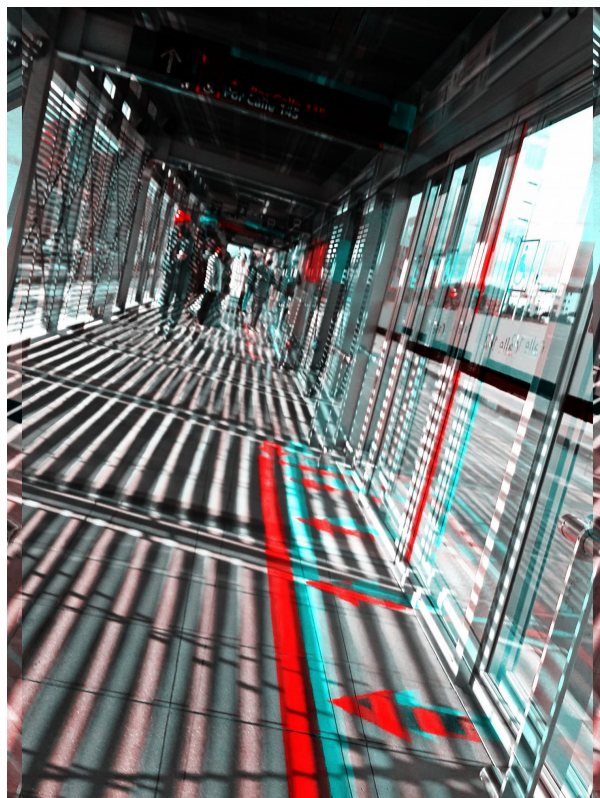


Título: El exceso de realidad es perjudicial para la salud



Título: Colores de la Noche



Título: Malabares



Foto
grafía: **Andrea Paola Bermudez**

Un Verano Sonoro en Ciudad de México y Bogotá, D. C. Conversaciones y Reflexiones Sobre Música, Formatos y Coleccionismo¹³

Carolina García Contreras¹⁴

Oye, niña hermosa lo que te voy a cantar
Oye, niña hermosa lo que te voy a cantar
Porque bailando la cumbia se amaneca en el Cesar
Porque bailando la cumbia se amaneca en el Cesar.

—Celso Piña y La Ronda Bogotá, Cumbia Valledupar.

Resumen

Con base en entrevistas realizadas a los representantes de las tiendas de música Retroactivo Records en Ciudad de México y Discos Vicente en Bogotá, el presente artículo se propone resaltar la labor que estas tiendas cumplen dentro de la industria musical al fomentar el coleccionismo de discos. Los temas mediante los cuales se desarrolla la discusión son: (i) la dinámica de compraventa, (ii) las transformaciones en los formatos musicales y (iii) el tipo de relación que los clientes establecen con las tiendas de música y el coleccionismo. El escrito se dedica inicialmente a las entrevistas; en seguida, a la reflexión sobre los formatos musicales; y finalmente se abordan el coleccionismo y sus dinámicas.

Palabras clave: Tiendas de música, formatos, coleccionismo, Ciudad de México, Bogotá.

Abstract

Based on interviews conducted with representatives from Retroactivo Records music stores in Mexico City and Discos Vicente in Bogotá, this article aims to highlight the role that these stores play within the music industry by promoting record collecting. The topics discussed in this article include: (i) the dynamics of buying and selling, (ii) changes in music formats, and (iii) the type of relationship customers establish with music stores and collecting. The article begins with a focus on the interviews, followed by

13 Este artículo nace a partir de mi trabajo de grado: *El compás de una era: Aportes antropológicos a la historia de la gestión cultural de la música en Bogotá entre 1990- 2010*. Proyecto para optar por el título de Especialista en Gestión Cultural y Creativa. El artículo terminó de escribirse el 25 de septiembre de 2022.

14 Magister en Antropología y Especialista en Gestión Cultural y Creativa. Investigadora en Artes escénicas. Cuenta con varias publicaciones sobre arte y cultura. Actualmente trabaja en temas de políticas culturales en arte, cultura y patrimonio. Email: sakti2006@gmail.com

a reflection on music formats, and finally explores collecting and its dynamics.

Keywords: Music stores, formats, collecting, Mexico City, Bogotá.

El Lugar de la Música

En julio de 2022 visité la colonia Roma en Ciudad de México (CDMX), allí realicé una entrevista a Gerardo Reyes, uno de los representantes de la tienda de discos Retroactivo Records¹⁵. En septiembre del mismo año entrevisté a Vicente Rendón en su tienda Discos Vicente¹⁶, ubicada en el Centro Comercial Omni en el Centro de Bogotá. En ambas entrevistas se discuten: (i) la dinámica de compraventa de música; (ii) las transformaciones que se han dado en las plataformas de difusión y formatos musicales; y (iii) la relación que establecen sus clientes con la tienda y el coleccionismo de discos. Sin apartarme de mi perspectiva como melómana y de la forma como me identifico y me he sorprendido en repetidas ocasiones con ambas ciudades, al ser habitante ocasional de CDMX y nativa en Bogotá, hago una reflexión sobre estos temas con la intención de resaltar la labor que ambas tiendas cumplen dentro de la industria musical al fomentar el coleccionismo de discos en las dos ciudades latinoamericanas en un contexto local.

Hay lugares que, aunque no son nuestra casa, nos conectan con algo importante y se quedan en nuestra memoria. Lugares que nos recuerdan lo que somos y que generan en nosotros un sentido de pertenencia aunque solo se transite por ellos. Son sitios de paso, como hoteles, apartamentos *Airbnb*, aeropuertos, almacenes, museos, etcétera. Espacios en los que

muchas veces somos anónimos, pero nos dejan una huella emotiva en ese trayecto. Muchos de esos lugares han configurado en fragmentos nuestra vida y es así como adquieren trascendencia en el tiempo.

El antropólogo francés Marc Augé llamó a este tipo de espacios los “no lugares” y los ligó, entre otras cosas, al tema del consumo, lo superficial e impersonal. Según el autor, los “no lugares” son transitorios, pues no generan apropiación ni identidad al estar vinculados a lógicas de anonimato y consumo. Por el contrario, el autor señala que aquellos que llevan el rótulo de “lugares” sí representan una vinculación importante, pues se les asigna una connotación histórica, identitaria, emocional e incluso sagrada (Augé, 2009). No obstante, contrario al planteamiento de Augé y siguiendo su caracterización, espacios comerciales como las tiendas de música también pueden entenderse como *lugares*, ya que pueden igualmente cobrar un valor personal que abra un vínculo con ellos y con las ciudades a las que pertenecen. Hay ciudades que tienen cierta especialidad o un ritmo culturalmente propio y sus tiendas de música lo reflejan. Por ejemplo, en Cali las tiendas de salsa o en Santa Marta las tiendas donde encontramos champeta o terapia de la buena.

En discrepancia con dicho planteamiento de Augé, y desde una postura muy personal, puedo decir que, por ejemplo, el aislamiento durante la pandemia de COVID-19 me hizo extrañar mucho la posibilidad de visitar ciudades y tiendas en las que pudiera encontrar sonidos que quisiera conservar, como acostumbro a hacer, en CD —mi formato favorito a sabiendas de

15 Dirección: Jalapa 125, Roma Nte., Cuauhtémoc, 06700 Ciudad de México. retroactivorecords.com.mx, @retroactivo_records_oficial.

16 Dirección: Cra 8 # 18 – 81 Centro Comercial Omni, @discosvicente.

las desventajas que tiene en comparación con otros formatos—.

Cuando finalmente pude de nuevo viajar y salir libremente a recorrer Bogotá como antes, elegí las dos tiendas de música para este artículo. Quería que no fueran tiendas especializadas en un tema o género específico, sino que tuvieran de todo un poco tipo de música. Que también manejaran diferentes formatos y tuvieran la dinámica de compartir la música, es decir, que tuvieran discos y CDs de segunda mano. En ciudades como México y Bogotá abundan las tiendas de música (sobre todo en México), pero Retroactivo Records y Discos Vicente fueron las que mejor cumplieron los criterios de mi indagación. Además, fueron con las que más me sentí conectada, porque encontré música que he estado escuchando recientemente y discos que he estado buscando desde hace años. Esta clase de hallazgos son los que establecen conexiones emocionales con *lugares* como estos, pues están cargados de historias y experiencias muy personales en torno a la escena musical.

Joyas de Segunda Mano en Roma Norte, Ciudad de México. Entrevista a Gerardo Reyes de Retroactivo Records

Seis de la tarde en Nápoles, colonia de Ciudad de México. Salgo del departamento en la calle Kansas que habito temporalmente. Ya casi va a llover — pienso—. Este verano en CDMX ha llovido casi todos los días a la misma hora y soy testigo de que, a diferencia de Bogotá, las predicciones climáticas allí sí son precisas. En verano esa ciudad se parece mucho a Medellín, y me da por pensar que fue por eso que le gustó a Fernando Vallejo. En una esquina

se encuentra “Mercado Medellín”, la tienda “El paísa” o se puede caminar por la Calle Medellín donde venden mil cosas como en San Victorino. También pienso en Gabo y en la exposición que vi hace unos días en su honor (Harry Ransom Center, 2022) y entiendo de corazón por qué quisieron radicarse allí. También pienso en lo que México y Colombia hemos padecido como países del “tercer mundo” y en las historias de violencia y narcotráfico que desafortunadamente nos hacen similares.

En CDMX la lluvia no me parece molesta, pues hace parte de su paisaje colorido y se siente como una caricia. Paso por el Oxxo (en esa ciudad hay un Oxxo cada 10 metros) y tomo el Metrobús llegando a la colonia Roma Norte en unos pocos minutos. Me bajo de este “trasmilenio” mexicano mientras alguien perifonea a lo lejos: “compro chatarra o cualquier otro fierro viejo que venda”. Otra caravana de sonidos se une a ese pregón: el rugir de unas motos de película que se roban orgullosas todas las miradas, la salsa caleña que la gente tararea en cafés circundantes, los ladridos de perros amigos que salen a tardear. Todos los sonidos formando una melodía urbana que da un toque especial a La Roma, colonia mágica y emblemática de Ciudad de México, levantada con valentía luego del terrible terremoto de 1985.

Días antes había venido de imprevisto y, como siempre pasa cuando visito una tienda de discos, duré un montón de tiempo buscando en cajas de plástico verde, como las que suele encontrarse en las plazas de mercado colombianas, CDs y vinilos de segunda mano en excelentes condiciones. Al final me quedo con varios tesoros que no dejo de escuchar, pero de modo especial, me emociono casi hasta las lágrimas al ver en perfecto estado el CD *After hours* de Nina Simone. En ese momento siento que sin duda la tienda cumple con los criterios de mi búsqueda y me

siento gratamente conectada con ese lugar lleno de joyas musicales.

Ya sin lluvia y con un tímido sol, llego temprano a la cita con Gerardo Reyes, programada a las siete de la tarde. Así empieza nuestra conversación mientras de fondo suena todo el tiempo son cubano.

CG: *¿Cuál es la historia de Retroactivo? ¿Cómo surge y cuánto tiempo tiene la tienda?*

GR: La tienda nació en el 2004, ya vamos para 20 años. [...] El dueño empezó a comprar discos y en algún momento se planteó la posibilidad de venderlos, no tanto en una tienda, sino que lo hacía de forma más directa. Pero bueno, en ese entonces no había nada, ni redes sociales ni nada, entonces el trato era más directo; [...] y pues nació este proyecto. [E]n el 2004 empezó aquí en la Ciudad de México, pero en la Zona Rosa, allá fue donde inició, posteriormente se mudaron a este lugar que ya lleva un buen ratito aquí.

CG: *En Colombia desde hace algunos años los discos de vinilo han vuelto a estar vigentes, la gente los quiere comprar, los quiere coleccionar, ¿por qué crees que están regresando a las tiendas de discos?*

GR: Pues mira, lo que nosotros hemos notado, más en función de esta tienda, es que nunca murió. Los clientes que tenemos de muchos años son gente que jamás se deshizo de ellos. Al contrario, el cambio de formato lo que hizo en lugar de venderlos fue que [...] compraban los que otra gente ya no quería tener en su casa, sea por espacio o por querer modernizarse. Actualmente es más viable hacer un disco de vinilo porque es poco probable que te lo lleguen a piratear [...], por eso todos son originales. Obviamente sí llegó a haber piratería aquí en México, por ahí de los años setentas u ochentas en el centro de la ciudad,

pero son los unos discos que son muy raros y la mayoría por el tiempo ya no existen, se dañaron ya.

CG: *¿Cómo es el cliente que viene acá a comprarte discos? O sea, ¿qué tipo de cliente tiene la tienda? ¿Vienen coleccionistas?*

GR: Tenemos clientes desde los diez años hasta los setenta años. Porque no nos especializamos en un género. Tenemos desde música infantil, música clásica, regional, mexicano, folk, música disco. Tenemos secciones de música electrónica, de jazz... Obviamente los ochenta. Todo. Hay gente que lleva coleccionando casi toda su vida y ya son muy asiduos. Aquí vienen buscando cosas porque nosotros tenemos cosas especiales, más raras. Otras tiendas sí tienen discos nuevos, te venden lo que está de moda ahorita, pero el melómano sí busca el sonido que él conoció, sobre todo si vivió esta etapa. Por eso viene acá.

CG: *¿Cómo es la dinámica de ventas en la tienda? ¿Cómo funciona eso de la compraventa de los discos de segunda mano?*

GR: Nosotros le compramos los discos a personas por lo que tú quieras, porque se mudan, ya no tienen espacio, etc. y nos los traen a nosotros. Nosotros revisamos completamente todo porque tenemos 35.000 títulos aquí, más aparte tenemos una bodega donde hay más guardado. Y te digo, la gente ya ubica la tienda, ubica también la marca y nos traen equis disco porque [...] el papá o el tío falleció, y ellos no tienen ni el espacio ni el tiempo para sentarse y escuchar. Claro, preferimos que alguien le dé un uso merecido [al disco] entonces los vendemos acá.

CG: *¿Qué piensas de plataformas como Spotify?, ¿cómo las ves?*

GR: Esas plataformas son una gran herramienta. Obviamente el poder acceder a todo, a la música que tú quieras, donde tú quieras, a la hora que quieras es algo que se vuelve una gran herramienta. Obviamente es diferente este ámbito del vinilo. Esto es todo un ritual, porque tenemos desde la portada. Obviamente en digital pues no tienes esas artes. Algunos discos vienen con complementos y demás. Aparte el fenómeno que llaman la “calidez del audio”, que suena muy diferente a algo que está digitalizado. Mucha gente es lo que realmente viene buscando: el sonido original. Sí, hay muchos discos con el sonido remasterizado, pero, por ejemplo, si yo quiero escuchar un disco de Pink Floyd que obviamente nació con un sonido yo quiero escuchar ese sonido, no otro. El vinilo conserva esos sonidos originales.

CG: *¿Tú crees que el vinilo entonces retornó para quedarse?, ¿cómo lo ves a futuro?*

GR: Yo no creo que desaparezca, sobre todo si le preguntas a clientes de esta tienda, son gente que han tenido vinilo toda la vida. Hay gente que lleva coleccionando como cincuenta años y tienen colecciones de más de 35.000 mil títulos y aún no acaban. Hay gente que llega con su lista bien específica de las cosas que buscan, que quieren. Por ejemplo, tenemos un cliente que también es amigo y cuando viene trae sus listas muy explicativas como que “quiero esto de Bob Marley, pero tiene que tener esto y lo otro”. Vienen por cosas muy específicas.

CG: *¿Cómo es el proceso de organizar la música aquí?, ¿cómo la clasifican?*

GR: Somos un equipo aquí en la tienda. La persona de acá de la tienda que los compra, él es el primer candado de seguridad, hace la selección basado en nuestro inventario de qué nos falta, qué se ha

vendido más. De ahí pasa a unos compañeros que hacen el proceso de limpiar, porque son discos que llevan 20 o 30 años guardados, por ejemplo, tienen polvo y demás. Ellos hacen ese proceso y después pasan a alguien más que es el encargado de poner los precios. El siguiente eslabón es un compañero que lleva el inventario, él los carga en nuestro inventario para que la gente lo pueda checar desde internet y desde ahí mismo comprar. Y después pasa de nuevo a nosotros, que somos los que llevamos todo el “acomodo”. Lo organizamos por género y tratamos de que esté en orden alfabético, pero es un poco difícil.

CG: *¿Cómo es la relación de tu tienda con la industria musical en general, hay alianzas, redes?*

GR: Uno mira ahorita lo que están haciendo las disqueras (que básicamente ellos son muchas veces los dueños de los derechos de la música), se organizan firmas de artistas en algunas tiendas de música en específico. Eso es muy atractivo, ya que bastantes personas tienen la oportunidad de que tus artistas les firmen el disco. Y la otra estrategia que están haciendo es sacando cosas que son muy difíciles de conseguir, o lo fueron en un momento, y ahora tienes la oportunidad de tenerlas. Muchas veces dan un plus con los discos. Digo, en los ochentas, noventas era muy raro un disco de color, sobre todo era más fácil para sencillos de música disco, pero ahora lo que están haciendo ellos para hacerlos más atractivos es que traen color o que traen dentro alguna otra cosa, como un disco pequeño o más descargas para hacer por internet.

CG: *Cuéntame un poco sobre los sitios donde ponen vinilos y la movida DJ acá en México.*

GR: Actualmente hay muchos lugares, sobre todo bares, restaurantes, donde muchos clientes

y conocidos que tenemos aquí van y tocan ciertos días de la semana. Aquí sobre la Monterrey [Calle de CDMX que atraviesa la Colonia Roma norte] hay un lugar que está abierto los sábados, domingos y lunes, y van y ponen música. Se les dice selectores a estas personas, y lo que hacen es compartir haciendo un set de música y ameniza en directo el lugar. El sábado y el domingo es así como medio libre, hay géneros variados pero el lunes solo se enfoca en el jazz. Y, pues en el centro hay otros lugares donde se puede escuchar. También hay fines de semana que forman como bazares y en esos bazares hay DJ Set, van tiendas

invitadas, gente que se dedica a vender stock y también ponen su música [...]. Estas actividades vinieron a levantar el vinilo y ahora hay muchos espacios donde puedes sentarte y escuchar. Algunas estaciones de radio, incluso, tienen programas donde salen a las calles, montan su parafernalia y tú puedes ir y poner tu disco, tu canción y la transmiten como antes. Lo conocemos como Picnic de Vinilo. Hay algunas estaciones de radio que así lo hacen y se presentan en diferentes lugares. Avisan que van a estar en tal punto de la ciudad y la gente va (C. García, comunicación personal, julio de 2022).

Figura 1
Tienda de música Retroactivo



Nota. Collas de pared de la tienda de música Retroactivo [Fotografía]. Por García, C. (2022). Ciudad de México.

Melómanos y Leyendas de la Música.

Entrevista a Vicente Rendón de Discos Vicente - Bogotá D.C

Nunca he entendido por qué la Alcaldía de Bogotá desde los noventa se ha empeñado en hacer un festival metropolitano en agosto llamado Festival de Verano, en medio del viento, de la lluvia y del frío que generalmente hace en esta ciudad por esas fechas. Ese nombre me parece una mala broma, como una comparación con relación al llamado “primer mundo” que no hemos podido superar. En Bogotá no hay estaciones en el año y por ende acá no hay verano. Esa especie de símil de estaciones climáticas pasan todas en 24 horas y especialmente en este 2022 nos acompaña una suerte de “invierno permanente” que debería tener el mote de “la ciudad de la eterna llovedera”. Sin embargo, pese a esa condición gris, el día de la entrevista está haciendo un sorprendente sol en Bogotá. Hace tiempo no iba al Centro a caminar por la Séptima, en medio del mercado de pulgas marginal en el cual se convirtió. Es bien difícil caminar en medio de tanto chécher viejo y corroído por el tiempo. Después de la pandemia sí que es cierto que el Centro envejeció más de lo que todos quisiéramos, y parecen algunas de sus calles, retazos mal cortados de una colcha que algún día alguien quiso tejer con cariño pero que se olvidó de las puntadas en la prisa de sus responsabilidades.

Pese a ello mis pensamientos no están ahí, mis ojos pasan sin mirar, mi pensamiento está en instantes previos en la Plazoleta de la Universidad del Rosario, donde vi a Fernando Sierra, “Elvis”, el cantante de Estados Alterados. Lo cual me parece muy extraño, no por verlo, porque creo que es profesor de La Tadeo. Lo extraño era que en México también me encontré de repente a un músico colombiano muy

importante y central para lo que estoy escribiendo en estos momentos: Mario Galeano, líder de Frente cumbiero, Ondatrópica y Los Toscos. Fernando esperaba a alguien en La Plazoleta del Rosario y Mario estaba con Catalina, Martina y Luciana, su esposa y sus hijas, en la puerta azul de la Casa Azul de Frida Kahlo, esperando su turno para entrar. Los dos esperaban. Es curioso que ese día en México, por un error mío, yo estaba ahí frente a esa casa inmensamente azul en Coyoacán, y no en Polanco (otra colonia de CDMX) donde debí haber estado. Así mismo, el día que vi a Fernando yo no debía estar ahí sino en la Calle 19, pero ahí me encontraba. Dos lugares que no escogí de forma consciente, en momentos precisos. Esto me hizo pensar que, a veces, darle cabida al azar, a la oscilación irregular de la vida que cambia de repente el camino elegido, no es un error, sino un acercarse de una manera fluida a las propias metas, y eso en esencia hace que la experiencia sea más interesante.

Por fin llego al Centro Comercial Omni donde queda el almacén y me llama la atención el color azul clarito de la fachada de la edificación, muy ochentera me parece. A lo lejos miles de sonidos se combinan entre los vendedores de aguacates, de vidrios para celular y los pitos de los carros (en eso Bogotá y CDMX se parecen) y, claro, siempre a lo lejos el infaltable reggaetón.

*CG: ¿Cuál es la historia de Discos Vicente?
¿Cómo surge y cuánto tiempo tiene la tienda?*

VR: Bueno, en realidad la tienda soy yo. Todo empezó en el año 92, en los noventa, en este centro comercial [Centro Comercial Omni] que lo construyeron entre el 87 y el 88. Y en los noventa, ya todo el segundo piso tenía tiendas de música. Yo un día vine a comprar música y me atendieron muy mal, una señora me atendió muy mal. Luego vi que entró el jefe que tenía mucha

melodía, mucha música hasta el techo, por todas partes, pero era un revuelto. Pasaba de Darío Gómez a Pink Floyd, de Pink Floyd a Diomedes, de Diomedes a Queen. Era un sanchocho tremendo y una señora ahí perezosa ahí haciendo crucigramas. Y entonces yo le propuse al tipejo este que le vendía discos y me dijo “venga en un mes que yo voy a necesitar algo”. Y me acuerdo que ese día estaban dando la película de The Doors en el Radiocity [sala de cine del momento].

Yo ese día quería comprar música. [...] A la salida compré un afiche gigante como de tres metros por dos, súper barato y dije: me voy a ir el lunes a esa tienda a trabajar. Yo fui el lunes. Me metí ahí sin que nadie me dijera nada. Metí el afiche en una vitrina con determinación que por milagro no se rompió. Y ahí empecé a regañadientes. Lo bonito de esa época es que ya se estaba acabando el LP y todo se vendía en CD. Grupos como Nirvana lanzaban en ese entonces el *Nevermind*, que era una revolución, y otros grupos como Metallica sacaron el Negro [*Metallica*]. Aerosmith sacó el *Get a Grip*, Pink Floyd sacó el *The Division Bell*. Parecía que todo el mundo y todos los grupos de rock supieran que en ese momento de los noventas se iba a caer el LP y así se fueron quemando los últimos cartuchos del LP, porque toda la gente estaba empezando a estar revolucionado por la música en CD.

Ese día empezaron a hacerme mala cara y todo porque empecé a vender CD a la lata. Me encerré un día a ordenar el almacén y ese día nació Discos Vicente. Diez años después me independicé y coloqué una tienda de música y duré 17 años con la tienda. De un momento a otro, desde hace como cuatro o cinco años, otra vez todo empezó a estar muy caro y el que no tenga cierta cantidad de dinero y tenga asequibilidad monetaria pues

grave. Me tocó asociarme con una persona. La persona empezó a atraer de manera desmesurada LPs [...]. Llevo 30 años con Discos Vicente.

CG: *¿Cómo es el cliente que viene acá a comprarte discos?, ¿qué tipo de cliente tiene la tienda? ¿Vienen coleccionistas?*

VR: Coleccionistas no. El universitario viene. Desde que se acabó la pandemia parece que esos chinos en esos años de reclusión hubieran ahorrado plata o hubieran escuchado vinilos o se hubieran propuesto, una vez salir de la pandemia, comprar vinilos, porque se vinieron en masa a comprar vinilos. El universitario es el que mantiene la tienda. [Por otro lado] están los clientes que tengo hace 30 años, pero esa clientela es más que todo para CDs. Más que todo la gente también como de 50 o 60 años que tuvieron hace como 30 años LPs y lo cambiaron porque los engañaron, porque el CD sí se raya y el CD era a imagen y semejanza del mezclador, no el sonido puro salido del estudio, esa gente otra vez está retornando a comprar LPs. Y otro que viene es el viejo que viene a que le grabe en una USB. Un viejo trae sus artistas y se le graban acá. Coleccionistas no mucho, porque la salsa, la verdad la salsa para coleccionista, no se consigue por acá. El coleccionista de salsa ya tiene todo en las tiendas de música especializadas y el rock igualito. Acá se vende más lo nuevo. También viene el rebuscador, o “el chino” que tiene una página en internet donde vende música y se le dan precios asequibles para que gane algo.

Nosotros contamos casi con 12.000 títulos. Lo que más se vende actualmente es el rock y el rap, el hip hop, este año cogió auge; [...] pero acá se vende todo tipo de género.

Los extranjeros aquí no compran ni torbellino ni bambuco, se enloquecen es con lo Afrocolombiano y en LP. Esa gente no compra CDs. Eso se consigue más que todo usado.

CG: *¿Cómo es la dinámica de ventas en la tienda?, ¿cómo funciona eso de la compraventa, de los discos de segunda mano?*

VR: Sí, pues se hacen cambios, se hacen trueques, pero principalmente se venden nuevos. Hay gente que por ejemplo después de 30 años se mamó de oír Ozzy Osbourne y quiere cambiarlo por equis LP. Listo, se hacen trueques: que al que le regalaban un LP de Shakira y no le gusta porque es black-metalero, se le cambia por otro.

CG: *¿Qué piensas de plataformas como Spotify? ¿Cómo ves ese cambio de formato?*

VR: Spotify no, no, nada, no afecta. Por ejemplo, ¿quién está comprando el vinilo? El que tenía un iPod con 2000 canciones, el que era universitario, ya se graduó, ya está trabajando y está ganando su sueldito, ése es el que está comprando su vinilo. Lo que pasa es que Spotify nos engaña, porque mete música así en desorden y eso no es así. Lo que nunca se ve. Fue lo que dijo hace poco Adele y es que la música “desde el primer tema del lado A hasta el último del lado B tiene un orden para el artista”. Por ejemplo, los Beatles con el *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band* dicen ahí que tardaron casi seis meses en ordenar los temas de ese álbum y ahí viene la diferencia con las plataformas que todo se lo mandan revuelto y así no es la vuelta [...]. [Por otro lado], la gente sabe que el LP es un baluarte y que es una obra maestra de comienzo a fin, y eso es lo están comprando, más por álbumes con contenido que por grandes éxitos.

CG: *¿Tú crees que el vinilo entonces tiene futuro?*

VR: Va a seguir, va a seguir, porque son los jóvenes los que más lo consumen acá. Por ejemplo, una niña de quince años quiere algo Lana del Rey en LP y esa niña en un futuro al crecer va a querer más, porque esto es adictivo como una droga, en serio. Lo que le digo yo a los clientes: todo esto su droga auditiva. Tenemos un cliente universitario que viene dos veces al mes, ya tiene su puchito de 50 LPs y quiere seguir rellenando y quiere más. Y siguen viniendo. Para esas personas tenemos promociones una vez al mes. Es que el disco, lo que es la caratula y el diseño, es muy importante. Las dimensiones del LP, si sabes que la persona que las inventó lo creó con las proporciones de La Mona Lisa. Fue inspirado en esta pintura, las dimensiones y todo guardan exactamente el mismo tamaño.

CG: *Hablando de formatos, ¿qué crees que pasó con el cassette?*

VR: Está volviendo un poco. O sea, hay gente que compra el cassette sin comprar casetera. ¿Qué pasa? Que por ejemplo es coleccionista de Soda Stereo. Han visto un cassette y les gusta que se ve bonito en ese estuche chiquitico y muchos lo compran no más como para colocarlo encima de un mueble y ya. Seguidores, entusiastas del cassette pero no más. No hay mucho todavía. Y lo otro es que no han vuelto a fabricar cassettes. Más bien los que hay son de épocas. Y ese caso es una lotería, porque un cassette se puede borrar, se puede enredar, entonces difícil conseguir un cassette en buen estado. Aquí en la tienda, por la apariencia y como esté, pues se compra. El cassette es más delicado en ese asunto.

CG: *Cuéntame alguna anécdota de la tienda, algo que te haya pasado y que quieras contar en esta entrevista.*

VR: Cada vez que hay un concierto llegan a comprar acá los artistas, pero uno casi ni se da cuenta. Acá vinieron los de Toreros Muertos y se llevaron tres LPs de Los Prisioneros y de Duncan Dhu. También vino acá de forma como muy anónima Morrissey [líder de The Smiths]. Yo pensé que era como un turista francés hasta que me di cuenta y me tomé una foto con el hombre. Sí, ese Morrissey fue cliente mío acá.

CG: *¿Y qué te compro Morrissey?*

VR: Cumbia, cumbia fue lo que llevó. Le gustó Leonor González Mina, Pachón Galán y Francisco Zumaqué. Lo que te digo: el europeo viene solamente por la música de las costas. Por ahí vino también el man de DRI [*Dirty Rotten Imbeciles*], compró el de *Rodrigo D No Futuro*,

porque dijo que de ahí le plagiaron un tema en esa película. Pero uno casi ni se da cuenta, porque vienen tan distintos a como uno los conoce, como anónimos (C. García, comunicación personal, agosto de 2022).

Vemos que los dos entrevistados están de acuerdo con que el vinilo está vigente y por su durabilidad y calidad de sonido seguirá teniendo una relevancia importante en la industria musical. Por otro lado, es evidente cómo clientes de todas las edades siguen comprando música. La figura del coleccionista es central para entender cómo se dinamiza y aumenta la demanda de ciertos productos musicales de colección y cómo la industria se ha actualizado para seducir a este tipo de clientes y ganar otros. De manera que es lo referente al asunto de los formatos musicales y el coleccionismo mi objeto de análisis en los siguientes apartados.

Figura 2

Tienda de música Discos Vicente



Nota. Imagen de vitrinas de la tienda Discos Vicente [Fotografía]. Por García, C. (2002). Bogotá.

Formatos: Renovación del Vinilo.

El siglo XX fue trascendental para la música, entre otras cosas, porque la tecnología impulsó enormemente su desarrollo y puso a su disposición muchos de los avances para generar diferentes soportes, mejorando sustancialmente la experiencia de escuchar música con una calidad cada vez mayor,

La RIAA (Recording Industry Association of America) [afirma que] en 1983 sólo un 0,5% de la población utilizaba CDs, pero casi la mitad escuchaba música en LPs. Desde este momento la evolución de la música y su manera de escucharla ha ido mano a mano con la tecnología. El MP3, la realidad virtual para algunos videoclips, festivales 'techies' o la capacidad de una red social como YouTube para almacenar miles de horas de contenido son sólo algunas de las mejoras que han ocurrido en los últimos años del panorama musical.

Y es que, a diferencia de la velocidad de los cambios tecnológicos en la actualidad, “*el paso de la grabación analógica a la digital fue muy lento, muy progresivo y muy difuso*” (4m01s), como afirma Music Radar Clan (2017) en su vídeo *El cambio de la música analógica a digital*¹⁷: *no es fácil determinar con exactitud dónde empieza y dónde termina el proceso que “fue muy lento, muy progresivo y muy difuso”. El sistema digital cambió completamente la forma como se entiende el sonido y aportó grandes ventajas a un soporte duradero como el de los vinilos actuales, que no se degradan con el uso como lo hacen las cintas electromagnéticas de los cassettes. Otra característica importante del proceso digital fue la eliminación del llamado ruido intrínseco. Así, hoy el nivel digital con el que se crean los vinilos es preciso y de altísima calidad de sonido.*

Este proceso de evolución de los formatos de analógico a digital popularizó el CD en los noventa,

y con una portabilidad que en un principio era imposible. Desde el Walkman hasta el Ipod, desde la Vitrola hasta el tornamesa actual, grandes empresas como RCA, Philips, Mac o Sony han fomentado el desarrollo de tecnología de punta que permite escuchar toda la música que desee en su casa, o llevarla consigo a donde quiera con un sonido de alta calidad. Según Andrés Guillén en *Del vinilo a las recomendaciones y el 'trap'* (2018):

como bien lo comentó Vicente en la conversación que tuvimos. Por esta razón, se considera a esa década como la edad de oro del CD, siendo el 2000 el año con mayor cantidad de ventas a nivel mundial. Así lo afirma Music Radar Clan (2017) en su vídeo *Especial de formatos: Cassette*. Sin embargo, anota el experto, el boom del CD decayó cuando se hizo notorio que el formato se rayaba fácilmente y la calidad del sonido se perdía con el tiempo. Debido a esto, en la segunda década del Siglo XXI resurgió el vinilo con un mejoramiento tan notable en su calidad que no tiene nada que envidiar a las revolucionarias y muy populares plataformas como Napster, Youtube o Spotify que, en particular esta última, han acaparado el mercado de la música a gran escala. A lo que debe añadirse que, como se expone en el apartado siguiente, el vinilo y su coleccionismo van más allá del sonido, porque representa todo un ritual y una experiencia de satisfacción *personal* ante el objeto en físico que no logran las plataformas de internet.

¹⁷ Según este experto, tanto el cassette como el vinilo tienen procesos completamente analógicos, pero el primer soporte digital fue el CD a principios de los ochenta con grabaciones de música clásica en Alemania. El primer CD grabado en formato digital en el mundo fue *The Visitors* de ABBA.

Además, el modelo de funcionamiento de estas plataformas les ha procurado sus propios detractores, tal como ocurre con Spotify; así lo expresa Patrik

Spotify ha despertado un interés considerable en la industria musical de todo el mundo, pero parte de este interés surge de la desconfianza, o tiene por objeto criticar su modelo de negocio y sus métodos. Las críticas se han centrado en gran medida en el modelo freemium [que] es sostenible a largo plazo, aunque las más duras [críticas] se refieren al modo en que se reparten los ingresos con los propietarios de los derechos en los diferentes niveles de la cadena de valor. Al menos hay dos factores que propician estas críticas. (pág. 17)

Son muchas las críticas frente a este tipo de modelos de distribución que han afectado, por ejemplo, a los artistas emergentes con el asunto de los derechos de autor. Sin embargo, ante el usuario común y corriente es una herramienta de accesibilidad oportuna y llamativa de la música, tal como opinan los dos entrevistados que con su trabajo también hacen parte de la cadena de comercialización musical actual.

En esta reflexión acerca del renacimiento y renovación del vinilo, tanto en Bogotá como en CDMX, es de gran relevancia la historia de las máquinas prensadoras en Latinoamérica, que difiere mucho de la de Estados Unidos o Europa. En especial en Colombia las máquinas prensadoras de Discos Fuentes y Sonolux fueron vendidas ante la llegada inminente del CD en los noventa. Esta triste historia macondiana se cuenta en el documental *Bogotá Distrito Vinilo: Una historia oral* de Rodrigo Armenta y Mario Ortega (2020). Tony Peñaredonda de Discos Fuentes cuenta:

“Discos Fuentes vendió toda la infraestructura de los vinilos... son instalaciones que requieren mucho espacio y que requieren también un consumo de energía; requiere personal, experticia en temas como galvanoplastia... igual esos equipos ya desaparecieron, esas prensas ya no están acá.” (56m22s)

Wikström (2014) en *La industria musical en una era de distribución digital*:

En el mismo documental Mario Galeano, experto en el tema, reafirma que en Colombia ya no hay de este tipo de prensadoras y reitera que las vendieron para darle carta blanca a la industria del CD. También afirma que “no hay ni una sola prensadora de calidad en Latinoamérica: en México hay una pero que no es de alta calidad” (1h1m52s). Cuenta que en Estados Unidos hay 25 prensadoras pero no dan abasto, y en Europa las principales están en Holanda. Galeano asegura que en la región las prensadoras son precisamente “el punto de la cadena de producción en donde está el hueco más grande” (59m55s). Quizás hoy las dinámicas y las prioridades de la industria son otras, pero la demanda del vinilo de estos países sigue en aumento y se hace necesario visiones más a largo plazo sobre la producción de los mismos, porque el vinilo se renovó. Paradójica y lamentablemente en Colombia, a diferencia del pasado: ya no hay tecnología para producir este formato.

Obsesiones de Alto Precio: Coleccionismo de Discos

Para comenzar este apartado quiero recoger el paralelo entre lo humano y el mundo de los objetos que hace Jean Baudrillard (1969) en su libro *El sistema de los objetos*:

La relación humana, que es el campo de lo único y de lo conflictivo, nunca permite esta fusión de la singularidad absoluta y de la serie indefinida: de donde viene que sea fuente continua de angustia. El campo de los objetos, por el contrario, que es el de los términos sucesivos y homólogos, nos tranquiliza... “El objeto -dice Maurice Rheims- es para el hombre una suerte de perro insensible que recibe las caricias y las devuelve a su manera, o más bien las remite como un espejo fiel no a las imágenes reales, sino a las imágenes deseadas”. (pág. 50, 101)

Los objetos hacen parte de ese territorio tranquilo de las cosas inertes que nos rodea y por qué no: que nos acompañan sin preguntas ni reparos, según afirma el autor. Sobre el tema de la colección de objetos, Italo Calvino (1974) en su texto *Colección de arena* afirma que “la fascinación de una colección reside en lo que revela y en lo que oculta del impulso secreto que la ha motivado”. En muchos casos representa una obsesión en el buen sentido de la palabra (pág. 16). “¿Qué idea habrá guiado al coleccionista?”, se pregunta Calvino. Quizás sea el deseo por rescatar objetos de la inminente muerte generada por el olvido o el deseo irreductible e insaciable de acaparar un objeto como un sustituto de alguna carencia. Visto desde el punto de vista del investigador social, el coleccionismo de discos involucra todo un ritual marcado por la repetición que engloba no sólo un fuerte amor a la música, sino toda una dinámica ligada a la búsqueda, la adquisición, la clasificación y la organización del material deseado. En casos destacados de coleccionismo de discos se realiza toda una arqueología alrededor de esta práctica por el rigor, la paciencia y la dedicación que requiere.

Ese ritual, en algunos casos específicos, se conoce en el universo de la música como *crate digging*, que son “excavadores de cajas de discos” o “rebuscadores de discos” (en un contexto más *underground*).

Esos rebuscadores son claramente algunos de los clientes de Retroactivo Records. Este oficio necesita en algunos casos de guantes y tapabocas, cual arqueólogo en caverna. De conformidad con esto, en Wikipedia encontramos una atinada descripción de esta tarea del *crate digging* para la que solo están dispuestos pocos entusiastas:

Una búsqueda exhaustiva en las cajas de discos antiguos disponibles en tiendas de segunda mano y mercadillos para encontrar alguna grabación de interés. Esta práctica está asociada y tiene un prestigio particular entre muchos productores de hip hop, que buscaban discos raros con sonidos novedosos para mezclarlos con sus grabaciones recién creadas. En su relato sobre los excavadores de cajas del mundo del hip-hop norteamericano de la década de 1980, la teórica de los medios y la cultura Elodie A. Roy escribe: “Mientras seguían las tiendas de segunda mano y los mercadillos (destino de ejemplares excedentes no deseados generados por una industria capitalista), los excavadores estaban destinados a encontrar los materiales sonoros contenidos en los principales discos LP producidos en masa que habían caído en desgracia al quedar pasados de moda. Los utilizaron principalmente como materia prima, buscando crear ritmos a partir de ellos”. (s.f.)

De ahí viene la popularización de muchas tiendas de discos de segunda mano como Retroactivo Records, que tienen muchos tesoros para coleccionistas. Así pues, esta práctica requiere de mucho tiempo, pero también de mucho dinero —como el coleccionismo en general— que históricamente ha sido vinculado a las élites y las artes plásticas. Sin embargo, los “excavadores de cajas de discos” como afirma Paul Martin: ayudaron a fomentar el coleccionismo popular, generalmente interesado en artículos “obtenibles, asequibles y atractivos”, lo cual es “una consecuencia de la producción en masa” (Wikipedia, s.f.). Al respecto, en el documental

Bogotá Distrito Vinilo: Una historia oral de Rodrigo Armenta y Mario Ortega (2020), LuiSoul (Selector) afirma que coleccionar música es una forma de entender la historia de la humanidad. Por su parte, el “pinchadiscos” francés Galletas Calientes cuenta:

“Hace un tiempo yo estaba buscando de pura enfermedad de coleccionista los primeros 10 volúmenes de los 14 Cañonazos. Y cuando llegué a 9, el último, nada, nunca me lo encontré. Y hace poco, donde este señor, yo llegué y había unas cajas llenas de polvo y ¡ah! ¡Ahí estaba! Ahora quiero los catorce primeros [sonríe].” (39m42s)

En el documental también se afirma que el coleccionismo de música en Colombia por sus géneros y raíces culturales, es una mina de oro para todo el que le guste el coleccionismo de discos. En general, la música en Latinoamérica es de un valor incalculable, pero desgraciadamente no muchos lo notan. En opinión de Mario Galeano:

Colombia es un país con un complejo tercermundista muy arraigado, entonces a la gente le cuesta ver cuál es el valor real de lo que existe acá y poder ponerlo en contexto en la región y en el planeta. Si la gente del común supiera la importancia que tiene Colombia como epicentro de música del siglo XX tendría otra opinión muy diferente. Pero no. Siempre tiene que llegar un gringo a decir “ojo, miren acá” y ahí cuando llega el gringo a decir eso, ahí sí la gente voltea a mirar. (1h18m33s)

Esta opinión es muy cierta y se entiende más cuando se está fuera del país. En México ahora más que

otras veces, escuché en lugares públicos todo tipo de música colombiana: desde Elsa y Elmar hasta Maluma, desde Pedrina hasta Carol G, pero sobre todo salsa caleña. Por ejemplo, se encuentra gente en variedad de sitios cantando a todo pulmón la música de los años dorados de Niche y Guayacán. Eso me impactó y me recordó a mí misma aquel 2008 cuando cantaba de la misma forma: Juan Gabriel y Chavela Vargas en el karaoke de la tienda de Doña Rosita por allá arriba en La Candelaria. Sin duda, todo este viaje, entre otras tantas cosas, me hizo recordar que somos pueblos parecidos, con heridas y esperanzas compartidas, y como me dijeron allá: unidos por una hermandad, por las raíces de un territorio ancestral y común que es América Latina, donde, sin lugar a dudas, la música en nuestro idioma teje un hilo invisible que nos acerca, nos conecta y nos llena de afecto.

De mis huellas, andares.
Alfombra de frailejones
De mis bailes, mis dones
El paso fluye al confiar
Dicho está, hecho está
Suelta cargas ancla el ya
Suelta timón, anda
Con brújula en el pecho
No se va a oxidar, no va perder
—Briela Ojeda, Liviana

Referencias

Armenta, R., & Ortega, M. (2020). *Bogotá Distrito Vinilo: Una historia Oral*. Youtube <https://youtu.be/W-yLnDHxiVE>

Augé, M. (2009). *Los no lugares, espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa.

Baudrillard, J. (1969). *El sistema de los objetos*. (F. González Aramburu, Trad.) México: Siglo XXI.

Calvino, I. (2015). *Colección de arena*. Madrid: Siruela.

Clan Music Radar. (29 de mayo de 2017). *El cambio de la música analógica a digital*. Youtube <https://youtu.be/aMuIwP-mVUo>

Clan Music Radar. (9 de junio de 2017). *Especial de formatos: El cassette*. Youtube <https://youtu.be/Nbk8XzjpaWo>

Guillén, A. (11 de julio de 2018). *Del vinilo a las recomendaciones y el 'trap'*. Recuperado el 6 de septiembre de 2022, de BBVA: <https://www.bbva.com/es/vinilo-recomendaciones-trap/>

Harry Ransom Center . (2022). *Gabriel García Márquez: la creación de un escritor global*. Museo de Arte Moderno, Ciudad de México.

Wikipedia. (s.f.). *Coleccionismo de discos*. Recuperado el 5 de agosto de 2022, de Wikipedia: https://es.wikipedia.org/wiki/Coleccionismo_de_discos Fecha

Wikström, P. (2014). La industria musical en una era de distribución digital. En *C@mbio: 19 ensayos clave acerca de cómo internet está cambiando nuestras vidas* (pág. 471). BBVA. Recuperado el 26 de agosto de 2022, de <https://www.bbvaopenmind.com/articulos/la-industria-musical-en-una-era-de-distribucion-digital/>