



DISC JOCKEYS EN TRANCE

A Europa són déus. Al nostre país volen ser-ho. Amb les noves músiques, com el 'trance' o el 'trip-hop', el negoci dels 'disc jockeys' està obligat a la reconversió.



Les discoteques són els temples d'expressió dels programadors musicals. A partir de les cabines de les sales, alguns *disc jockeys* han fet el salt a la vinculació directa amb la indústria discogràfica. Les màximes estrelles europees del sector poden guanyar milions de pessetes fent gales als locals més en alça.

Conten que els músics virtuoses de les muntanyes Jajouka del Magrib, que tant pertorbaren l'escriptor Paul Bowles, aconseguïen un estat sobrenatural treballant uns determinats ritmes. Poden parlar en la llengua dels animals o automutilar-se sense patir dolor. Com els fidels llatinoamericans de la germandat religiosa de Hamadcha, que s'obrien místicament el cap amb destrals quan sentien una melodia astral determinada.

A la discoteca Privilege (abans Ku) d'Eivissa no van quedar restes de cervell per terra aquest estiu la nit que va punxar el famós *disc jockey* anglès David Morales. Però es varen donar manifestacions de devoció urbanites d'esperit tan intens com les destrallades ancestrals. Milers de joves veneraven lisèrgicament el *deep-house* de Morales amb uns moviments devots, fent ablucions d'alcohol mitjançant transaccions sacres a les barres repletes. El *disc jockey*, cuirassat pel sofisticat equip de so de la cabina, semblava contemplar-ho des de la distància que dóna el toc diví. Un do que li proporciona molts beneficis terrenals: David Morales pot arribar a cobrar un milió de pessetes per sessió de discoteca. Aquesta unió entre rendibilitat i respecte extàtic és sens dubte l'espill on es miren els professionals del sector del nostre país. La consolidació d'una indústria pròspera al seu voltant, seguint l'exemple d'Europa i els EUA, que no siga tractada com a fem ultracomercial per la crítica exigeix una redefinició seriosa de la figura del programador musical. I, probablement, del concepte de discoteca.

L'imperi del mix. Un concepte que se sedimenta a la dècada dels 70, quan les sales de ball tradicional –que eren habitualment animades per una orquestra– es transformen i s'omplen d'uns ritmes negres –aleshores innovadors– de Barry White, Jackson Five i la factoria Motown: naix la música *disco*. El paroxisme de culte a les discoteques arriba amb el grup australià Bee Gees i la seua aportació a la banda sonora de la pel·lícula *Saturday Night Fever*, on John Travolta es consolida com l'ídol juvenil de *look* més carró en aquesta galàxia. Les discoteques es converteixen en un gran negoci, en el lloc ideal per a l'aventura sexual i per a l'exhibició del ball de festeig. I els *punxa-discs* passen a ser coneguts com *disc jockeys*, els qui controlen i juguen amb el temperament festiu de la sala i decideixen quan cal exaltar o tranquil·litzar la massa de clients a través de la música. És l'època de la primera cocaïna als Estats Units i de l'entrada definitiva del haixix al nostre país.

En general, impera un magma musical de

paràmetres semblants al llarg de bona part dels 80. No obstant, destaca la transformació d'Itàlia en un país exportador de música de ball. Tant que l'allau de produccions italianes que ens va envair és conegut sota una denominació d'origen: *spaghetti disco*. És tractava produccions elementals de ball insulstantment comercials per a consum ràpid, que varen tenir un èxit de vendes gairebé sense precedents. Bons exemples poden ser els singles *Qué Idea*, de Pino D'Angio, o el *I Want You* de Gary Low. Les pistes es fonamentaren en aquestes tristes aportacions, i, des de Barcelona, es va gestar un fenomen: el *mix*. Consistia a barrejar els majors impactes discogràfics del moment en un únic àlbum, perquè l'usuari poguera gaudir a casa de la música que ballava el cap de setmana. I va nàixer el primer acostament del *disc jockey* al món de la indústria discogràfica. Una companyia independent, Blanco y Negro, va encarregar a qui aleshores *punxava* a la discoteca Studio 54 de Barcelona (antiga sala emblemàtica de la ciutat), que posara dempeus aquest projecte.

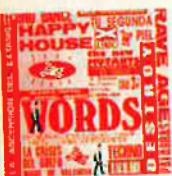
La maniobra comercial tenia possibilitats –en un sol elapè es reunien singles que per separat valien molts més diners, afegint-hi una barreja d'èxits del *disc jockey*– i Raúl Orellana, *punxa-discs* llegendari, va crear *Studio 54 vol.1*. En principi, la reacció del públic va ser tèbia, però, segons Sito Solà, director de promoció de Blanco y Negro, el gran èxit va arribar amb la sèrie *Bolero Mix*: "Hem arribat a fer una desena de volums del *Bolero Mix*, per a consum d'un públic jove, i cap d'ells ha baixat de les 150.000 còpies venudes". Aquesta és una xifra important, sobretot si tenim en compte que tots aquests discs són dobles. Raúl Orellana actuava també pràcticament com a productor dels vinils, fet que constituïa una novetat entre els *disc jockeys*. L'èxit de l'invent va propiciar que una altra casa catalana, Max Music, decidira incorporar els *disc jockeys* al món de la indústria fonogràfica i creara, amb conceptes similars als de Blanco y Negro, els famosos Max Mix. Significava la consolidació de dos programadors de música molt comercial, Toni Peret i José Maria Castells –que eren els encarregats de barrejar els discs– i la propulsió perenne a les llistes de vendes dels seus productes: els tretze volums de la sèrie Max Mix han venut cinc milions de còpies. A partir d'aleshores, un cabal de *disc jockeys* es varen proposar per tot l'estat imitar la gesta comercial amb desigual fortuna.

La diferència valenciana. Al País Valencià, en canvi, les coses eren distintes. Els primers anys 80 varen ser l'època valenciana

del domini de la música alternativa anglosaxona, i les línies més selectes de l'after-punk, el techno-pop, el psicho-billy i altres tendències de comunitat juvenil selectiva dominaven les discoteques punta. Foren temps d'experimentació, que també es notaven en l'acostament dels noctàmbuls més agosarats als alucinògens de característiques contemplatives com la mescalina. Els *disc jockeys* famosos –com Carlos Simó, de Barraca, la mare de les pistes valencianes– es distingien per la investigació i propensió al risc pel que fa a la programació musical. Les coses van seguir un camí més o menys natural fins a l'aparició de l'estil musical conegut com



house. Segons Luis Bonías, actual *disc jockey* de Barraca, "el terme nasqué als Estats Units i significava literalment *fet a casa*. Es a dir, una simplificació de la construcció de la música de ball que possibilitava que qualsevol, amb uns ordinadors senzills i caixes de ritme, podia fer música sense necessitat de grans productors o sintetitzadors". Al món sencer es dona una revolució: els *disc jockeys*, ajudats de músics contractats, s'aboquen a instrumentar els temes que després programaran. I el públic accepta aquesta música de disseny simple i efectes contundents. Encara s'accentua més el fenomen amb la potenciació de l'*acid house*, frenètic estil rítmic que es promociona des d'Eivissa –el laboratori internacional d'experiments en música de ball, terme que prompte es coneixerà com *dance music*. La nit balear genèricament ha servit per promoure *disc jockeys* estrangers, no del nostre territori– i que assola el planeta a finals de dècada, poderosament relacionat amb els volàtils efectes sensitius de l'èxtasi. A València, tot i que és impermeable en bona mesura a l'ona



RAFA GIL

Dalt, Luis Bonías, actual 'disc jockey' de la mítica discoteca valenciana Barraca, que acaba de complir trenta anys de vida. Bonías forma part de la discogràfica Kong Records, una de les supervivents de la debacle de l'intent de consolidació del "Sonido de Valencia". Els gràfics de la part inferior d'aquestes pàgines demostren la consolidació de les companyies catalanes Max Music i Blanco y Negro com a capdavanteres en el mercat de la música de ball estatal. Al voltant de les pàgines, portades de discs dance i cartells promocionals de sales especialitzades en techno.

de l'*acid*, se segueix l'exemple adaptant-lo a la idiosincràcia pròpia. Es comencen a fer discs des de València a càrrec de *disc jockeys* valencians per a ser consumits en les pistes de ball. La gran esperança de formar una indústria pròpia s'albira a principi dels anys 90 amb el gran èxit *Así me gusta a mí* del *disc jockey* Ximo Bayo, que ven més de 50.000 exemplars del producte –xifra ciclòpia per a un maxi-single *dance*, que, habitualment, si arriben a les 5.000 còpies venudes ja es consideren un èxit– i és exportat a països com Austràlia i Japó. A més a més, és en aquest moment quan les discoteques valencianes que abans eren considerades d'avantguarda es popularitzen i comença a acudir-hi un públic massificat sobre el qual es pretén incidir ideant un segell per a la música de ball valenciana que s'anomenaria Sonido de Valencia.

Es creen també emissores de música FM especialitzades en música de discoteca i molts dels *disc jockeys* tenen també programes de ràdio, gràcies als quals, en teoria, la influència sobre el públic quedava garantida. Però res no es va consolidar. Avui són molt poques les discogràfiques valencianes especialitzades en *dance* que lluiten per obrir-se un buit en el mercat –entre altres Kong Records, on treballa Luis Bonías, Contrasena, Prodisc o Lucas Records, totes de petites dimensions– i el mateix Ximo Bayo no ha tornat a gaudir mai d'una bomba comercial com la dels seus inicis. Per a Paco Almendros, co-propietari de Heaven, un dels *after-hours* (discoteques d'horari poc convencional) més sòlids de València, i antic soci d'Area Records, la companyia que va promoure Ximo Bayo i que avui viu hores comercials baixes, "les coses es varen fer molt malament. Els *disc jockeys* que fan discs simplement han seguit els criteris dels directors de les companyies corresponents, que moltes voltes són erronis des del punt de vista comercial i artístic. El segell Sonido de Valencia va ser una etiqueta fantasma, perquè no es va crear una música distintiva i cadascú gravava el que volia. Hi va faltar temperament empresarial per a solidificar una economia al voltant de les companyies. I tot va quedar en maxisingles que altres companyies més grans distribuïen, unien en un *mix* i en treien el vertader benefici."

Triomfs, atzucacs i incògnites. Max Music és paradigmàtica en la predicació de l'últim argument exposat per Paco Almendros. La segueixen en el domini estatal de la música *dance*, encara que a distància, les discogràfiques Blanco y Negro i Ginger, aquesta última també barcelonina (vegeu els gràfics de les pàgines 60 i 61). Actualment, a banda de Toni Peret i José María Castells, forma part del seu exèrcit Quique Tejada, que va ser productor i *punxa-discs* de Blanco y Negro després que

Maxisingles més venuts al primer semestre de 1995



Raúl Orellana marxà de la companyia. Max va deixar ràpidament la moda de l'*spaghetti disco* quan aquesta va ser substituïda a les discoteques convencionals pel *bakalao*, gràcies a l'ona expansiva originada des de les cabines valencianes a principis dels 90, pioneres en aquest so electrònic. Se-



gons Joan Ramon Rodríguez, cap de promoció de Max Music, "la companyia ha venut més de 20 milions de còpies, que es diversifiquen en recopilatoris, maxis i distribucions d'altres discogràfiques. El futur dels *disc jockeys* és la vinculació a les cases de discs, la barreja de producció de material comercial i sons de ball més radicals". Els *mix* creats per *disc jockeys*, producte en què Max s'ha especialitzat, tenen un preu que voreja les 4.000 pessetes –en format doble CD. Això dona idea dels beneficis de la discogràfica, que, segons Rodríguez, "ja té sucursals a Miami i Berlín per a fer discs *mix* amb els sons de moda allí".

Allunyats de l'agilitat econòmica i de l'estructurat convencionalisme comercial de Max, la majoria dels *disc jockeys* de cabina del país varen entrar en un atzucac amb la progressiva desviació de tot tipus de ritmes envers el *bakalao*. Es va produir una progressiva baixada de qualitat musical, provocada per la immensitat de públic poc exigent que acudia a les pistes. A València, en un primer moment, van aprofitar l'impacte el fenomen perquè els programadors de cabines feren gales pertot arreu, tenint en compte la commoció informativa que causaren determinats reportatges exacerbats sobre l'anomenada "ruta del *bakalao*". Això ha fet possible l'eternització d'aquest estil obsolet –recordem que Sara Montiel ha tret un disc de *bakalao*– que ha acostumat el públic a oblidar-se d'altres opcions. Però, des de fa aproximadament dos anys, derivacions estilístiques nascudes del *techno* han canviat el panorama del *dance*. Sons com el *trance*, ritme hipnòtic basat en les inspiracions dels dervixs girogàvics de Turquia, el *trip-hop*, barreja entre el *hip-hop* dels *rappers* novaïorquesos i les reivindicacions dels rastafari, o les ramificacions del *house*, com *deep house*, *porno-house*, *hot-house* o *energy*, marquen universalment la llei de respectabilitat del ball. A Anglaterra, aquesta desmembració ha significat l'altar per als *disc jockeys*, que s'han especialitzat en la variant que han cregut convenient, o han creat una de nova per a conservar l'halo d'exclusivitat. Ja no exis-

Les cabines de les sales del nostre país estan majoritàriament necessitades d'una reflexió. Engolits per la comercialitat desesperada del *bakalao* i les produccions electròniques italianes d'ínfima qualitat, els *disc jockeys* han d'afrontar un oceà de nous estils derivats del *techno* que regnen als locals més destacats de la Terra.

teixen els *disc jockeys* contractats per una sala determinada, sinó que fan demostracions del seu domini musical –*bolos*, en definitiva– en uns circuits de contractació de discoteques internacionals. Noms com els de Roger Sánchez o Darren Emerson garanteixen al local contractant un ple assegurat. Algunes d'aquestes estrelles poden arribar a cobrar tres milions de pessetes per sessió– unes poques hores d'exhibició. Al nostre territori, els *disc jockeys* se senten violentats entre la inexcusable urgència professional de seguir els corrents europeus, i la comoditat de punxar *bakalao* per a omplir les pistes i caixes de les discoteques. Només uns pocs han pogut casar la credibilitat crítica amb l'impacte comercial. Destaquen, entre altres, el valencià Kike Jaén –que pot ser contractat per 100.000 pessetes més desplaçaments per dues hores de sessió– o l'alcantí Nacho Division –ara cobra 150.000 pessetes incloent-hi despeses pel mateix temps de treball. Al gener, pujarà la tarifa a 200.000 pessetes. Tots dos han gravat també maxisingles consistents. A Barcelona, clubs com el Nitsa o l'Apolo han apostat decididament per aquestes noves tendències, enfortides des del festival de música electrònica Sónar. Però encara estan reduïdes a un públic minoritari, a diferència del cas europeu. A València, l'alternativa flueix des de la reconeguda discoteca ACTV, que ha creat una sessió especial de gran qualitat els divendres per implantar aquestes tendències i elevar el nivell de *disc-jockeys* i públic. No obstant això, grans factòtums de la nit valenciana, com el co-propietari de Heaven, Vicente Pizcueta, creuen que els camins per als sons evolucionats han de buscar-se a través de sendes menys estereotipades: "si realment parlem de cultura electrònica alternativa, les discoteques no són el camí. Han de buscar-se clubs o indrets determinats allunyats de l'especulació comercial, amb *disc jockeys* que aposten per plantejaments musicals vertaderament de finals de segle. Perquè en realitat, actualment les discoteques no estan tan lluny del món de *Saturday Night Fever*. S'ha tancat un cercle".



teixen els *disc jockeys* contractats per una sala determinada, sinó que fan demostracions del seu domini musical –*bolos*, en definitiva– en uns circuits de contractació de discoteques internacionals. Noms com els de Roger Sánchez o Darren Emerson garanteixen al local contractant un ple assegurat. Algunes d'aquestes estrelles poden arribar a cobrar tres milions de pessetes per sessió– unes poques hores d'exhibició. Al nostre territori, els *disc jockeys* se senten violentats entre la inexcusable urgència professional de seguir els corrents europeus, i la comoditat de punxar *bakalao* per a omplir les pistes i caixes de les discoteques. Només uns pocs han pogut casar la credibilitat crítica amb l'impacte comercial. Destaquen, entre altres, el valencià Kike Jaén –que pot ser contractat per 100.000 pessetes més desplaçaments per dues hores de sessió– o l'alcantí Nacho Division –ara cobra 150.000 pessetes incloent-hi despeses pel mateix temps de treball. Al gener, pujarà la tarifa a 200.000 pessetes. Tots dos han gravat també maxisingles consistents. A Barcelona, clubs com el Nitsa o l'Apolo han apostat decididament per aquestes noves tendències, enfortides des del festival de música electrònica Sónar. Però encara estan reduïdes a un públic minoritari, a diferència del cas europeu. A València, l'alternativa flueix des de la reconeguda discoteca ACTV, que ha creat una sessió especial de gran qualitat els divendres per implantar aquestes tendències i elevar el nivell de *disc-jockeys* i públic. No obstant això, grans factòtums de la nit valenciana, com el co-propietari de Heaven, Vicente Pizcueta, creuen que els camins per als sons evolucionats han de buscar-se a través de sendes menys estereotipades: "si realment parlem de cultura electrònica alternativa, les discoteques no són el camí. Han de buscar-se clubs o indrets determinats allunyats de l'especulació comercial, amb *disc jockeys* que aposten per plantejaments musicals vertaderament de finals de segle. Perquè en realitat, actualment les discoteques no estan tan lluny del món de *Saturday Night Fever*. S'ha tancat un cercle".

Joan M. Oleaque