



Aloud Music Ltd.

Aloud Music es uno de tantos sellos formados por gente que ama la música y que todos los días trabaja por echar una mano para que las ideas de unos músicos puedan ver la luz en forma de discos y conciertos. Tras descubrirlos con el espectacular (II) de Toundra me sentí fascinado por la arriesgada filosofía de descargas gratuitas de Aloud y quise saber un poco más sobre este pequeño pero potente sello. Conoced de mano de Sergio, miembro fundador y voz visible del sello, la realidad del frágil mundo de la industria musical a pequeña escala. Estoy seguro de que más de uno sentirá cómo se le pone una sonrisa en la cara cuando vea lo bien que se pueden hacer las cosas con trabajo e ilusión; sin sellos como Aloud Music la música está falta de magia.

Las imágenes que acompañan esta entrevista son las portadas de algunos de los trabajos editados por Aloud Records.

Visítalos en:
<http://www.aloudmusic.com>

“La gente es brutal, definiendo que lo mejor de Aloud es su público y esa máxima la llevo hasta donde haga falta. (...) Nos hace sentir muy queridos, y en 2010 que una discográfica se sienta querida es hasta gracioso.”

¿Cómo surge la idea de montar un sello independiente? Más bien, ¿por qué?

Fue una evolución natural de nuestra experiencia en el mundo de la música independiente. En 2000 creamos Muzikalia (<http://www.muzikalia.com>), una revista online que desde los inicios funcionó muy bien, y poco tiempo después abrimos una pequeña agencia de management. El sello era lo siguiente en la evolución, y tampoco pusimos muchos impedimentos para que sucediera, nos apetecía mucho y así surgió.

Entiendo que estas cosas no se hacen del día a la mañana y que os tuvisteis que hacer con algún diseñador, informaros de temas legales y ese tipo de cosas. ¿Hasta qué punto es complicado poner las bases y empezar?

Bueno, crear una empresa tiene una serie de movimientos legales que hay que conocer pero que se aprenden rápido. Hoy en día, con 4 llamadas y visitando 4 webs puedes saber cómo crear una empresa. Es más sencillo de lo que la gente piensa, aunque luego te conlleva unas obligaciones (pago de impuestos, presentación de papeles, etc...) que hace necesario tener a una gestoría o alguien a cargo de ello. Nosotros contamos con Núria y Cristina, que son unas maestras en la materia.

Respecto a diseñadores y demás, contamos con ayuda de muchos amigos sobre todo al principio de la andadura. Siempre estaremos agradecidos a la gente que, además de los cinco que lo creamos, nos echó una mano para comenzar a andar.

¿Por qué criterios os guiáis a la hora de fichar grupos?

No hay un criterio fijo. Habitualmente queremos a grupos con buen directo, eso es básico, y que tengan muchas ganas de tocar y girar. Hace un tiempo sacamos algún grupo que nos falló en ese sentido. Grupos que no podían hacer conciertos por sus trabajos o por otras obligaciones con otras bandas. Eso rompe el funcionamiento de un disco, porque hoy en día donde se defienden los discos es en directo, y sin directos no hay manera de hacer que un disco crezca.

También hay otra cosa que buscamos en los grupos, y es que sean buena gente. Si algo ha habido en Aloud Music son buenas personas, además de buenos grupos. Eso es fundamental para tener un ambiente de trabajo relajado y cordial.

Desde vuestra primera referencia hace ya 7 años (Bloomington - Kill the rock stars we were) hasta la más reciente ((lo:muêso) - Palindromê EP) habéis sacado 25 ediciones entre CD's, EP's y vinilos. ¿Calidad sobre cantidad, no?

Sí, aunque también hemos trabajado forzados por las circunstancias. Muchas veces hemos sacado discos cuando los anteriores han recuperado algo de dinero y entonces hemos podido dar otro paso más... Cuando eres pequeño las cosas funcionan así. De todas formas, salvo en este año 2010 en el que todas las bandas del sello editan un trabajo, hemos intentado no tener ningún tipo de prisa, no por mucho correr íbamos a llegar antes :)

Hoy en día hay una enorme diferencia entre los sellos pequeños y los grandes. De hecho son nichos de mercado totalmente distintos en todos sus ámbitos. ¿Recomendaríais a un grupo novel que buscara fichar antes por un sello como vosotros antes que probar suerte con los grandes?

No. Cada grupo debe decidir sobre sus pasos, pues hay experiencias buenas y malas en todos los sentidos. Si debo recomendar algo a un grupo es que no pierdan el tiempo enviando maquetas a grandes sellos, incluso a los pequeños. Eso hoy en día casi no sirve. Un grupo debe currarse mucho su presencia en redes sociales, hacer muchos (muchos) conciertos, mejorar su directo y en esos conciertos intentar que algún personaje de sellos o promotoras se fije en ellos. Cualquier otro camino hoy en día me parece una pérdida de tiempo para ellos y para el resto.

El 31 de julio de 2008 empezasteis a ofrecer todo vuestro catálogo para ser descargado de forma gratuita. ¿Notasteis mucho movimiento desde el principio?

Sí, fue un cambio brutal. Discos como el “Giant Catarzêe” de (lo:muêso), que en su

“Si debo recomendar algo a un grupo es que no pierdan el tiempo enviando maquetas a grandes sellos, incluso a los pequeños.”

“Creo que ni ellos [los grupos] ni nosotros teníamos esperanzas en vivir de vender discos, y les pareció un paso arriesgado pero al mismo tiempo completamente lógico.”

versión física ha costado un poco más de vender, en su versión digital alcanzó las 3000 descargas en poco tiempo. También hemos visto que discos antiguos, como los de Bloomington, Jettison o Peluze se vendieron mucho más desde que la gente podía descargárselos y escucharlos. Fue un pequeño paso para la humanidad, pero un gran paso para Aloud.

Por supuesto entiendo que esto fue una acción que se acordó primero con los grupos. Supongo que más de uno os diría a vosotros o a ellos que estabais locos...

Los grupos confían mucho en el sello, y a la inversa. Creo que ni ellos ni nosotros teníamos esperanzas en vivir de vender discos, y les pareció un paso arriesgado pero al mismo tiempo completamente lógico. Mucha gente nos tildó de locos, e incluso sabemos que nuestra decisión, aun a día de hoy, escuece a algunos compañeros de sellos porque lo leemos en entrevistas y se meten con sellos como nosotros por esa decisión. Pero bueno, ahí estamos :)

Vuestra filosofía es lógica: si algo te gusta, apóyalo comprando o haciendo una donación para ayudar a que siga adelante. Vosotros mejor que nadie deberíais te-

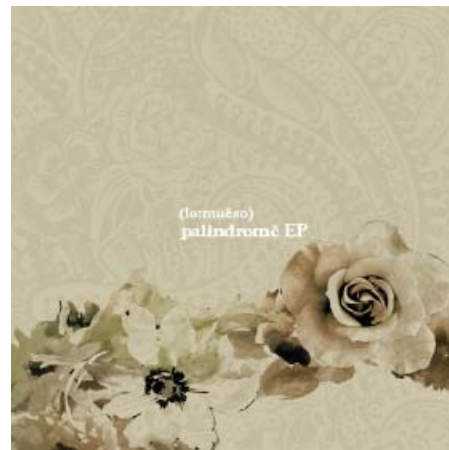


ner los datos para responder a esto: ¿se compra tanto como se descarga? ¿Sale rentable operar de este modo tanto a vosotros como a los grupos?

A ver, esta respuesta es muy difícil. Se descarga infinitamente mucho más de lo que se vende. Si quieres cifras, el disco de Nothink se ha descargado cerca de 3000 veces en una semana, y vendidas (reales, no copias colocadas que son muchas más) entre Internet, tiendas y conciertos salieron cerca de 400 copias. Y Nothink son el grupo que más vende del sello con diferencia.

En otros casos la diferencia es más bestia. Con Toundra, se vendieron el 0,40% de los discos que se habían descargado (te hablo de la primera semana). Hay casos más extremos, donde el número de compras representa el 0,10% de las descargas, y otros casos dónde la cosa se acerca más. Nosotros no pensamos que una descarga es un disco no vendido. Una descarga representa una persona que conoce el trabajo del grupo. Si luego lo compran es genial, pero si no, si le gusta mínimo vendrá a algún concierto, y seguro que lo dirá a sus amigos: “Hey, bájate el disco de Toundra que es brutal”. Ese boca a boca, en 2010, SÓLO se consigue con las descargas porque la mayoría de gente escucha música o en su ordenador o en su mp3, así que se trata de ponérselo fácil a la gente, que finalmente es la que decide.

Si me preguntas si sale rentable, te diré que a nosotros sí. Como sello hemos crecido de una manera bestial a todos los niveles, incluso a nivel económico. Las ventas por Internet se han convertido en la fuente de ingresos principal del sello, por encima de la venta en tiendas, de nuestro porcentaje de conciertos y de la editorial.



Eso es porque hemos currado mucho en tener unos seguidores fieles y que entendieran la propuesta y filosofía de Aloud. Por eso nos sigue pareciendo enorme que 400 personas compren el disco de Nothink sin haberlo escuchado, porque creen en el grupo y creen en nosotros. Eso, que a simple vista puede parecer fácil, ha llevado un trabajo enorme pero estamos muy satisfechos. Aloud se debe a sus seguidores, y ellos son los que marcarán el futuro del sello.

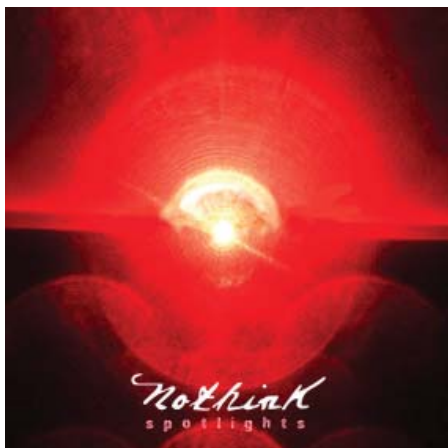
Una de las falacias que más se repite en este mundillo y en la que yo mismo caí antes de pensar bien en ello es que los músicos donde tienen que ganar dinero es en los conciertos. ¿Alguno de vuestros grupos se limita al estudio? Si es así, ¿cómo les va?

Eso es una mentira que se repite en muchos foros y la dice gente que no tiene ni idea. Para decir eso, antes hay que meterse en el mundillo de los conciertos y comenzar a montarlos... Cuando te empiezan a hablar de alquileres de sala, de porcentajes inhumanos, de gastos de alquiler de furgonetas, gasolina, peajes, hospedaje, dietas... entonces dejas de decir eso de manera tan alegre.

Los grupos que ganan en directo son los que funcionan a nivel masivo. Un grupo indie como podría ser cualquier grupo de mi sello, tiene unas dificultades enormes para tocar por toda España y cubrir gastos. Imaginate un grupo que empieza o que no tiene ningún tipo de promoción.

Respecto a tu pregunta, ningún grupo se limita al estudio, es una de las condiciones para ser grupo del sello. Desde luego, no creo que hoy en día un grupo que no defienda sus canciones en directo pueda

“Se descarga infinitamente mucho más de lo que se vende. (...) Nosotros no pensamos que una descarga es un disco no vendido. Una descarga representa una persona que conoce el trabajo del grupo.”



“Las ventas por Internet se han convertido en la fuente de ingresos principal del sello, por encima de la venta en tiendas, de nuestro porcentaje de conciertos y de la editorial.”

tener mucho recorrido, al menos si empieza desde 0.

Recientemente habéis estado en un medio digital de gran difusión como es Hipersonica hablando de la piratería y de la industria en la que os movéis (http://www.hipersonica.com/tag/especial-pirateria-en-la-musica). En esa serie de artículos se ve que no sois el único sello que toma una actitud abierta frente a Internet y sus posibilidades. ¿Cómo es el trato con otros sellos?

Yo conozco a muchos de los sellos por mi paso por Muzikalia. Compartimos opinión con muchos sellos, me alegró muchísimo leer en el reportaje de Nacho Hipersonica que hay mucha gente que piensa igual que nosotros. Y aunque no piensen del todo igual que nosotros, el trato con los demás sellos es bueno. Con quien tenemos más relación, por cercanía y amistad, es con Bcore, y aunque su opinión no es exactamente igual que la nuestra, es de los sellos que más respetamos y queremos del mundo. Te creas o no, Jordi Bcore nos dio muchos consejos cuándo abrimos el sello, y para mí su opinión sigue siendo muy importante para cualquier movimiento que hacemos.

Creo que hacéis un inteligente uso de las redes sociales, principalmente de Facebook, que ahora mismo es la que más posibilidades ofrece a nivel de notificar a los seguidores sobre eventos, nuevas publicaciones, noticias varias... ¿Qué tal es tener un contacto tan cercano con los seguidores del sello y de los grupos?

Es maravilloso. El domingo hicimos un showcase de Nothink exclusivo para los primeros compradores del disco, a quienes yo, personalmente, les he enviado el disco y he hablado con todos ellos. Ponerlos cara fue maravilloso, y compartir minutos con todos ellos también. La gente es brutal, defiende que lo mejor de Aloud es su público y esa máxima la llevo hasta donde haga falta. Lo mejor de todo es que han hecho suya la idea del sello, y durante el lanzamiento de Nothink han pasado cosas que no voy a olvidar en la vida, como ver a gente echándole la bronca a otros para que no colgaran el disco hasta que no lo hiciera el sello...

Estoy encantado con Facebook y con la respuesta de la gente ante nuestra avalancha de actualizaciones. Nos hace sentir muy queridos, y en 2010 que una discográfica se sienta querida es hasta gracioso.

Pongámonos personales. ¿Cuál es el disco del sello al que tenéis más cariño?

Es muy difícil, porque los grupos y los discos son hijos cuyos partos duelen todos por igual y, por lógica, los quieres igual. Aun así, te diré que el primero fue precioso por todo lo que significó, y porque compartir aquellos años con Bloomington cambió mi vida. En ese disco hay letras que hoy en día me siguen emocionando, como “A quiet life with my wife” o “Julia”. Nunca viviré suficiente para dar las

gracias a Bloomington, ojalá en el futuro nuestras vidas se unan de nuevo en cualquier cosa.

A día de hoy, después de siete años, ¿ha merecido la pena el esfuerzo? ¿Os levantáis por las mañanas queriendo seguir hacer lo que hacéis por la música?

Rotundamente sí. El día que no sintamos esa ilusión nos dedicaremos a otra cosa. Hoy en día, hemos conseguido hacer un equipo del que estoy muy orgulloso, con Sergi, Diego, Núria y Cristina, y con unos grupos trabajadores y con los que compartimos muchas cosas aparte de la música. No sé lo que durará, pero firmaré estar 15 ó 20 años como estamos ahora.

Sergio escucha...

Nueva Vulcano – Principal Primera (aunque me vale cualquiera)
Toundra – (II)
Vainica Doble – En Familia
Medications – Completely Removed
Two Dead Cats – Gatóculo Indeterminado

furiacontralamaquina.com 