Rough Trade, Matador, XL...



### CREATION

Alan McGee sería un golfo, pero olfato tenía: Primal Scream, My Bloody Valentine, Teenage Fanclub, ¡Oasis!



### BLAST FIRST

Creado por Paul Smith para que desembarcaran en Gran Bretaña Sonic Youth, Big Black, Dinosaur Jr...



### DOMINO

Uno de los gigantes de la actualidad, con Franz Ferdinand y Arctic Monkeys desde el inicio de ambas bandas.

RAMÓN VENDRELL  
BARCELONA

En el rudo Glasgow de finales de la década de 1970, donde el punk se tradujo «en un montón de grupos que se llamaban The Sick, The Vomit, The Drags o The Jokes», según despectivas palabras de Edwyn Collins, Alan Horne tenía un tesoro que le hacía sentir superior al resto de la humanidad: una maleta llena de *singles* originales de Big Star y de sellos como Sue, Motown, Stax o Elektra. Viperino fanático del pop, de su manera de entender el pop, Horne encontró en Collins, el cabecilla de Orange Juice, a su alma gemela. Nada le gustaba más a ese par que despedazar a grupos según sus exigentes y caprichosos criterios estéticos. «Eran capaces de exiliar a gente al espacio exterior», dice Grace Maxwell, testigo de sus diatribas en calidad de mánager de Orange Juice.

Horne fundó Postcard Records como vehículo para Orange Juice, conjunto revolucionario desde su feliciano nombre hasta la fragilidad emocional que exhibía de forma despreocupada en sus letras, pasando por el pulso funky de sus canciones. Lo más antirock que había parido madre. Poco importa que Postcard durara menos que los baterías de Spinal Tap. Lo importante es que construyó un pequeño reino que expresaba un posicionamiento frente al mundo. Y como Postcard, una miríada de sellos independientes nacidos al calor del incendio punk.

La historia de estas discográficas, desde un punto de vista estricta-

# La edad de oro del indie

El libro 'Freak scene' traza la odisea de las discográficas independientes británicas desde 1975 hasta el 2005

El texto de Richard King se nutre de un imponente elenco de testimonios del movimiento y después industria

mente británico, es lo que cuenta *Freak scene*. Los chalados e inconformistas que crearon la música independiente, 1975-2005 (Contra), de Richard King. Como señala el autor, las marcas independientes existen desde los orígenes de la música grabada, con tótems como Sun, Chess, Atlantic o Island. Pero no es menos cierto que en los 70 eran historia y que el rock corporativo había edificado una fortaleza tan fabulosa que desde ella los pictos ni se veían. Contra ese statu quo se amotinó el punk, que más allá del ruido y la furia sembró la valiosa semilla para los pictos del *do it yourself*.

**HAMBRUNA Y VACAS GORDAS** // Sus razones tendrá King para ignorar Chiswick y tratar como nota a pie de página Stiff (y ojalá no tengan que ver con el rollo listillo que más adelante envolvería lo indie). El caso es que su relato, prolijo en testimonios, comienza con *Spiral scratch*, el EP autoeditado por los Buzzcocks en 1977, y finaliza con la apoteosis de los primeros años del siglo XXI protagonizada por Strokes, Libertines (Rough Trade), White Stripes (XL Recordings), Franz Ferdinand y Arctic Monkeys (Domino). Apoteosis que permitió a Yeah Yeah Yeahs, banda con poco más que un nombre sensacional y una cantante que sedujo a las revistas *cool*, plantar a Wichita tras haberlos lanzado y fichar por una multinacional. O sea, de la hambruna a las vacas gordísimas.

Entre ambos momentos se nos muestran las interioridades de la odisea independiente británica y



#### 4AD

Entre los diseños de Vaughan Oliver y grupos como Cocteau Twins y Pixies, el colmo de la exquisitez indie. En activo.



#### BLANCO Y NEGRO

No confundir con la homónima marca española. Fue una subsidiaria de Wea, pero en asociación con sellos indie.



#### FIRE

Ha hecho más cosas, pero para la historia, cruel ella, es el sello donde Pulp estaba antes de triunfar. En activo.



#### XL

Inicialmente enfocado a la música de baile, despegó con The Prodigy, lo petó con White Stripes y tiene a Radiohead.

## La bancarrota de Factory coincidió con el traslado del sello a unas despampanantes oficinas

«Es significativo que desde el 2005 no haya salido ningún nuevo sello independiente rompedor», dice el autor

quedan retratados sus capítostes. La bancarrota de Factory llegó poco después de su traslado a unas despampanantes oficinas que ni la buena voluntad de New Order pudo pagar; todo el mundo veía venir la ruina excepto Tony Wilson, cabecilla del sello y hedonista sin tasa que seguramente pensó cuando chapó el sello: «Que me quiten lo bailao». Aunque para juerguista, Alan McGee, un tipo capaz de tener problemas económicos con Primal Scream, Felt, My Bloody Valentine, Teenage Fanclub y ¡Oasis! en su escudería. Por el contrario, menudo agnias es Ivo Watts-Russell, jefe de 4AD. Rough Trade, tienda, distribuidora y discográfica, llegó a tener ayudas públicas en tanto que icono del movimiento, lo que no evitó una aparatosa quiebra... tras la que resurgió con Strokes y Libertines bajo el brazo. Es revelador el pasmo que

causaron Sonic Youth, Big Black, Dinosaur Jr y Butthole Surfers en Gran Bretaña, donde desembarcaron de la mano de Paul Smith y su sello Blast First: una cultura musical basada en el ingenio descubría cómo las gastaban sus pares transatlánticos, forjados en el esfuerzo y la eficacia.

**EL PRESENTE** // A la pregunta de qué ha sucedido desde el 2005 en la industria discográfica indie británica, King tiene noticias buenas y malas.

Las buenas: «El streaming ha permitido a los sellos estabilizarse financieramente, y el abaratamiento del coste de editar música ha asegurado a los que tienen un pasado sólido y pedigrí que pueden competir con las grandes discográficas». En este nuevo escenario, prosigue King, «la idea de que los sellos independientes tienen menos potencial comercial que las majors ya no es relevante, pues las ventas son más fáciles de conseguir a través de la distribución digital. Y la influencia de nuevas instituciones como Pitchfork, Coachella y Primavera Sound ha creado una infraestructura para los sellos independientes».

Las malas: «Es significativo que no haya salido ningún nuevo sello independiente rompedor y que ninguno de los pequeños haya crecido más allá de consolidarse. La posibilidad de crear una compañía de discos y tener cierto éxito sin hacer una inversión astronómica nunca ha sido tan remota».

La suma de ambas remite a algo bastante grande y también bastante fosilizado. ≡

# La Castanya, pese a todo

La discográfica independiente cumple 10 años gracias a la multitarea de sus responsables y el aprendizaje de lo digital



RICARD CUGAT

►► **Emprendedor** ► Joan Guàrdia, cofundador del sello independiente La Castanya.

**JUAN MANUEL FREIRE**  
BARCELONA

Hace 10 años, los hermanos Joan y Albert Guàrdia se pusieron serios y decidieron oficializar aquello que desde hace un tiempo hacían por pasión: viajar con grupos y ayudarles a encontrar conciertos. El plan incluía, además, publicar discos, algo que había sido tema de conversación durante madrugadas beodas. De aquellas noches viene el nombre de su sello, La Castanya.

«Cuando di con un logo, algo con un fruto dentro, pero que nadie tiene por qué saber que es una castaña, dije, bueno, lo dejo pasar, pero debe ser uno de los peores nombres de la historia», explica Joan muy sobrio, solo animado por un café. Si dio con el logo es porque, en principio, lo suyo iba a ser el diseño gráfico. Sigue ocupándose de ello a menudo en La Castanya, pero también de muchas otras cosas.

Según datos de la Unión Fonográfica Independiente, una indie suele emplear a una media de cinco personas. Los Guàrdia han fichado a una tercera persona, Elena Nieto (del grupo Yawners), que trabaja con Albert en Madrid, solo poco antes de su décimo aniversario.

Y eso cuando desde hace tiempo una discográfica no puede ser solo eso, una discográfica, sino funcionar también como agencia de contratación y *management*. Como poco. «Con los primeros grupos a los que lanzamos desde cero, como Furguson y Me And The Bees, el acuerdo fue desde el principio: 'va-

mos a montar los conciertos y sacar vuestros discos'. Hace tres años, cuando fichamos a The Zephyr Bones, me convertí en su mánager. Es mucho más trabajo, son grandes palabras, pero el día a día es excitante».

The Zephyr Bones, buscadores de la canción pop lánguida perfecta, son los *rookies* de oro de la escudería. Su tema *Black lips* se coló en el Top 50 Internacional de Spotify después de colarse en algunas *playlists* oficiales de la plataforma. «Fue la semana que murió Prince», recuerda Joan. «Prince tenía no sé cuántas canciones en ese top, y luego estaban los

## La formación pop The Zephyr Bones son los 'rookies' de oro de esta escudería 'indie'

**Zephyr. ¡En un día tuvimos 150.000 escuchas!**

Colarse en esas listas de reproducción tan influyentes no es tan sencillo. «Es difícil entrar porque no sabes quiénes son los comisarios», dice Joan. «Trabajamos estrechamente con [la distribuidora digital] The Orchard, una compañía americana con sede en Madrid y Barcelona. Ellos son quienes envían la música a las plataformas y tiendas de música digitales. Les das pequeños *inputs* y cruzas los dedos para que algo funcione al nivel más global posible».

El idioma no tiene por qué ser un problema: según explica Marçal Lla-

dó, uno de los responsables del sello Bankrobber, la canción *Som transparents* de El Petit de Cal Eril lleva un millón de escuchas en un año, y ha aparecido en el Top 50 viral de... ¡Colombia! «Por otro lado, cabe lamentar que Spotify haya eliminado la lista oficial *Cataland*, única que incluía sólo música en nuestra lengua, un importante canal de difusión para nuestras novedades», comenta Lladó.

De lo que ya se han tenido que olvidar las discográficas, pequeñas o no, es del disco como fuente de ingreso: ahora es solo una tarjeta de presentación y un objeto más de *merchandising* de un grupo que, después, vivirá de muchas cosas. Según Carlos Galán, director de la veterana marca Subterfuge, los ingresos vienen ahora mismo «por mil vías: venta de discos, conciertos, derechos fonográficos, derechos editoriales, conciertos, sincronizaciones publicitarias, explotación digital o licencias a terceros».

Y sin embargo, hay sellos empeñados en vender discos, suyos y de otros: el sello El Genio Equivocado ha abierto tienda en Barcelona. «Lo consideramos -dice el cofundador Joan Casulleras- como un paso natural de nuestro quehacer durante estos años, en los que nos hemos ido metiendo en diferentes berenjenales con toda la ilusión». Que es la única gasolina necesaria. «Mi hermano y yo hacemos otras cosas para tirar esto adelante, aún ahora», dice Joan Guàrdia. «Pero hay alegría. Si hay alegría ya está bien». ≡