

# INTRODUCCIÓN

**E**l 24 de septiembre de 1991 salió a la venta un álbum titulado *Nevermind* de un grupo llamado Nirvana. En cuestión de semanas, se convirtió en disco de oro, al poco tiempo desbancó a Michael Jackson del número uno de la lista de mejores álbumes de *Billboard* y llevó a la periodista musical Gina Arnold a afirmar: «Hemos ganado». Pero ¿quién era «nosotros»? Y ¿por qué «nosotros» éramos tan diferentes de «ellos»?

«Nosotros» era un variopinto conjunto de fanzines, emisoras de radio universitarias y underground, programas locales de cable, tiendas familiares de discos, distribuidores y sellos discográficos independientes, *flyers* promocionales, bares de copas y locales alternativos, representantes, grupos y fans que habían ido cobrando fuerza durante más de una década antes de que la industria se percatara de su existencia.

Esta gente emprendedora, que había pasado inadvertida para las grandes compañías discográficas, había construido una eficaz red clandestina de promoción, comunicación y distribución; una auténtica vía cultural underground. «En una era de grandes conglomerados, grandes gestores y grandes medios, ir de gira por los clubs de rock más tirados de Norteamérica en una furgoneta Ford es como aplicar una estrategia de guerra de guerrillas en una era de fuerzas nucleares estratégicas», escribió Joe Carducci en *Rock and the Pop Narcotic*. Y Nirvana, con estrategia de guerra de guerrillas incluida, se había erigido milagrosamente en el vencedor.

**D**iez años antes de *Nevermind*, se había formado Sonic Youth, The Minutemen y The Replacements habían sacado su primer álbum, Hüsker Dü su primer single, Henry Rollins se había unido a Black Flag, Mission of Burma y Minor Threat habían sacado sus primeros EP, y R.E.M. había sacado su primer single, el épico «Radio Free Europe»/«Sitting Still», en el diminuto sello Hib-Tone Records. Y Ronald Reagan, fuente de inspiración de gran parte del descontento de la cultura underground norteamericana, había iniciado su primera legislatura como presidente. Ciertamente, 1981 fue un año clave para el rock underground moderno norteamericano. Pero pasarían años antes de que alguien se diera cuenta de la semilla que se había plantado.

Este libro no pretende ser en modo alguno una historia completa del movimiento indie norteamericano entre 1981 y 1991. Presta especial atención a los sellos discográficos SST, Dischord, Touch & Go y Sub Pop, pero estos no son, ni mucho menos, los únicos sellos que hicieron posible la revolución. También estaban Slash, Taang!, Frontier, Posh Boy, Coyote, Alternative Tentacles, Dangerhouse, Bar/None, Pitch-a-Tent, Wax Trax y muchísimos más. Escribir sobre todos ellos hubiera sido imposible.

Lo mismo se podría decir de las revistas de información de la escena indie, los fanzines. La mayoría empezaron como soflamas fotocopiadas de gente frustrada por la forma como las revistas musicales convencionales ignoraban en gran parte esa música nueva y excitante. Algunas se hicieron bastante grandes e influyentes, entre ellas *Flipside*, *Maximumrocknroll* y *Forced Exposure*, pero había literalmente cientos de fanzines más pequeños que definieron, en conjunto, la estética indie.

Y claro está, en la escena independiente norteamericana de los años 80 del siglo pasado existían muchos, muchísimos grupos; desde los que dejaron su huella en la escena nacional hasta grupos que empezaron en el anonimato y así siguieron, a veces por voluntad propia. Muchos de los grupos conocidos por muy poca gente son algunos de mis preferidos, pero, o los excluía, o convertía este libro en una enciclopedia. Mis más humildes disculpas a estos grupos y a sus seguidores. Se pueden escribir muchos más libros sobre este tema: os invito a que lo hagáis.

En lugar de ello, este libro retrata a una serie de grupos que no solo encarnaron una innovación musical, una filosofía, una región o un sello, o aportaron una personalidad destacada a la comunidad, sino que, además, ilustraron un momento especial en la evolución de la escena indie norteamericana de los 80, desde los primeros días caracterizados por la agresividad hasta una escena heterogénea donde los grupos luchaban contra las contradicciones que su propio éxito creaba. Estos grupos son legendarios, aunque mucha gente no sabe por qué. Así pues, el simple hecho de contar la historia de

The Minutemen, dar a conocer a los lectores un grupo tan fantástico como Mission of Burma o mostrar la gran deuda que tiene el boom del rock alternativo de los 90 con grandes grupos como Hüsker Dü y The Replacements justifica mi labor.

Este libro se centra únicamente en grupos que estaban en sellos independientes. Así pues, R.E.M., por ejemplo, no pasó el corte, porque los álbumes del grupo anteriores a la etapa Warner los grabaron para I.R.S. Records, cuyos discos fabricaba y distribuía A&M (quien, a su vez, tenía una relación comercial con RCA) y, posteriormente, MCA. Del mismo modo, las historias se terminan cuando un grupo firmaba por un gran sello. Prácticamente todos los grupos realizaron su mejor y más influyente obra durante sus años indie; tras firmar por un sello grande, perdieron irremediamente una conexión importante con la comunidad underground.

Tened también en cuenta que este libro se centra en las historias de los grupos más que en su música. Si queréis saber más sobre su música, deberíais escucharla; en el momento de escribir esto, casi todos los discos a los que hago referencia en este libro todavía están catalogados. Y si realmente necesitáis leer más sobre su música, consultad algunos de los libros que figuran en la bibliografía, especialmente la *Trouser Press Record Guide*, en su cuarta edición, editada por mi amiga y distinguida colega Ira Robbins.

«Independiente» tiene varias definiciones, pero la que este libro utiliza es la cuestión fundamental de si un sello distribuye sus discos a través de uno de los gigantes de la música corporativa —en el periodo en cuestión, los llamados Seis Grandes: Capitol, CBS, MCA, PolyGram, RCA y WEA—, lo que les permite entrar en muchísimas más tiendas que los distribuidores independientes, más pequeños. Todo tipo de ventajas resultan de esta distinción, desde el acceso a la radio comercial hasta la capacidad para atraer a artistas de renombre. Los sellos indies desconocidos tuvieron que promocionar artistas actuando a nivel local y siempre con grandes dificultades de maniobra.

Los sellos independientes norteamericanos no son ninguna novedad: sellos legendarios como Motown, Stax, Chess, Sun y Atlantic fueron todos, en su momento, independientes, aunque a mediados de los 70 muchos de los sellos clave ya habían sido absorbidos por los sellos más grandes. Muchos discos de indie rock de aquella época eran casos aislados, como el single «Hey Joe»/«Piss Factory», que fue publicado en 1974 por Mer Records, grabado por una visionaria de Nueva Jersey llamada Patti Smith y financiado por su amigo fotógrafo Robert Mapplethorpe.

Pero siguiendo el ejemplo de sellos punk pioneros ingleses como Stiff y Chiswick, cada vez más gente se daba cuenta de que llamar al centro de

prensado de vinilos y producir su propio disco no era el privilegio misterioso y exclusivo de las gigantescas compañías discográficas de las costas. Se había abierto una puerta y un pequeño reguero de gente aprovechó para colarse a través de ella. A finales de los 70 empezaron a brotar en todo Estados Unidos sellos independientes con el propósito de registrar el punk rock y sus derivados.

Todo empezó, sencillamente, porque existían grupos magníficos con quienes las *majors* jamás firmarían un contrato. Siguiendo la auténtica tradición capitalista, los emprendedores reconocieron una necesidad, aunque pequeña, y trataron de satisfacerla. De pronto había sellos indie en todo el mapa: 99 en Nueva York; Black Vinyl en Zion, Illinois; Frontier en Los Ángeles; Twin/Tone en Mineápolis; dB en Atlanta, etcétera.

Pero pasar la mano por la cara a los todopoderosos siempre tendrá un cariz ideológico inherente. Muchos visionarios habían visto cómo los grandes sellos habían fagocitado a la primera generación de punks británicos, especialmente a los Sex Pistols, y decidieron conservar el control de su propio destino. Tal y como ha apuntado el escritor Max O'Flaherty, los primeros sellos post-punk británicos como Rough Trade «formaban parte de la marea de radicalismo político que había assolado Gran Bretaña en 1978-1979... El radicalismo político se había incorporado al modelo post-punk, y sus implicaciones resonarían gracias al indie norteamericano en el gran sueño político de los años Reagan como una promesa medio olvidada».

Para empezar, el principio clave del indie rock norteamericano no era un estilo de música circunscrito; era la ética punk del «hazlo tú mismo». La ecuación era simple: si el punk era rebelde y el «hazlo tú mismo» era rebelde, entonces, el «hazlo tú mismo» era punk. «El punk era algo más que formar un grupo», dijo en una ocasión Mike Watt, exbajista de The Minutemen, «se trataba de crear un sello, ir de gira, tomar el control. Era como escribir canciones: simplemente, lo haces. Quieres un disco, pagas la fabricación de los discos. De eso se trataba».

El increíble descubrimiento de que no tenías que ser un dios de la guitarra con la melena cardada para ser un músico rock válido caló; resultaba liberador en muchos sentidos, especialmente desde lo que muchos percibían como el egoísmo, la codicia y la arrogancia de la América de Reagan. El indie underground convertía un estilo de vida modesto en no solamente atractivo, sino en un imperativo moral puro y duro.

Sin embargo, al principio fue necesaria una postura pragmática más que una declaración de principios.

—No fue una iniciativa de relaciones públicas, sino lo mejor que pudimos hacer en ese momento —explica Bob Mould, excantante y guitarrista de Hüsker Dü—. Era muy simple: si eres un pez que nada aguas abajo y lo único

que ves son tiburones en todos los afluentes y ves ese punto por el que cruza otro pez, tú lo sigues. No estás seguro de cómo es ese otro pez, pero sabes que no se lo han comido, de modo que lo sigues. Y una cosa lleva a la otra y la gente te sigue y así es cómo funciona.

—La gente se dio cuenta de que había un modo de hacer las cosas muy underground y discreto que todavía valía y todavía era importante —explica Lee Ranaldo de Sonic Youth—. La gente tenía esa idea de que, a la larga, lo que importaba era la calidad de lo que hacías y la importancia que le dabas, independientemente del número de personas al que llegabas o de cuántos discos vendieras.

Esa constatación cambió completamente el destino del innovador —casi siempre una lucha cuesta arriba constante a través de la oscuridad, la pobreza y la frustración—. En el microcosmos del mundo de los sellos independientes, los innovadores podían prosperar, gozar de respeto y admiración por su obra y, realmente, recibir el aplauso e incluso la recompensa por permanecer fieles a su visión. Rebajar tus aspiraciones era, en realidad, aumentarlas.

**E**n algunos sentidos, artistas como The Beatles, Stevie Wonder y Bob Dylan fueron precursores del «hazlo tú mismo»; aunque sus carreras estaban en gran parte dirigidas, exigían y recibían un control sin precedentes sobre su música, un avance radical en ese tiempo. A su estela, los músicos reafirmaban su derecho a crear sin injerencias externas y la fuerza con que lo hicieran resultaba clave para su credibilidad. Este concepto dominó la escena indie de los 80.

De hecho, los 60 tenían mucho que ver con el rock underground de los 80. Preguntado en 1980 por cómo era la escena punk de Los Ángeles, Rodney Bingenheimer, DJ de la emisora de radio KROQ, contestó: «Es como volver a vivir en los 60». Thurston Moore, de Sonic Youth, dijo en una ocasión acerca del punk: «Era como un movimiento hippie nihilista, eso es lo que era». La gran mayoría de los artistas que aparecen en este libro reconocen la influencia de la contracultura musical de los 60.

Y no es extraño: los primeros ciudadanos de la nación indie habían crecido con grupos como The Beatles, The Who y The Rolling Stones, grupos que fomentaban la entonces anticuada idea de que el rock & roll era una parte intrínseca del alma de un joven, un motor de cambio social y no solo un producto de consumo.

—Esa década fue una década en la que la gente se sentía enormemente comprometida y enormemente identificada con la música y la cultura, una década en la que la gente creía que todo aquello no era solo un telón de fondo, sino que era tu vida —dice Guy Picciotto de Fugazi—. Era parte del carácter de lo que uno hacía.

Pero la comunidad indie había visto lo que había ocurrido con el sueño de los 60. Y sabían que no tenían la fuerza demográfica necesaria para realizar una revolución cultural semejante ni tampoco querían emular la capitulación indignante de los nacidos en los años 60. Así pues, se aseguraron de que no fueran parte del problema y lucharon por una buena causa, a sabiendas de que jamás ganarían. Y eso era muy punk. «¡Entended que libramos una batalla que no podemos ganar!», escribió Greg Ginn de Black Flag en la histórica canción del grupo «Police Story».

**E**n la escena indie los sellos cultivaban diferentes identidades mediante una estética única y propia que se manifestaba de muchas maneras: música, portadas de discos, incluso catálogos. Los mejores sellos inspiraban tanta fidelidad como los grupos, a veces más, porque cabía esperar que los grupos del sello no solo fueran buenos, sino buenos en cierto sentido de la palabra. Era muy habitual ver a alguien con una camiseta de SST, pero pocos llevaban camisetas que dijeran «Columbia Records».

Todo esto condujo a 1984, un año en el que se editó una avalancha de auténticos clásicos: *Meat Puppets II*, de Meat Puppets, *Zen Arcade*, de Hüsker Dü, *Double Nickels on the Dime*, de The Minutemen, *Let It Be*, de The Replacements y un disco menor aunque no menos influyente de Black Flag, *My War*. Fue un *annus mirabilis* para el indie, alentado por el hecho de que, en ese momento, intérpretes como Kenny Loggins, Yes, Phil Collins y Lionel Richie copaban las listas *mainstream*. Era más que evidente que la mejor música rock del mundo se hacía en esa pequeña comunidad circunscrita.

Y gracias a esa abundancia de grandes álbumes, ahora esa música llegaba a públicos, críticos y sellos discográficos *mainstream*. Un par de grupos clave desertaron hacia grandes sellos y, de pronto, se abrió la caja de Pandora. Algunos otros grupos clave intentaron valientemente conservar la autonomía de la escena, aunque solo estaban retrasando lo inevitable. Tal y como había ocurrido diez años antes, la industria musical de finales de los 80 intentaba salir del atolladero propinando un navajazo al punk rock. Sin embargo, en esta ocasión funcionó.

Existen paralelismos interesantes entre el indie rock y el movimiento folk de principios de los 60. Ambos giraban en torno al purismo y la autenticidad, así como al idealismo sobre el poder de la música dentro de la cultura y la sociedad; ambos eran una reacción a épocas vacías y autocomplacientes y a su ocio igualmente vacío y complaciente; ambos tenían raíces populistas, aunque, en última instancia, estaban dirigidos por universitarios blancos de clase media. Pero, mientras la música folk tenía un cariz ideológico explícito, el mensaje político del indie rock a menudo era más implícito. En ambos casos, la eventual popularidad de la música estropeaba su esencial autenticidad.

dad: el movimiento folk llegó a un simbólico fin con la actuación herética de Bob Dylan en el Festival Folk de Newport; el movimiento indie cambió para siempre cuando *Nevermind* alcanzó el número uno de las listas de *Billboard*.

Y ambos tipos de música surgieron en momentos parecidos.

—Los 80 fueron un poco como los 50: era una especie de etapa conservadora en que primaba el dinero, una etapa políticamente fea y republicana —cuenta el exbatería de Mission of Burma, Peter Prescott—, y generalmente eso significa que habrá un buen underground —añade con una risa—. Hay algo con lo que cabrearse como comunidad.

Así pues, no es ninguna casualidad que los años gloriosos del movimiento indie norteamericano coincidan de forma tan precisa con la era Reagan-Bush.

Como siempre, la música fue la primera forma artística en notar el descontento. El rock underground protestaba no solo con su sonido, sino con la forma como se grababa, comercializaba y distribuía. Y como el negocio musical es una de las manifestaciones más familiares, aunque mutables, del poder cultural que reconoce la juventud norteamericana, en un sentido más amplio, rebelarse contra los grandes sellos era una metáfora de rebelarse contra el sistema en general.

En Washington D. C. los chicos se rebelaron contra el ambiente asfixiante y tedioso del Washington oficial, exacerbado por los habitantes conservadores de la Casa Blanca; en Mineápolis, estaban los inviernos opresivos y el igualmente opresivo estoicismo escandinavo; en Seattle, estaban los yuppies, la lluvia y, de nuevo, el viejo estoicismo escandinavo; en Los Ángeles, el ocioso sosiego californiano, la insoportable insulsez de los suburbios y el falso glamour propagado en platos de toda la ciudad; en Nueva York, estaban los malditos yuppies y la dificultad general de vivir en la que entonces era la ciudad más dura de Norteamérica; y en todo el país, cualquiera con dos dedos de frente se sentía decepcionado por la ignorancia global que Ronald Reagan disfrazó como «Morning in America»<sup>1</sup>.

La radio era un ámbito clave para esta rebelión. Los formatos de FM, fuertemente controlados y en gran parte programados por un grupito de empresas de consultoría, mantenían la nueva música alejada de la radio. La radio universitaria aprovechó esa brecha, proporcionando un conducto valioso. En ese momento, se podía hacer una buena promoción de los conciertos indie; también se podían publicitar adecuadamente los discos. La explotación corporativa de la new wave había demostrado que las grandes discográficas

1. «Morning in America» [Amanece en América] es como popularmente se conoce al anuncio de televisión de la campaña publicitaria del Partido Republicano para las elecciones presidenciales de 1984 cuyo candidato era Ronald Reagan. [N. del E.]

podían apropiarse del estilo musical punk, pero no podían apropiarse de la infraestructura punk: las escenas, los sellos, las emisoras de radio, los fanzines y las tiendas underground locales. Ellos, quizá más que en cualquier otro estilo musical, son el legado más duradero del punk.

Lo más destacable es que el público era una parte tan importante del movimiento «hazlo tú mismo» como los grupos y los sellos. Claro está, los grupos estaban corriendo un gran riesgo al firmar por sellos diminutos, con poca capacidad, y estos sellos flirteaban constantemente con la bancarrota, pero el mayor salto de fe podría muy bien ser el que había dado el público. Se estaban enamorando de grupos que no se oían en la radio comercial y que jamás aparecerían en la portada de *Rolling Stone*. Tenían que superar toda una vida de formación para llegar al punto en el que pudieran creer que un grupo desaliñado y beodo de Mineápolis con un álbum titulado *Let It Be* era tan válido como el grupo que había utilizado ese título por primera vez. Se daban cuenta de que el magnífico grupo que había al final de la calle era tan digno como las superestrellas (y quizá incluso más digno). Y más importante todavía, para ver a los grandes grupos indie en directo no tenía que pagar veinticinco dólares ni llevar unos prismáticos. Y eso era ciertamente revolucionario.

La diversidad musical underground significaba que no había ningún carro estilístico al que los medios pudieran subirse, de modo que el público que compraba discos debía encontrar cosas buscando grupo a grupo, en lugar de tragarse muchas tonterías sobre un «nuevo sonido». Este aspecto de investigación tendía a atraer a cierto tipo de personas: aquellos a quienes les gustaba escuchar pequeñas emisoras de radio situadas a la izquierda del dial que no tenían demasiado buena recepción, aquellos que buscaban el pequeño fanzine fotocopiado, aquellos que pasaban de ir a la megatienda de discos con el cartel iluminado y cruzaban toda la ciudad para ir hasta la pequeña tienda familiar que tenía el nuevo disco de Camper van Beethoven.

El underground norteamericano de los ochenta adoptó el concepto radical de que, quizá, solo quizá, el material que nos ponían delante de las narices los omnipresentes medios *mainstream* no era necesariamente el mejor. Esta independencia de criterio, la determinación de ver más allá del brillo de la superficie y de pensar por uno mismo chocaba frontalmente con la creciente complacencia, ignorancia y conformismo que sepultaban la nación como una mancha que se extendía rápidamente a lo largo de los 80.

**E**l movimiento indie era una recuperación de lo que siempre había sido el rock. El rock & roll pivotaba en torno a una conexión personal y fuerte con los grupos preferidos, pero esa conexión se había visto reducida al mínimo por la concepción de menor denominador común del pop, por no hablar de cosas como conciertos impersonales en estadios y la irrealidad de

la MTV. Los grupos indie demostraban que no tenías que hacer ese tipo de cosas para establecer una conexión con el público. De hecho, podrías establecer una mayor conexión con tu público sin ellas.

El rock de masas consistía en vivir a lo grande; el indie, en vivir de forma realista y estar orgulloso de ello. Los grupos indie no necesitaban presupuestos promocionales de millones de dólares ni múltiples cambios de vestuario. Lo único que necesitaban era creer en ellos mismos y que unos cuantos más también creyeran en ellos. No necesitabas ninguna gran corporación para financiarte, ni siquiera para demostrar que eras bueno. Se trataba de ver como una virtud lo que la mayoría veía como una limitación.

The Minutemen lo llamaban «*jamming econo*». Y no solo podías *jam econo* (economizar) con tu grupo de rock, podías hacerlo en tu trabajo, en tus hábitos de compra, en todo tu estilo de vida. Podías llevar este enfoque particular a la música y aplicarlo en prácticamente todo lo que quisieras. Podías comprometerte únicamente contigo y con los valores y la gente que respetabas. Podías ocuparte de tu propia existencia. O como decían The Minutemen en una canción: «Nuestro grupo podría ser tu vida».