

DIEGO A. MANRIQUE

Llegó Silicon Valley y mandó parar

Pocas veces te encuentras con bocados tan succulentos: *Toma de tierra* (Libros del KO.) ofrece una visión transversal de los últimos 30 años del negocio de la música. Hacia 1987, Bruno Galindo ingresa en la industria discográfica y asciende hasta que cambia a periodista musical; luego, se recicla en artista, como dj e intérprete de *spoken word*. La riqueza de la experiencia de Bruno parte de que en WEA (ahora, Warner Music) comienza como soldado raso, llevando discos a radios y prensa, antes de ascender a la tarea de acompañar a los artistas a las televisiones. Salta después a jefe de producto internacional en EMI. La abruma la logística burocrática e industrial de poner en circulación nuevos lanzamientos pero está la compensación de fraternizar con los artistas foráneos. Y aunque Bruno se define como "serio y cerebral", domina el arte de empatizar con los visitantes y sugiere que, ocasionalmente, aquello deriva en, vaya, profunda intimidad. La fiesta perpetua de promo-

cioneros y artistas no para: aporta una lista de 23 locales canallas en el Madrid postmovida (y faltan unos cuantos).

Cree haber alcanzado una cumbre cuando se le encarga llevar el repertorio internacional en la compañía puntera, CBS, luego Sony. Dispone de acceso libre al Olimpo del rock. Un suponer: las bambalinas de los conciertos de los Rolling Stones en la España de 1990. Ve allí funcionar la caja registradora que se aloja en el cerebro de Mick Jagger. En cada parada, los *machacas* del grupo recitan ante la prensa local los datos técnicos del montaje. Dado que los periodistas acuden ansiosos, Jagger sugiere tentarlos con los mil objetos del *merchandising* oficial. Nada de regalitos: que paguen.

Galindo advierte que el cargo le come todo su tiempo: implica además exportar el producto español a Hispanoamérica. El protocolo requiere que acompañe a la prensa nacional cuando se concretan entrevistas importantes. En una de esas, atrapado en un diálogo de besugos entre Joaquín

Luqui y George Michael, empieza a rumiar que, con su don de gentes, sería más agradecer ejercer de cronista musical. Aterrija en los días radiantes del periodismo musicalero. Un medio puede pagar a dos personas (plumilla, foterito) para que vayan a captar algo tan nebuloso como "el ambiente" de Jamaica, donde el reggae cede terreno ante el *dancehall*. En caso de grandes figuras, categoría en la que encajan tanto John Lee Hooker como Prince, la multinacional de turno asume un vuelo de 10.000 kilómetros, y no precisamente *low cost*.

En cada capítulo de *Toma de tierra* se mezclan diferentes épocas, anécdotas reveladoras y reflexiones, argumentos y aventuras prolongadas. Se desvelan algunos (¡pocos!) de los chanchullos habituales en disquerías y emisoras. El autor se reserva —extraño pudor— el nombre del ejecutivo obsesionado por controlar el gasto de papel higiénico en sus oficinas, justo cuando la industria despierta a los años de máxima prosperidad. Misteriosamente, no se re-

suelve el enigma de la cancelación del libro de Galindo sobre las andanzas de Manu Chao, que ya estaba incluso maquetado. ¿Y si resulta que *el clandestino* es tan controlador de su imagen como Prince? Hmm.

Falta el último tramo de la trayectoria musical de Galindo, cuando renace como mago del *spoken word*. Le acogen festivales vanguardistas, gira por el mundo y se viene arriba: aliado con el barcelonés Carlos Ann, manda una propuesta a Julio Iglesias para producirle al estilo Rick Rubin. Iglesias responde que anda muy liado como para encarar nuevos proyectos; no llega a enterarse de que el plan consiste en hacerle grabar composiciones de notorios drogadictos y bautizar el resultado con el rotundo título de *Farlopa*. Un chiste que sugiere que Galindo también puede ceder a la *hipsterización* que tanto deplora en otras páginas. Y eso que, desde el comienzo del libro, se muestra especialmente lúcido en leer la realidad. Advierte que, según avanza el siglo XXI, todo el tinglado se va desmoronando. Hasta pone fecha al abyecto momento en que el Gobierno de Rodríguez Zapatero regala la cultura a las *telecos*; 8 de julio de 2006. Resulta que los guerrilleros *underground* ya no pueden vivir de su arte. Y cuando siente que ha tocado fondo, zas, cae la maldición de la pandemia.