

# Música / Màrtirs de la nova escena

ARNAU SOLSONA



Botiga BCore (fotografia de Maria Dias)

La sobreinformació és un mal endèmic de la societat contemporània. Internet, més que esclarir dubtes, ha estat la darrera onada que ha convertit el mar de fons en un tsunami en tota regla. Això, per als més feliços moderns, futuristes o informàtics, ha esdevingut un problema que s'escapa del seu propi abast; i no us vulgueu ni imaginar què ha suposat per als més ortodoxos... Més aviat, podem dir que es tracta d'un mal que ha esdevingut una característica transversal a tots els camps de la vida actual. Des del turisme fins al periodisme, passant per la cultura en general o la música en particular. Cada sector viu el seu propi viacrucis. Però, més que analitzar la compra en línia de productes de bricolatge, el *low-cost* en el sector del turisme o l'enfonsament del periodisme escrit amb olor de tinta i de quiosc, ens centrarem en l'oceà musical.

Internet ha obert la caixa de pandora i ahora ha trencat les barreres mercantilistes de les grans discogràfiques. No entrarem a analitzar les estratègies de màrqueting ni l'elaboració de productes musicals de depurada i presumpta postura que acabaven sent autèntics fenòmens comercials. Això fa molts anys que els americans ens van ensenyar com s'havia de fer: gires, radiofòrmules, llistes dels més venuts, videoclip... Quin gran

invent, la MTV! Tan criticada que va ser, i veient en què s'ha convertit al 2013 fins i tot enyorem aquells anys de publicitat musical.

No serem tan hipòcrites per cridar que l'entrada d'economistes en certs àmbits culturals ha transformat les cançons en simples béns. Tots hem assumit que també la música és un gran negoci, un negoci que juga amb la passió i els sentiments d'uns quants. Potser l'arribada d'Internet era, si més no, urgent i necessària en aquest camp. Però, què ha suposat realment? Va començar com un cop de puny a l'estómac, amb la consegüent davallada sense fre de la venda de CDs: Virgin, EMI, Sony, per citar algunes de les grans firmes, en van ser víctimes, i les empreses petites, encara més. Les discogràfiques tradicionals que han quedat s'han espavilat recorrent al nou rei mides, iTunes, per "recuperar" la venda de música. Així mateix, el renaixement del vinil ha significat una petita esclatxa d'aire

per a les discogràfiques i les botigues convencionals... però ens avancem.

Aquest immens camp que ha obert Internet ha permès que noms modestos i anònims poguessin arribar a posar-se a l'alçada de grups emmarcats per grans estructures de màrqueting. Aquests darrers anys hem viscut autèntics fenòmens, que potser algun sociòleg o analista musical qualificaria d'"enganya-gafapastes" o "atonta-groupies". I és que s'ha generat un món nou vinculat al màrqueting en línia i a les xarxes socials que ha deixat a molts fora de joc. De fet, la majoria encara no saben ni tan sols de què va el joc.

Si fa vint anys els adolescents somiaven tenir el suport de discogràfiques, com *Guns n'Roses* o *Oasis*, ara resulta que les bandes busquen poder ser uns nous *Artic Monkeys*, que gràcies a MySpace van aconseguir arrossegar tants seguidors que els segells es rifaven qui els publicaria el debut més venut del Regne Unit... En la mateixa línia, també són abundants els nens que pretenen emular Justin Bieber per convertir-se en els nous prínceps de Youtube.

Però això no és tot. Si focalitzem en l'àmbit més local per extrapol·lar l'anàlisi del que està passant en el camp musical, observem bàsicament dos trets que caracteritzen els grups actuals —fugint del *mainstream* que continua ancorat gairebé en les mateixes estratègies i eines d'abans. A dia d'avui, qualsevol grup ha de ser present a Internet. Però, com? Si pot ser, amb una web que ens permeti arribar al seu material; i, si no, una simple pàgina de Facebook pot fer el fet. Ara bé, si ja han renegat del MySpace és recomanable tenir un Bandcamp o, com a mínim, penjar les novetats a través d'un enllaç en un Soundcloud. I, si el grup disposa de més cançons, pot recórrer a plataformes com *Spotify*, que són el punt de trobada de referència per als més melòmans. Això permet que, a través de Facebook, Twitter i similars, l'espiral vagi arrossegant cada cop més seguidors, coneixedors i, en última instància, consumidors d'aquestes novetats.

Renoï, quin enrenou a la xarxa! Enmig d'un huracà com aquest de plataformes i opcions, quin camí hem de seguir? "Internet dóna més coneixements, però qui ens dóna criteri?", es preguntava Peter Burke, catedràtic emèrit d'Història Cultural de la Universitat de Cambridge, en una conferència a Barcelona fa pocs dies —on presentava *Historia social del conocimiento II. De la Enciclopedia a la Wikipedia*. Editorial Paidós. Si ens parem a parlar de periodisme, també s'ha vist altament afectat per l'intrusisme, i blogs amb més o menys gràcia han robat l'espai a certes capçaleres referencials en l'àmbit més especialitzat. En altres casos, alguns periodistes han sabut fer-se un lloc i fins i tot guanyar-se més respecte gràcies a Internet.

Però els que realment s'estan guanyant el reconeixement global, els que han recuperat el terreny com a prescriptors i brúixoles de pedigrí enmig de tanta crisi, són els que encara aposten, justament i de veritat, per la música. Ens trobem davant del renaixement de nombroses discogràfiques, firmes i segells independents, una *rara avis* que no fa ni deu anys s'havia sentenciat de mort. És aquí on rau el canvi més interessant dins l'estructura musical dels darrers temps. La depressió econòmica ha volgut coincidir en uns temps en què la tecnologia en tots els àmbits viu els seus millors moments; juntament amb una tendència o una necessitat de sonoritats menys cuidades, produccions que s'acosten al *lo-fi*, i modes que tendeixen a portar les gravacions a captar l'ambient d'una cabana d'un bosc o d'una cuina d'apartament. En definitiva, el ventall és gran i els

recursos, si s'espremen, també. N'hi ha prou amb qualsevol excusa perquè autèntics valents donin suport amb el seu nom a les bandes que no disposen d'un circuit tan ferm, alhora que es teixeix una autèntica tela inoxidable per dotar tots aquests grups dels pilars necessaris per arrencar i mantenir-se en un cert nivell i, sobretot, per rebre el reconeixement del gremi.

És en aquesta nova baula de la cadena on a dia d'avui trobem allò veritablement més viu i interessant de la cultura musical del país. Han estat molts els anys de picar pedra de discogràfiques com B-Core a Barcelona i Elefant o Subterfuge a la resta de l'estat, que han estat airbags salvavides dels grups més menystinguts i que han aconseguit colar-se a totes les publicacions i festivals del país, fent camí per a noves discogràfiques que abracen més gèneres i obrint-se elles també a més estils. Si mirem a casa nostra, Sones i Bankrobber —Manos de Topo, Mujeres, Za! o Esperit! i Mazoni— ja fa temps que també generen les millors promeses.

El fenomen és que puguem comptar amb edicions especials, vinils i EPs fets per Boston Pizza, La Fonoteca o Foehn; i que autèntics suïcidis empresarials com Famèlic o La Castanya resultin ser els motors de l'escena més underground catalana, amb la creació d'un so propi a Osona amb bandes com Mates-Mates i L'hereu Escampa o amb la ruptura d'esquemes provocada per grups com Furguson o Unifers. Els referents sembla que estan canviant, així que hem de girar l'objectiu i estar atents als segells que sorgeixen amb aquest esperit independent: Canadà o IndianRunners i, a Sabadell mateix, La Produktiva, MamaVynila o Jacquard Records, els màrtirs de la nova escena.

Per als curiosos que busquin més informació, us recomanem els portals dels segells [sabadellencslaproductiva.com](http://sabadellencslaproductiva.com), [jacquardrecs.com](http://jacquardrecs.com) i [mamavynilarecords.com](http://mamavynilarecords.com). Ara bé, la manera més directa d'estar al dia de tota aquesta escena que s'està consolidant és gràcies als concerts que organitza el col·lectiu cultural La Llançadora. Els concerts tenen lloc a la galeria La Mirada (Rambla, entresòl 9). Preus de crisi per a concerts de luxe. En qüestió de tres mesos ja s'hi han vist noms d'allò més interessants, des de Murnau, Sexy Bicycle, Esperit!, La Sentina, Wind Atlas o Fred i Son... una programació cuidada que val la pena seguir de ben a prop a [lallancadora.wordpress.com](http://lallancadora.wordpress.com)