



**DISCOES
CULTURA**

FEDERICOMORENO

UN RECORRIDO POR LAS DISQUERÍAS
ESPECIALIZADAS
DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

Moreno, Federico

Disco es cultura : un recorrido por las disquerías especializadas de la Ciudad de Buenos Aires / Federico Moreno ; contribuciones de Lola Zapata ; fotografías de Federico Alessandro. - 1a ed ilustrada. - Ciudad Autónoma de Buenos Aires : Asociación Civil Rumbo Sur, 2019.

64 p. ; 20 x 20 cm.

ISBN 978-987-4474-20-9

1. Disco. 2. Música. I. Zapata, Lola, colab. II. Alessandro, Federico, fot. III. Título.
CDD 780.216

DIRECCIÓN DE PROYECTO

Federico Moreno

ENTREVISTAS Y TEXTOS

Federico Moreno

FOTOGRAFÍAS

Federico Alessandro

EDICIÓN DE CONTENIDOS

Lola Zapata

DISEÑO

Ana Uranga

CORRECCIÓN

Jimena Timor

ISBN 978-987-4474-20-9

Impreso en Argentina

Agradecimientos:

a Diego Rybka y a Pablo Rey por ayudar a realizar este proyecto.

Dedicado a la memoria de Eduardo Moreno, mi viejo.



www.rumbosur.org





DISCO ES CULTURA es una guía antojadiza sobre algunos de los lugares más emblemáticos de la cultura musical de la ciudad de Buenos Aires. Algo así como un recorrido caprichoso por algunas de las disquerías de más larga data. No están todas las que son, ni las más o menos importantes, sólo un puñado que elegimos un poco por recomendación y otro poco arbitrariamente.

Más allá de las historias que se puedan contar, este libro pretende ser un homenaje a una época que no parece alcanzar su fin. Un tiempo en el que los discos, bajo el formato que sea, son objetos capaces de despertar ese infinito deseo de búsqueda. Una pasión que pasa los límites de lo musical para tocar lugares y personas, amistad, melomanía y anécdotas.

Las "cuevas", como las llaman algunos, nuestras disquerías especializadas o independientes, representan un acervo cultural, no sólo por las interminables series de objetos ordenados en sus bateas, sino por el hecho de ser lugares de encuentro y comunión, donde los clientes somos los fieles, los disqueros pastores y la música una forma de religión sin dios.

Desde la invención de la grabación sonora y la producción de objetos portadores de esas grabaciones han existido comercios destinados a hacerlas llegar al público. Durante todo el siglo XX, las disquerías fueron el último eslabón de un camino que se iniciaba en la composición de un músico y llegaba hasta el escucha. Una industria de producción, distribución, comercialización y consumo sostenida por personas que apostaron su vida a alguna de esas tareas.

El siglo XXI trajo tiempos marcados por la virtualidad, donde la reunión de humanos y objetos se encuentra mediada por pantallas. La interacción con otros para recomendar un disco se reemplazó por algoritmos y los debates alrededor de una mesa de amigos con humo y alcohol ocurren en foros virtuales. Por esta razón quisimos volver a esos lugares de encuentro físico, donde las personas se encuentran cara a cara, los discos ocupan espacio, pesan y huelen; y la pasión por la música se confunde con la de los artefactos que la transportan y se hace una.

Estos lugares ya no abundan como antes en la ciudad de Buenos Aires. Tampoco los encontramos en las grandes metrópolis del resto del mundo. Varios son los fenómenos de las últimas décadas que convirtieron a las disquerías en espacios casi secretos, especie de bunkers para fanáticos o gabinetes de curiosidades colmados de nostalgia.

Quizás una de las mutaciones más notorias es el advenimiento de lo digital, que provocó una caída constante en la venta de discos desde fines de los noventa y la consecuente reducción de los catálogos disponibles.

Los cambios en las formas de consumo de música grabada para las mayorías que ya no están dispuestas a pagar y caminar en busca de objetos que pueden encontrar en internet; el aumento continuo del valor de las propiedades y los alquileres que fue destruyendo las grandes cadenas de venta de discos y también los comercios de discos barriales; y los ciclos económicos argentinos de auges y crisis que golpean con mayor fuerza en comercios de objetos de ocio, son algunos de los eventos cruciales que hacen de las "cuevas" un club de la resistencia a la extinción del disfrute.

Este libro, cuyo título refiere a una leyenda que venía impresa en las tapas de algunos discos de industria nacional hasta fines de los años ochenta, es un registro de imágenes y de historias sobre esos lugares y sobre las personas que los habitan y les dan vida. Para todos aquellos que trazamos recorridos buscando discos que van armando una banda sonora de nuestras vidas y para todos aquellos que los ponen a nuestro alcance está dedicado este humilde homenaje.

CASA PISCITELLI

SAN MARTÍN 450
CENTRO



Fundada en 1939 por el afán de Antonio Piscitelli, un inmigrante calabrés que arribó a Buenos Aires escapando del fascismo, por la intención de divulgar discos de música clásica que escaseaban en el Buenos Aires de la época comparado con la abundancia de música popular. "Los discos de pasta a 78 revoluciones por minuto sólo soportaban 3 o 4 minutos de música por lado, por lo que la mayoría se dedicaba a las canciones de música popular como folclore y tango. En cambio, las obras de música clásica, por su extensión, podían ocupar 20 o 40 discos, entonces una ópera, por ejemplo, se vendía en álbumes de discos del tamaño de una valija", cuenta Fabián Piscitelli, uno de los hijos de Antonio que dirige la disquería actualmente. La música clásica recién despegó con la llegada del long play o disco de larga duración de vinilo, que en Argentina llega a fines de la década del 50. Desde entonces las óperas más extensas lo-graban entrar en tres o cuatro discos. Una época dorada para la música clásica, que se extendió hasta la llegada del compact disc en los años noventa del siglo pasado, cuando el público comenzó a orientarse más



y más a consumir la música clásica en vivo. Durante el auge de venta del long play, Piscitelli tenía clientes en Turquía y España, con los que se comunicaban por carta y les enviaban selecciones de tango y folclore argentino.

Como casa de música con venta de discos, es posiblemente una de las más antiguas del mundo en perma-

necer bajo la mano de los mismos propietarios. Y seguro la más antigua de la ciudad de Buenos Aires. Algunos de sus clientes memorables fueron María Elena Walsh, el periodista Nelson Castro y el cardenal Bergoglio, cuya última visita terminó con un saludo particularmente cálido, un mes antes de ser nombrado Sumo Pontífice de la Iglesia romana como Papa Francisco ©





abraXas

ABRAXAS

AV. SANTA FE 1270
GALERIA 5TA AVENIDA
LOC. 74/76
RECOLETA



Abraxas es una disquería que desde 1983 es un referente en todo lo relacionado con el rock de la década de 1950 en adelante. Pero su catálogo excede ese género y tiene algo para cada melómano que la visita.

Fernando Pau es su creador y está al frente de una de las disquerías que la mayoría de los disqueros reconocen como referencia. La historia de Fernando está ligada al periodismo musical en su Montevideo natal y ese oficio se percibe en sus comentarios y análisis sobre la industria de la música pasada y actual. Historias de rock, de discos, de estilos y calidad de audio se mezclan con los recuerdos de momentos gloriosos de la venta de discos, cuando ser disquero era rentable. Actualmente, “no será el negocio que fue en otra época, pero es un trabajo digno”.

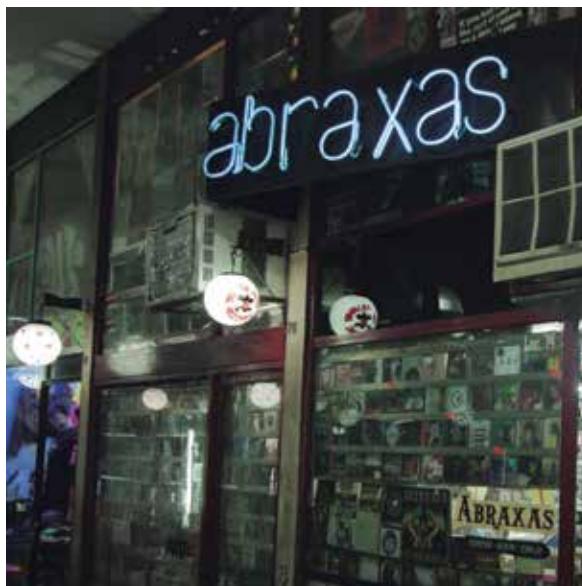
Para él, la disquería nunca representó un mero negocio; su criterio artístico en la selección de música se antepone a los criterios comerciales. Su lectura del comercio de discos en la actualidad es un interesante contrapunto entre una

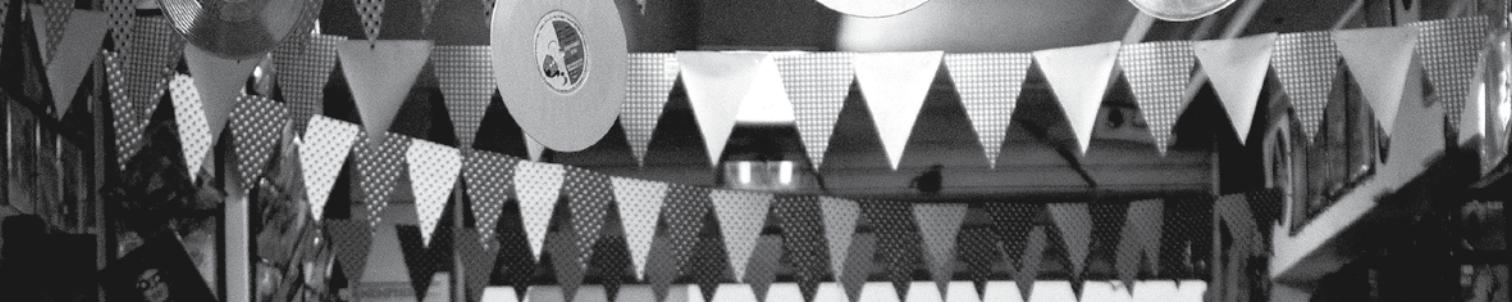


función sociocultural y de mercado: "En una disquería, en general, tenés un rango de clientes que consumen música desde su inicio en la vida laboral y finalizan cuando forman una familia y tienen otros gastos, tiempos y responsabilidades. El problema es que la base que sustentaba esa pirámide hoy no existe. Los jóvenes que arrancan con los primeros ingresos no están dispuestos a pagar por algo a lo que pueden acceder gratuitamente".

Fernando es uno de los pocos que recuerdan el primer disco que vendió: "Mecca for Moderns, de la agrupa-

ción Manhattan Transfer". También el más caro, una rareza sólo para entendidos: un ejemplar del álbum de The Beatles llamado en EEUU "Yesterday and today" pero conocido como "butcher cover", una tapa de los cuatro fantásticos vestidos de carniceros que fue censurada por la discográfica en EEUU; sin embargo, algunas pocas copias salieron al mercado con una segunda tapa pegada sobre la primera, algo que no cualquiera puede identificar. El valor aproximado de una de esas rarezas ronda los US\$ 1800 ©





CACTUS

URUGUAY 290
CENTRO

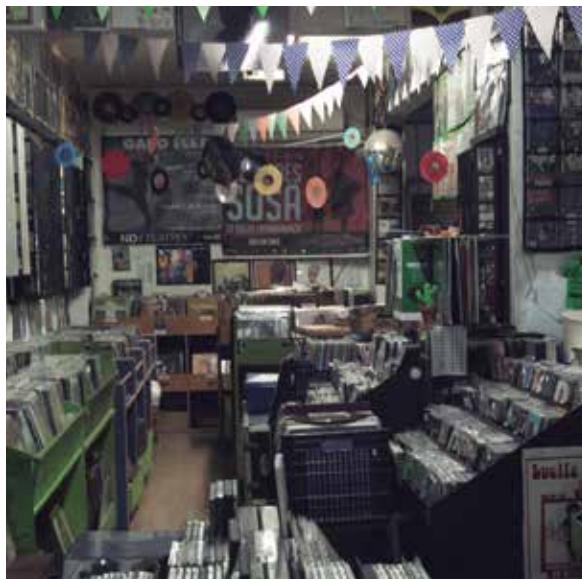


En la zona de la calle Corrientes existe un gran número de disquerías muy diversas. Cactus es una ellas desde el año 2004. Darío, su dueño, siempre fue un melómano. Trabajaba como periodista musical y como productor de un programa periodístico. Su hobby de coleccionar discos fue creciendo hasta el punto que comenzó a venderlos en un local de la Galería del Óptico mientras mantenía su otro empleo. Con el tiempo el corazón de disquero le ganó a todo lo demás y se abocó a trabajar a tiempo completo en Cactus.

En sus bateas lo que más presencia tiene hoy en día son los vinilos nuevos y usados. El género más fuerte es el rock, pero tiene una gran selección de títulos de tango y folclore, jazz y música brasileña. Mucho del material le llega de la mano directa de artistas independientes que frecuentan la disquería además como clientes. Algunos de ellos son Boom Boom Kid o Gabo Ferro, pero también suelen pasar a revisar las bateas Ariel Minimal, Adrián Dárgelos o Lisandro Aristimuño.

En su búsqueda de material usado para Cactus, Darío visita domicilios de melómanos o de sus herederos, que se desprenden de colecciones de vinilos. En ocasiones encuentra discos con la etiqueta de Cactus entre la colección, señal de que han pasado por su local en algún momento, y se conmueve al sentirse parte del ciclo de vida de un disco, de la música y de las personas.

Cactus, como muchas otras disquerías, vende discos a través de internet, sobre todo envíos a ciudades medianas en las que han desaparecido las disquerías. Pero Darío prefiere la venta personal, la idea de la disquería como el lugar de estar, de compartir ©







ZIVALS

CALLAO 395
CENTRO



Zivals es una de las disquerías ícono de Buenos Aires, instalada desde 1971 en un pequeño local sobre Callao, que se fue ampliando hasta ocupar toda la esquina de Callao y Corrientes. Con el tiempo incorporaron la librería y posteriormente el sello discográfico Aqua Records, en el año 2006. Ubicada en una zona neurálgica de la actividad cultural de la ciudad, entre los tradicionales teatros, librerías y cines, fue punto de encuentro para transeúntes antes de la llegada de los teléfonos portátiles y testigo de manifestaciones sociales y políticas de la historia reciente. Una disquería de su tamaño y ubicación es impensable con los valores de las propiedades y alquileres en una ciudad como Buenos Aires o en cualquier metrópoli del mundo.

El proyecto comenzó como un negocio familiar. El tío de Fernando Laviz, quien hoy está al frente de Zivals, arrancó con el negocio en la década del 70 porque le parecía una actividad atractiva. Propuso a su familia abrir una disquería con una idea simple: "Mirá, vos comprás y lo que no vendés





lo podés devolver y además la música es la única actividad en la que te hacen publicidad gratis siempre. Porque suena en la radio y demás”, relata Fernando que dijo su tío.

La disquería se sobrepuso a los cambios de formatos y a las recurrentes crisis económicas del país, sosteniéndose firme con una de las más grandes selecciones de música en discos compactos y vinilos que cubren un amplio espectro de géneros y estilos, pero con especial atención al tango, jazz, rock y música en español.

Fernando aún recuerda el asombro colgado de la cara de un alemán fanático del tango que visitaba Buenos Aires y la disquería a principios de los 2000 cuando se cruzó a Horacio Salgán mientras revolvió las bateas buscando discos y se llevó sus ejemplares firmados ©



THE RECORDS

STROBE

AV. CABILDO 2280
GALERÍA RÍO DE LA PLATA
LOC. 99
BELGRANO

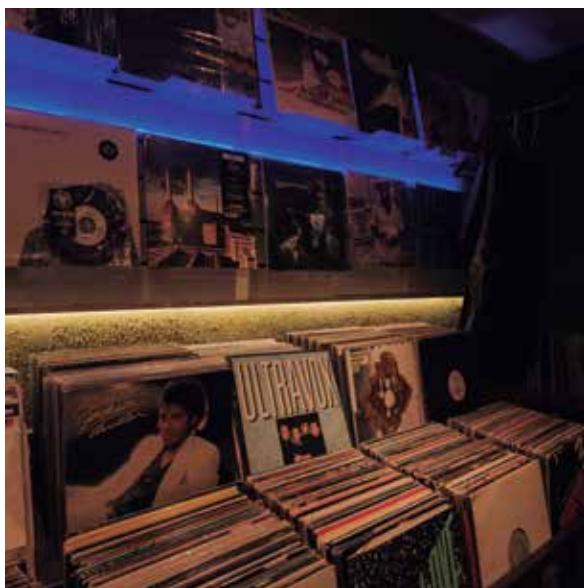


Desde febrero de 1997 Gustavo está detrás del mostrador de lo que primero fue Kick y más tarde Strobe Records. La disquería se caracteriza por vender vinilos, mayormente de géneros relacionados con la pista de baile, desde la música negra de los setenta hasta la electrónica más actual, pero también tiene un surtido de otros estilos y trae discos a pedido de sus clientes.

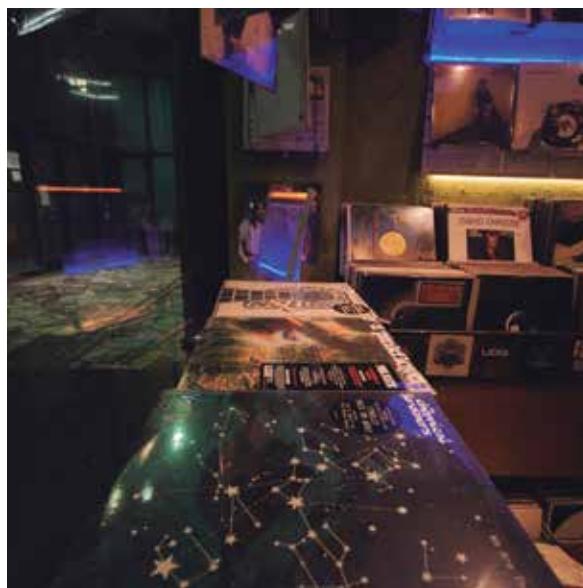
Gustavo es consciente de que el rol del disquero ha cambiado mucho desde la llegada de internet, y eso lo ha mantenido en el negocio por tantos años. Entiende que la información ya no recae solamente sobre quien atiende el mostrador, incluso aquellos que viajan y se mantienen informados constantemente como él. Internet hace que los clientes sepan lo que quieren cuando llegan a la disquería y la tarea es conseguirlo, además de aprender de las nuevas tendencias y gustos cambiantes.

Durante muchos años Gustavo compaginó su trabajo como disc-jockey en importantes discotecas, clubes y fiestas con la venta de vinilos e





incluso con otros empleos. De ahí viene la orientación por la música de baile de la disquería y la razón por la que gran parte de sus clientes sean o hayan sido DJs. Incluso algunos DJs internacionales que vienen de visita al país pasan por Strobe a buscar una rareza o simplemente a la caza de nuevos discos.



Entre los clientes que frecuentaron Strobe hay tanta variedad como en sus bateas. Músicos que van desde Jazzy Mel a Zeta Bossio o Juanse. Entre los DJs, desde uno reconocido a nivel nacional como Javier Zucker hasta un DJ y productor de culto como Theo Parrish de Detroit ©

ROCKABILLY

DISCOS

ROCKABILLY

SARMIENTO 1249
GALERÍA TAURUS
CENTRO



Una de las tantas disquerías especializadas instaladas en la conocida Galería del Óptico, donde Chiche está a cargo desde 1983. Él antes de ser disquero trabajaba como visitador médico, pero siempre fue un melómano apasionado por la venta de discos. En sus comienzos el local era una suerte de hobby que servía de excusa para despuntar su vicio de coleccionista. Pasaron los primeros tres años de disquero y Chiche dejó el trabajo de visitador para dedicarse por entero a su pasión.

La disquería se especializa en vender vinilos de rockabilly, blues y música inglesa de los 60. Entre los clientes que han pasado por ahí se encuentran Lito Nebbia, Juanse (un ilustre cliente, nombrado en casi todas las disquerías) y Roberto Pettinato, que junto a Pipo Cicolatti pasaban a buscar singles raros.

Durante los años noventa, cuando el compact disc llegó a su apogeo, la gente se desprendía de sus colecciones para pasarse al nuevo formato. Chiche, siempre fiel a su gusto, llegó a cambiar un disco compacto por





20 vinilos. Entre los tantos discos de colección que vendió, la joya más preciada fue uno que encontró en una visita a domicilio en esas búsquedas de material de segunda mano. Se trataba de un disco de The Beatles de pasta o *shellac*, el material previo a los discos de vinilo, que giraban a 78 revoluciones por minuto. Único disco de la banda de Liverpool editado en Argentina en ese formato en el año 1964 con 500 copias. "Lo vendí a un coleccionista por 3500 dólares", recuerda Chiche ©



RGS

AV. CORRIENTES 5233
GALERÍA GALECOR
VILLA CRESPO



Se trata de un negocio familiar abierto en el barrio de Villa Crespo en 1964 por Ricardo Galante. Hoy cuenta con un sello discográfico con el mismo nombre que la disquería llevado adelante por Andrés, hijo de Ricardo, que también trabaja en el local junto a su hermana Judith.

En los inicios ocupaba un espacio más modesto dentro de la galería y vendía equipos de audio y discos. Pero paulatinamente los discos fueron ganando terreno hasta quedarse con todo el local. Se dedican a vender música de casi todos los estilos, excepto música tropical, en formato compact disc y vinilo.

RGS tiene la particularidad de ser una de las pocas disquerías de barrio que se mantienen activas permaneciendo alejada de los barrios en donde aún se concentran este tipo de negocios, como son ciertas zonas del centro, sobre todo sobre la calle Corrientes, la zona más comercial del barrio de Palermo y algunas sobre galerías de avenida Santa Fe o Cabildo, en Belgrano.





Sobreviviente de las crisis económicas, la competencia desigual con grandes cadenas como Musimundo en los años noventa y, finalmente, el fenómeno de la música digital, RGS sigue siendo un referente en el barrio y entre los disqueros de la ciudad. Una de las claves de su persistencia en el tiempo, conjuntamente con el conocimiento del mercado, es una clientela fiel que viene incluso de barrios distantes en busca de novedades.

Andrés recibe todas las mañanas a las 9 en punto a un cliente que compra varios discos cada día: "Si me demoro en abrir el local, el cliente pasa y me pierdo la venta. Cuando me entrega la tarjeta de crédito para pagar, me dan ganas de decirle que ya me sé los números de memoria" ©

UNA CONVERSACIÓN CON ALFREDO ROSSO SOBRE DISQUERÍAS Y EL OFICIO DE DISQUERO



PERIODISTA MUSICAL*

LAS DISQUERÍAS A TRAVÉS DE LOS AÑOS

Yo compraba discos en el centro cultural del disco y en Frávega, en 1968, cuando empecé a escuchar a los Beatles o a Almendra, tenía 13 o 14 años. Estudiaba en el Carlos Pellegrini, en Marcelo T. de Alvear y Callao, entonces muchas veces cuando salíamos de la escuela dábamos la vuelta e íbamos al Centro Cultural del Disco, que estaba en Callao y tenía cassetas, una especie de cabina con una bandeja giradiscos, donde vos podías pedirle los discos al empleado y escuchar. La idea era que, nobleza obliga, te tenías que comprar algunos porque si no, no le caías bien al disquero. Me

fui haciendo una discoteca, comprando allí, también en Frávega que, como otras casas de electrodomésticos, tenían una parte dedicada a la venta de discos y en mi barrio, en la disquería RGS.

Era todas de cadenas y tenías grandes cantidades de discos, entrabas y veías bateas tras bateas llenas de discos, porque se editaba mucha música en la Argentina. Obviamente mucha producción local, como tango, folclore, rock y jazz incluso, pero también estaban los grandes grupos extranjeros que tenían edición en Argentina, porque en esa época los grandes sellos licenciaban su música a compañías nacionales.

LAS DISQUERÍAS ESPECIALIZADAS O "CUEVAS"

Además de esas disquerías de cadenas, existían disquerías especializadas que traían discos de afuera que acá no se editaban, muchas veces llamadas "cuevas". Cuando me empecé a especializar, en la época previa a ser periodista y ya siendo periodista, frecuentaba la disquería el Agujerito, de la familia Epstein y que ahora es de Dany Nijensohn.

Las disquerías especializadas me parecen fascinantes, esa cosa de las disquerías de heavy metal que había en la calle Lavalle, en donde se vendía la música pero también las tachas, los pósters y cosas que agrupaban a los fanáticos del género. Existen también de rock progresivo o la de Guillermo, Minton's, especializada en jazz.

La disquería especializada es una gloria, es gente que mantiene viva la cultura de la música. Porque es muy práctica la idea de conocer una banda y escucharla en streaming, yo lo hago, no estoy negado a la tecnología, de hecho, si no consigo un disco para pasarlo por la radio lo paso en digital. Pero hay algo con el objeto físico que es especial, y estas disquerías defienden eso, son elementos que tienen que ver con la gráfica, las letras, la calidad del sonido que está ahí en el objeto.

Porque hay algo de permanencia en el espacio y en el tiempo que no se sabe si se va a preservar. Y si se va a preservar, en manos de quién se va a preservar. Es decir, si la música está toda "en la nube" y un día el dueño de la nube dice "¿Saben qué? Se terminó esto". Entonces yo creo que la simultaneidad de los formatos es la mejor manera de asegurar la supervivencia de la cultura.

LA EXPERIENCIA COMO DISQUERO

Como disquero empecé en una época en la que ya había sido periodista en *El Expreso Imaginario*, yo trabajaba en radio Rivadavia FM y en un momento determinado cambia la cúpula de la radio y despiden a varios, entre ellos a mí.

Pasó en ese tiempo que yo había ido a Rock in Rio en 1985 con Fernando Pau, dueño de Abraxas, que es pionero de estas disquerías llamadas "cuevas". Fernando sabía que yo tenía amplios conocimientos de música y me dice: "Mirá, yo tengo intenciones de poner una sucursal, ¿no te gustaría ser disquero?". Yo le contesté que sí y cuando pregunté qué hacía falta para lograrlo vino la parte difícil, porque hacía muy poca inversión

de dinero, pero tenía que hacer un sacrificio y poner mis discos, ya que en ese entonces las disquerías de ese tipo eran de compra, venta y canje. Se vendía en general material usado y algunos nuevos, pero el margen de ganancia era mayor con el material usado que con la venta de nuevos.

Empezamos con la disquería Taboo en mayo de 1985. En 1989 separé la sociedad con Fernando, le cambié el nombre a la disquería por Fénix y continué hasta 1994. Así que con la disquería completé mi experiencia del negocio de la música: trabajé en compañías grabadoras, en radio y prensa como periodista, y vendiendo discos, todas las facetas.

Cuando llegó el compact disc los discos en vinilo usados perdieron interés y el negocio dejó de ser tan interesante para nosotros, sobre todo porque llegaron las grandes cadenas a vender CD y ya nadie quería comprar vinilos usados.

Me acuerdo que Fernando (Pau, de disquería Abraxas) me enseñó muchas cosas, por ejemplo, cuando abrí la disquería me decía "no hagas club", significa que no llenes de amigos la disquería porque llega el cliente y ve como que no tiene lugar, como que el disquero está

ocupado, entonces piensa que quizás molesta y se va. O cosas de venta como, por ejemplo, si entra alguien decidido a comprar un disco, no le ofrecés toda la discografía de ese artista, porque quizás no está seguro, lo confundís y dice "bueno, cualquier cosa vuelvo". Primero dejás que te compre lo que busca y cuando se va le decís que cuando quiera puede venir por más material de ese artista.

Conocí gente muy interesante en la disquería, Adrián Dárgelos pasaba y conversábamos de música, Sergio Rotman, quien sabe muchísimo de música y también fue disquero, o incluso Miguel Abuelo llegó a pasar por ahí. Taboo estaba entre las 5 o 6 disquerías en las que se vendían los primeros dos discos de los Redondos, Gulp y Oktubre, recuerdo que venían Poli y Skay desde La Plata a dejar los discos.

En aquel entonces la disquería daba para vivir bien. Me acuerdo conversando con Fernando a fines de 1986, me contaba que en enero de 1987 se iba de viaje a Europa y yo le decía "Qué lindo, qué envidia". Me contestó "Bueno, te podés pasar todo enero con 37 grados mirando los lomos de los discos que nunca vas a escuchar en tu casa o venderles a las disquerías 500 discos de tu colección y venirse vos también".

Entonces él vino a casa y eligió, con mucho corazón para no llevarse los imprescindibles que yo no quería largar, separamos dos pilas y una fue para Abraxas y otra para Taboo, y con esa guita me fui.

EL OFICIO DE DISQUERO EN TIEMPOS DE CONSUMO DIGITAL

Hoy si querés conseguir determinado material tenés que ir para lo nuevo a una disquería como Rock and Freud; para catálogo, a Abraxas; para ciertos estilos y rarezas en vinilo, a Bonus Track. Entonces se van convertir en depositarios de cierta cultura que de otra manera desaparece. Por ejemplo, el Gallo Cantor, una disquería de galería de la Avenida Corrientes, tiene material de la época del music hall argentino. Música con contenido social, político, de sátira social, lo que hacían cuando actuaban Antonio Gasalla y Carlos Perciavalle, Jorge Schussheim y otros. Música que salía en sellos como Trova, Music Hall, Prodisa y otros más, que en gran parte no está digitalizado, si no estuviera en esas disquerías desaparece.

Para mí cumplen una función cultural; por supuesto, tienen la intención de venderlo. De hecho, hoy existe una crisis coyuntural económica del país que golpea

fuerte, además está la crisis del sector por la digitalización, pero aun así hay gente que sigue apoyando y comprando en estos lugares.

El futuro es imprevisible, porque nadie pensaba que volvería el vinilo y sin embargo volvió. Yo me imaginaba que aparecerían otros formatos más sofisticados, pero no me imaginaba esto de la nube o de la reaparición del vinilo.

El cliente de las disquerías estaba embanderado, para ellos comprar rock o blues no era lo mismo. No le daba igual tener el disco o no tenerlo. La música era parte de su vida y de su cultura, había una inversión emocional. Por supuesto que considero que no es que hubo una "época dorada" de la música que se extinguió, para mí nunca hubo tanto acceso, variedad y mestizaje como hoy, eso es impresionante y se lo debemos en parte a lo digital. El acceso a las posibilidades de grabación casera es increíble, antes tenías que ir a la grabadora con la guitarra para que te escucharan y te den una oportunidad, porque no había forma de grabarse en casa o costearse un estudio, en una época no había manera de llevar un demo ©



ROCK AND FREUD

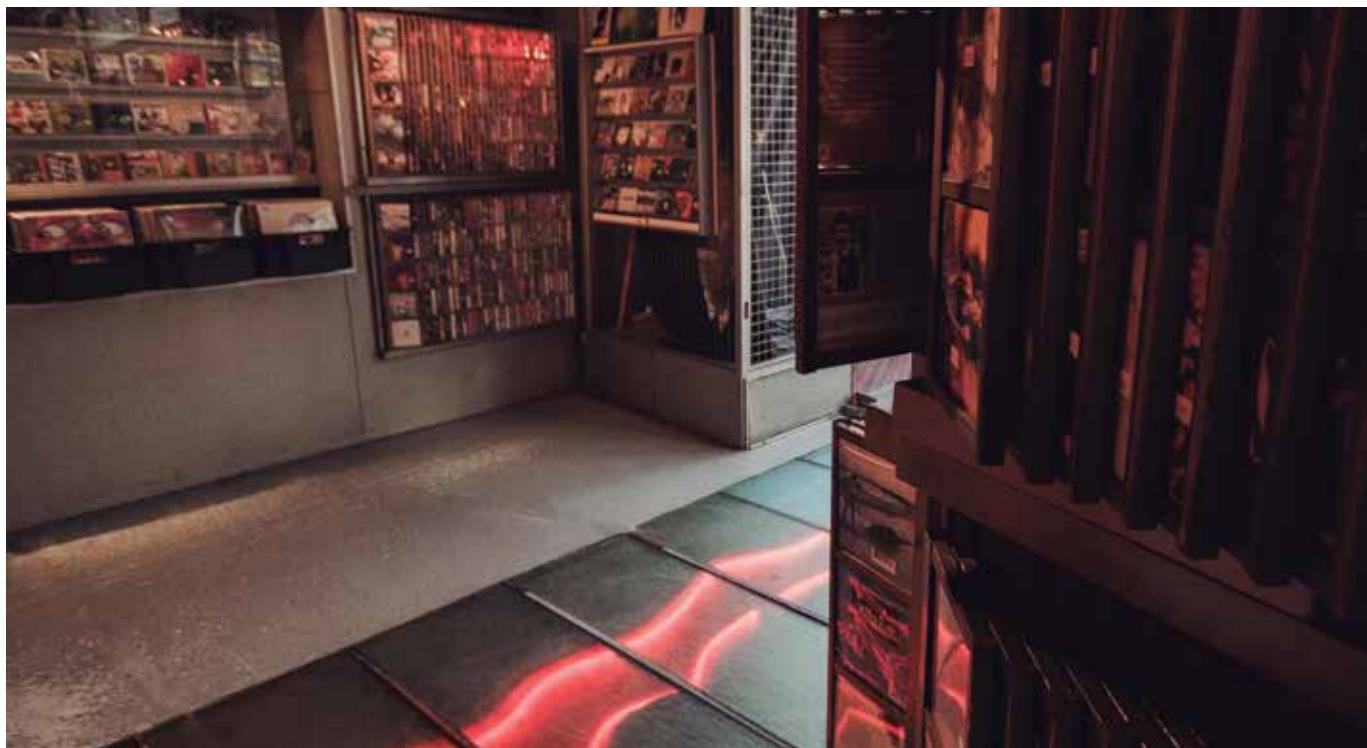
ARENALES 3337
GALERIA PASEO DEL SOL, LOC. 2
PALERMO



Rock and Freud existe desde 1992. Fichi, su actual dueño, está al frente de la disquería desde 1995. Él comenzó como un cliente más de esos que gastan sus horas y ahorros dentro de las disquerías, un melómano que pasó del otro lado del mostrador como empleado y finalmente terminó por quedarse con el local.

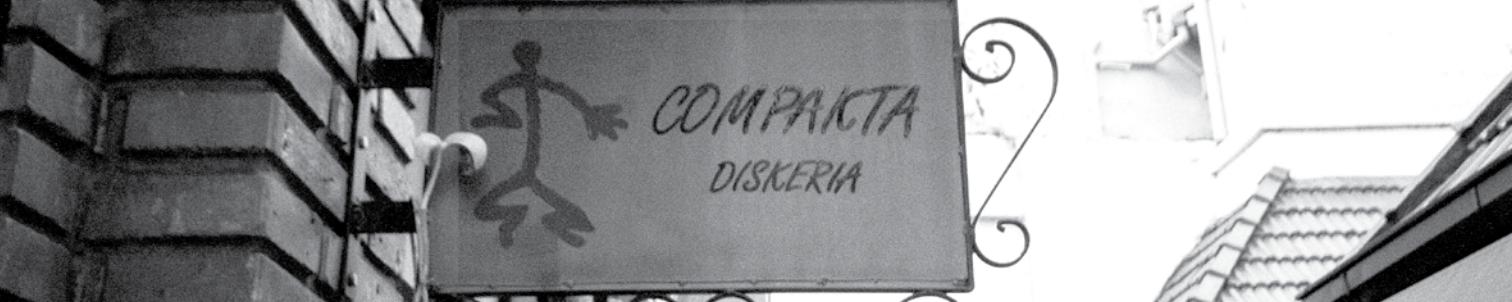
En las bateas se puede encontrar rock, pop, jazz y música negra, con muchas novedades y un stock de clásicos de los sesenta y setenta de pop rock. Una selección de música moldeada un poco por el gusto de Fichi y otro poco por el criterio promedio de lo que buscan sus clientes. Fichi intenta un balance por sostener una oferta musical que permita encontrar siempre algo de interés para quienes pasan por el local.

Hoy ve el futuro del negocio en baja, pero sabe que ese tipo de disquerías pequeñas y especializadas son las únicas que sobreviven en estos tiempos de consumos digitales. Tiene claro que mantener una disquería de calidad y con clientes fieles le permitirá seguir trabajando. Esos clientes





en muchos casos son o se transforman en sus amigos. Para Fichi, esa es también una finalidad de la disquería: tener amigos con los que comparte obsesiones. Entre algunos de sus clientes figuran artistas conocidos como Charly García, que es vecino del barrio, Fito Páez, Alejandro Lerner y muchos otros más ©



COMPAKTA

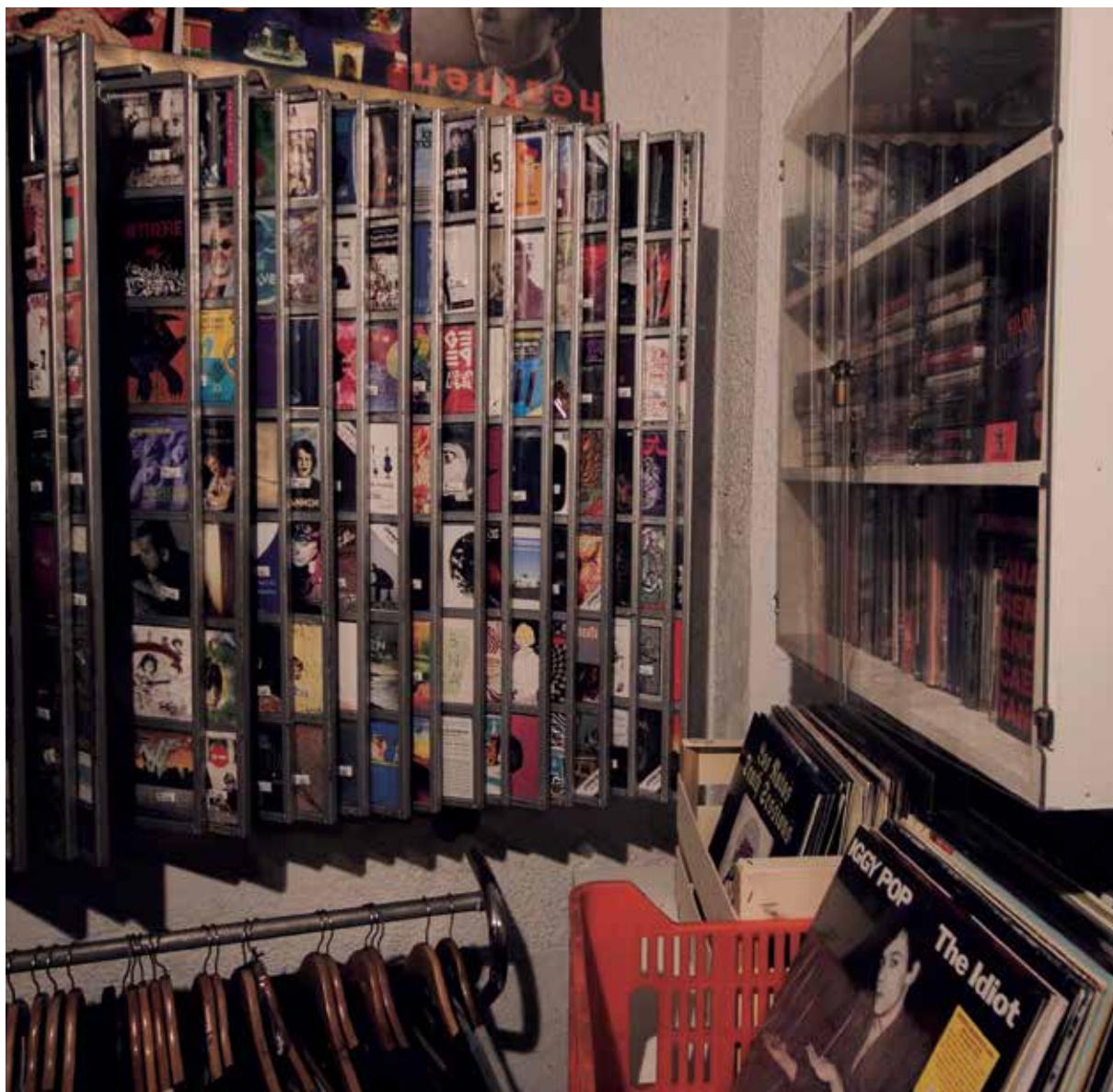
SALGUERO 2656
PASEO EL LAZO
LOC. 7
PALERMO



La disquería fue fundada por Marisa y Efraín en 1991 y atendida por Marcos desde 1998. Este último reconoce que en esta época de música digital, los disqueros están todos locos, como los compradores de discos. Pero a pesar de esa locura y de los tiempos difíciles para vender discos, Compakta se mantiene a fuerza de tener gran cantidad de clientes a lo largo de todo el país.

Gran parte de la selección está dedicada al rock y en especial tienen gran cantidad de material independiente nacional, que en muchas ocasiones les acercan directamente los músicos. Esos encuentros con músicos independientes de todo el país fueron abriendo las puertas para lograr nuevos clientes y para vender discos en Tierra del Fuego, Córdoba, Chaco o Mendoza.

Marcos, con tantos años al frente del local, ha visto ya dos generaciones de melómanos: "Tengo un cliente que vino a los 13 años traído por el papá. El padre me dijo 'dale lo que quieras, pero explicale de dónde viene'.





Ahora ese chico tiene 29 años y vamos a ver bandas juntos". Esa historia es un retrato de los tantos vínculos generados entre el disquero y sus clientes. En este caso se replica entre algunos clientes habituales que se reúnen los fines de semana en el local y desde la disquería salen juntos a tomar algo y a seguir hablando de música y discos ©



MINTON'S

AV. CORRIENTES 1382
GALERÍA APOLO
CENTRO

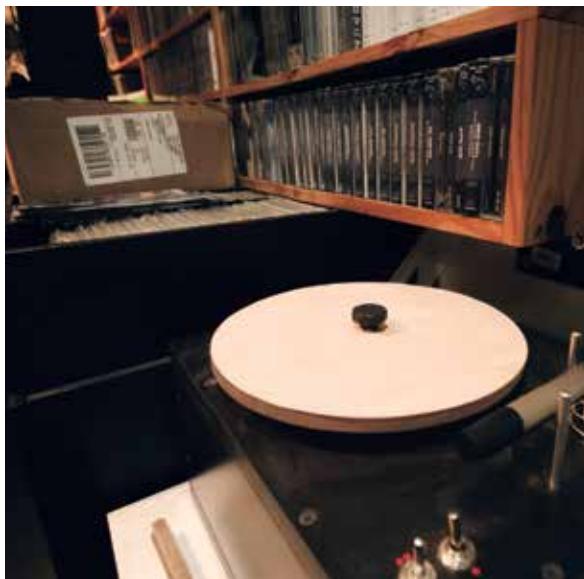


La disquería de Guillermo es un lugar muy especial. Si él no está en el local con sus clientes/amigos escuchando jazz, está tomando un café en el bar de al lado con ellos, hablando de jazz. Y es que Minton's debe ser la disquería especializada en discos compactos y vinilos de jazz y blues más significativa de la ciudad. No sólo por la cantidad de discos o por el catálogo, sino por el carisma de Guillermo, que impregna el clima del local como lugar de encuentro.

Minton's nace en 1993, por el deseo de vivir rodeado de discos para invitar a otros a compartir esa pasión y orientarlos en el camino. Comenzó con una colección de vinilos que había adquirido y 28 discos compactos, en la época en la que el vinilo comenzaba a desaparecer. Durante la crisis del 2001 Guillermo se fue a Madrid con intenciones de mejorar su porvenir, pero a los pocos días se volvió a Buenos Aires para reabrir Minton's. Se dio cuenta de que ese era su mejor destino.

Además de amante del jazz y los discos, Guillermo es un interesado y conocedor de los fenómenos que afectan ese mundo. Respecto de la





aparición de internet, reconoce que ha perjudicado a la música: "Hacer discos ya no es negocio para las compañías, por lo que ya no invierten y se va perdiendo el repertorio. Además, esas pérdidas implican invertir cada vez menos en la grabación y producción, todo se hace más barato en detrimento de la calidad".

Entre las anécdotas de músicos, clientes y amigos de Minton's hay algunas que se destacan, como la del músico de jazz Adrian Laies, que tituló en 1999 un álbum con el nombre "Las tardecitas de Minton's", o aquella vez que el gran trompetista italiano Enrico Rava, en su paso por Buenos Aires, fue especialmente a visitar la disquería pero la encontró cerrada.

Guillermo lo recuerda reflexionando: "¿A quién se le ocurre ir a comprar un disco de jazz por la mañana?" ©



SMILE

HONDURAS 4969
PALERMO



Smile se cuela entre las disquerías con más de 10 años que se incluyen en este libro porque su historia excede por mucho el tiempo que lleva abierta. El local de Martín Parodi es directa sucesora de la tradicional disquería de Palermo Miles, que fuera propiedad de Gustavo, uno de los disqueros con mayor recorrido en la ciudad.

La historia de Martín con los discos comienza en los años ochenta cuando compraba material en Zivals, una de las disquerías que frecuentaba constantemente, sobre todo porque vivía a la vuelta: “El primer disco que me compré acá en Buenos Aires fue ‘Pendulum’, de Credence [Clearwater Revival] y ‘Burnt Weeny Sandwich’, de Frank Zappa, allá por el 1972”. Martín, conjuntamente con su amor por la música, tenía experiencia comercial por haber trabajado en bodegas comercializando vino y además tenía conocimientos de inglés, dos aptitudes que, junto con sus conocimientos de música, lo llevarían a trabajar como disquero.





Corrían los años noventa, fluía el material importado en las disquerías de la ciudad. Zival's contaba con representación de sellos extranjeros que se vendían en Buenos Aires. Fernando Laviz, dueño de Zival's, lo convoca a Martín para trabajar como corredor mayorista de ese material importado y es así como comienza su recorrido en el mundo de la venta de discos, en donde permanece desde entonces.

Ser corredor del material importado de Zival's le permitió conocer muchísimas disquerías de la ciudad. Le vendía al desaparecido Tower Records, pero también a RGS y a las disquerías de Gustavo, entre otros. Cuando la crisis del 2001 y la devaluación arrasan con el mercado de discos importados, Martín deja Zival's para trabajar en el primer local de Miles en Palermo.

Gustavo, dueño de Miles, venía trabajando con discos desde 1982, cuando abre su primera tienda en el centro de la ciudad, llamada El Atril. Luego abre su propio local en la calle Corrientes, que más tarde se muda dentro de la famosa librería Gandhi, para finalmente instalarse en el barrio de Palermo, primero con un local propio y después compartiéndolo con el bar Sheldon. Cuando Miles se instala en Palermo, Martín comienza a trabajar como encargado.

En 2018 Gustavo se retira del negocio y Martín decide continuarlo con otro nombre, en el mismo local. Smile es hoy fundamentalmente una disquería de rock y jazz, aunque en las bateas se pueden encontrar novedades y usados en compactos y vinilos ©



LIVERPOOL

AV. CABILDO 2136
GALERÍA RECAMIER LOC. 138/139
BELGRANO



Liverpool nace en el barrio de Belgrano en 1993, en otra galería de la zona, como un local que vendía revistas y libros de música además de vinilos. Ese era el sueño de su dueño, Jorge, abrir una suerte de librería temática musical. Si bien había tenido un trabajo en una disquería en su juventud, se dedicó a otras actividades, emigró a España durante cinco años y al volver al país se empleó como gerente de una editorial española hasta que abrió Liverpool.

En los años de auge de la venta de discos Jorge llegó a tener tres locales de los que hoy sólo conserva uno dedicado a la venta de discos y otros artículos musicales. Como en muchos otros casos, la caída de la venta de discos por los consumos digitales lo afectó, pero más lo dañaron las periódicas crisis económicas.

Hoy, además de ser una disquería, es un lugar de encuentro entre melómanos cercanos a los sonidos que históricamente ofreció el local. Jorge los describe así: "Un 50% de heavy metal, un 30% de rock and roll clásico y un





20% entre blues, pop o rock sinfónico. Muchos de los cuales son importados que traigo yo, porque viajo mucho por las novedades y traigo material para el local”.

Jorge recuerda que su primera venta fue un disco de Kiss y el más caro, un vinilo de The Rolling Stones, que era la primera copia numerada de una tirada de 500 de una sesión de ensayos grabados de la banda. Como buena disquería de rock, han pasado a llevarse material músicos de la talla de Juanse, Ricardo Mollo y Fabián “Zorrito” Quintiero, entre otros ©



EXILES
RECORDS

EXILES

HONDURAS 5270
PALERMO



La disquería más joven cubierta por este libro, pero con más de una década de recorrido, Exiles representa una nueva generación de disquerías que surgen post auge del consumo digital de música. Paco está al frente del local de Palermo desde 2008. "Aprendí de un montón de disquerías como Abraxas y Bonus Track, donde iba con mucha frecuencia. Después de muchos trabajos me di cuenta de que me gusta esto, vivir como en una radio, escuchando música y recomendando", recuerda.

Como las disquerías de la vieja escuela, Paco quiere que Exiles sea un lugar de encuentro. Y si bien utiliza internet como herramienta de trabajo en sus búsquedas o para seducir a los melómanos compartiendo imágenes de los discos que van llegando en las redes, prefiere que las ventas se den en el local, cara a cara.

Exiles se especializa en vinilos de rock, tiene una gran selección de discos de The Rolling Stones (de hecho el nombre de la disquería es un tributo al disco "Exile on Main Street") y también discos de soul y funk. Además,





cuenta con una batea especial de música independiente nacional de pequeños artistas que en muchos casos se acercan personalmente a dejar sus producciones al local.

Conjuntamente con la disquería, Exiles es un sello discográfico que ha editado álbumes de bandas como Los Álamos y Los Espíritus. Esa incursión en el mundo de la industria musical abrió buenas relaciones con los productores de shows que traen artistas a la disquería. Nos contaba Paco que "Marc De Marco ofreció un show íntimo de más de media hora y también pasaron por acá artistas como Kurt Vile, Beck y Thurston Moore, que casualmente también es dueño de una disquería en Estados Unidos". El DJ y productor de Detroit Kenny Dixon Jr, conocido como Moodyman, pasó por la disquería de compras y no salía de su asombro al ver discos de Marvin Gaye mucho más caros que en Estados Unidos, mientras que un ejemplar de Brass Construction con todas las letras en español estaba de oferta a \$150 ©

EUREKA

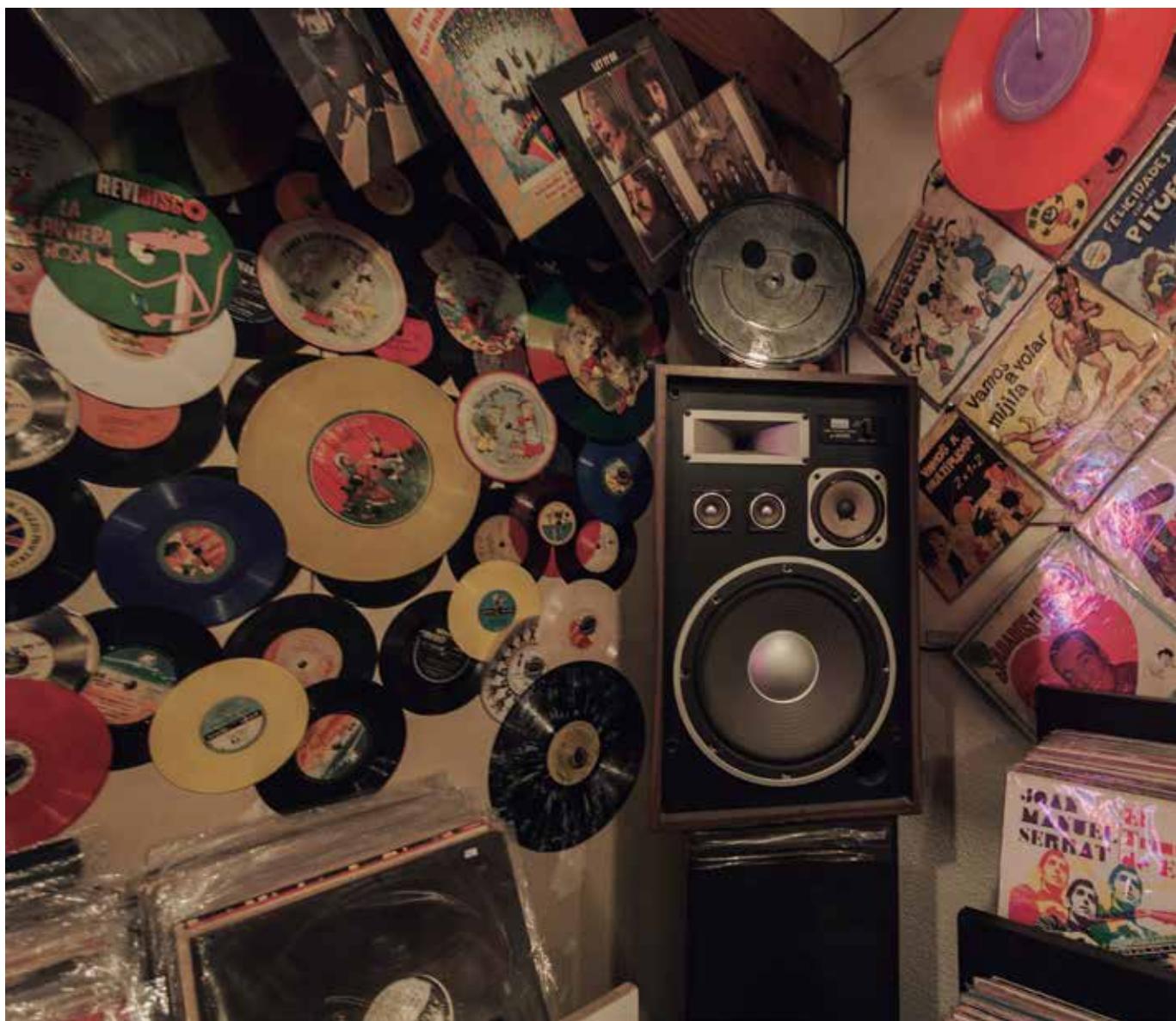
DEFENSA 1281
SAN TELMO

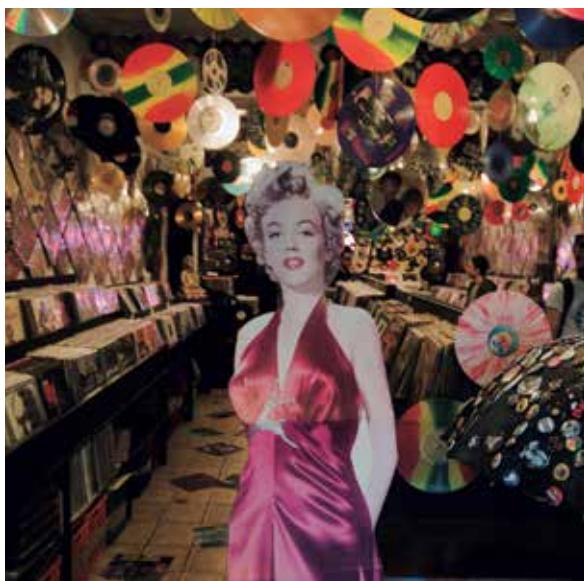


Eureka nació en el año 2000, de la mano del padre de Nacho, su actual dueño. En ese entonces se vendía un poco de todo; el local se orientaba hacia las antigüedades, típicas del barrio de San Telmo, pero no iba muy bien. Un buen día, el padre de Nacho comenzó a vender su colección de discos por necesidad y paulatinamente los discos fueron ocupando cada vez más espacio, hasta transformarse en una disquería.

Nacho trabaja allí desde los 15 años y hoy continúa con el negocio familiar. Eureka se especializa en vender ediciones de época, mayormente en vinilo: "Tenemos de todo, desde música clásica a hip hop. Pero apuntamos a ediciones de época abarcando muchísimos géneros y por la ubicación en San Telmo hace que se venda mucho el tango".

Como la mayoría de los disqueros, reconoce las dificultades para conseguir material nuevo editado en el país o vinilos de segunda mano, mientras que el material importado tiene altos costos y dificultades logísticas y burocráticas para llegar nuestro país. Sin embargo, Nacho es optimista





con el futuro del negocio. No ve internet como una amenaza, sino como un aliado que le permite informarse y buscar cosas nuevas, "luego, si me gusta, intento tenerlo en el formato vinilo. Esto puede repercutir a un sello, pero el vinilo como objeto no creo que se pueda cambiar fácilmente". De hecho, se utilizan plataformas de venta online para comercializar: "Vendo mucho tango a DJs que pasan música en milongas acá e incluso en Japón." ©



BONUS TRACK

AV. CORRIENTES 1246
GALERIA DEL ÓPTICO
LOC. 39
CENTRO



Instalada desde 1994 en la Galería del Óptico, Bonus Track está dirigida por Cacho y su socio, dos melómanos que comparten andanzas desde los años setenta, cuando recorrían Parque Rivadavia para comprar discos. "Con mi socio teníamos 15000 discos entre los dos. Dijimos: 'Che, ¿por qué no ponemos una disquería?', cuenta Cacho. Y en eso están aún hoy.

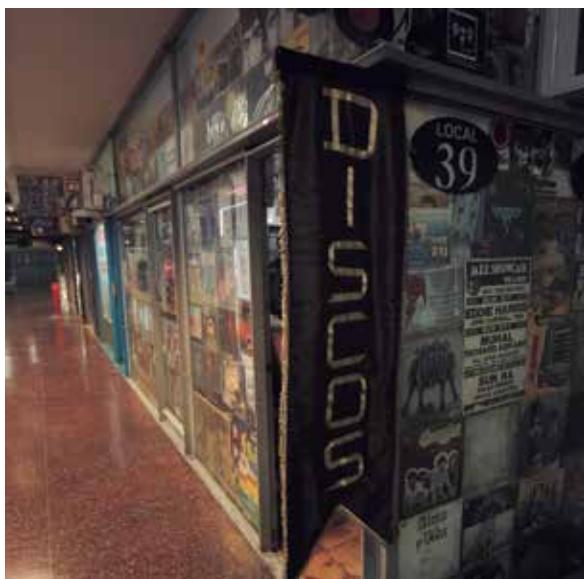
Compraban vinilos; muchos melómanos comenzaban a desprenderse de sus colecciones con los ojos puestos en la llegada del disco compacto. Eso les permitió tener un gran stock que acumulan en el local y otro tanto que tienen archivado, además de sus colecciones personales. Cacho trabaja en disquerías desde 1980 y solo la hiperinflación de fines de esa década lo obligó a trabajar de otras cosas, entre ellas taxista.

Bonus Track se especializa en rock y jazz. Entre sus clientes han pasado Ricardo Mollo, Roberto Pettinato, Lito Nebbia y Juanse. Recuerdan cuando los visitó el músico brasileño Ed Motta, gran coleccionista que tiene un





departamento en Brasil solo para sus discos, y se llevó del local una pila de vinilos que iba del piso hasta su cintura. Aunque viven de comprar colecciones y usados, recomiendan no desprenderse de los discos; más aún de aquellos adquiridos en los años de juventud. Cacho dice que esos discos "son como tu ADN, un registro de tu formación musical" ©





EL AGUJERITO

MAIPÚ 971
GALERIA DEL ESTE
LOC. 10
RETIRO



La historia de la disquería arranca en 1968, en otra locación y con un local de dos pisos en los que se repartían el jazz y el rock. En ese entonces el negocio contaba con varios empleados, entre ellos Daniel Nijensohn, que comienza a trabajar allí en 1978: "Siempre consumí música. La disquería era un trabajo ideal, al principio no cobraba sueldo, me lo llevaba en discos".

Hoy El Agujerito ocupa un local más pequeño que el de entonces en la Galería del Este y Daniel, que pasó de empleado a encargado, es dueño de la disquería junto a su socia Teresa. Básicamente es una disquería que mayormente cubre rock, jazz y música electrónica, pero se dedican a traer muchos discos por pedido, para satisfacer lo que piden los clientes.

Con 40 años en el negocio de los discos, Daniel nos contaba que antes de internet, "para comprar los discos tenías un libro, una gran guía, mirabas artista por artista, para conocer qué habían editado. Las novedades las





veías en un diario o por un fax que llegaba en un rollo de 35 páginas. Así que ahora aprovecho mucho la tecnología para investigar”.

Trabajar en una disquería y ser “un raro” era complicado durante la última dictadura, “tanto yo como el resto de los empleados no sabíamos si nos iban a detener afuera o si nos detenían acá. La vez más complicada fue cuando nos tiraron marihuana entre los discos unos policías y luego nos preguntaron: ‘¿De quién es esto?’. ‘Es tuyo, si lo acabás de tirar’, le dije”.



Si bien la disquería mantiene una clientela que viene al local a buscar sus discos y sus pedidos, Daniel como consumidor ya no recorre disquerías como antes, ahora busca en internet y descubre allí la música que escucha, que utiliza en su trabajo como DJ o encuentra las novedades que luego llegan a la tienda.

Entre sus clientes han pasado Adrián Dárgelos de Babasónicos, Daniel Melero y el Indio Solari, quien solía ir a la disquería con Poli a dejarle los primeros discos de Patricio Rey y sus Redonditos de Ricota para la venta. ©



EL COLECCIONISTA

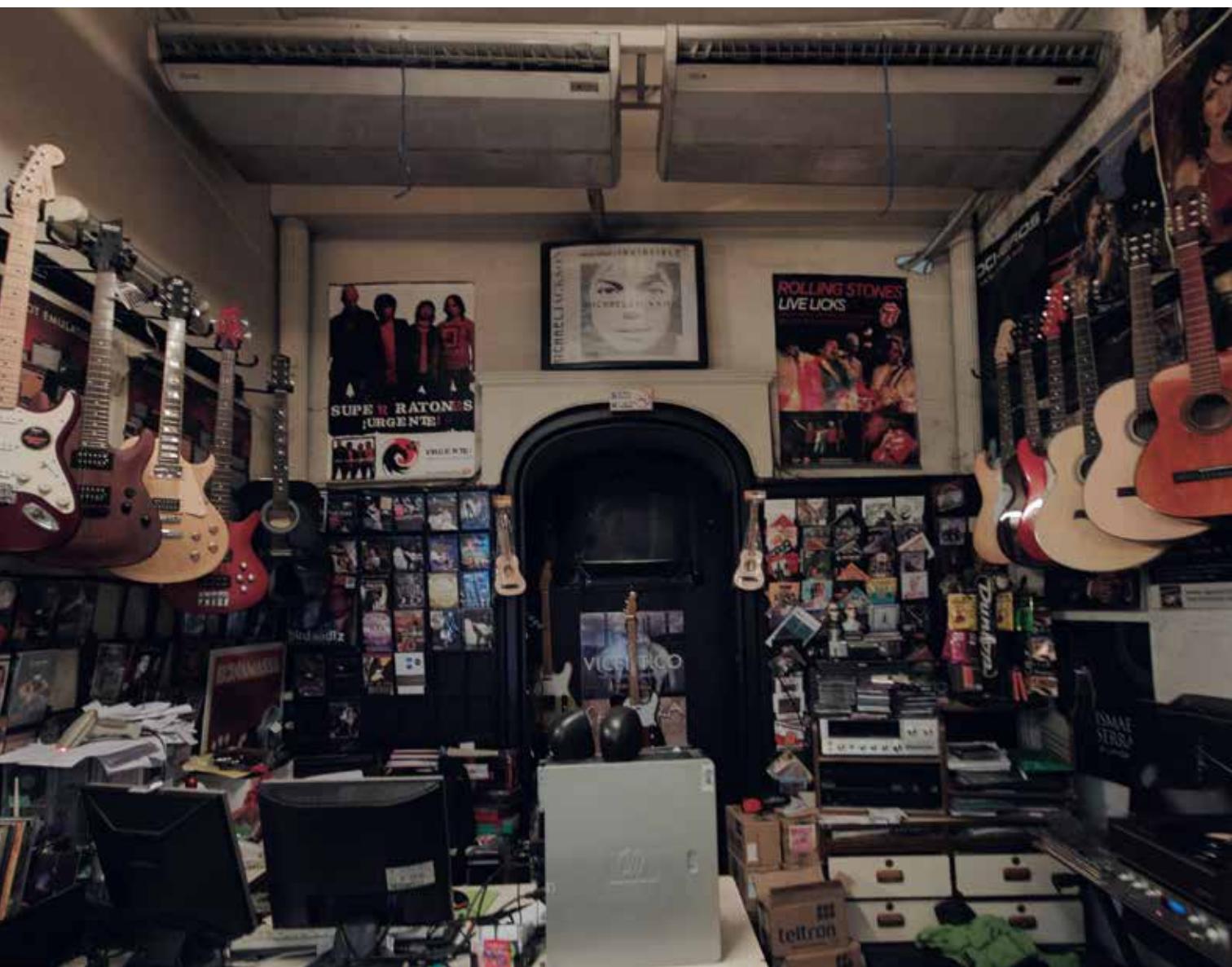
ESMERALDA 562
CENTRO

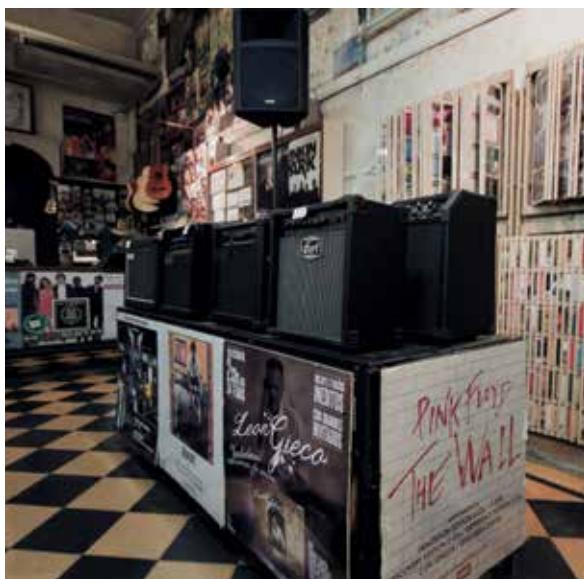


Corría el año 1950 y la economía mundial estaba aún golpeada por los efectos de la Segunda Guerra Mundial, de modo que la escasez de materia prima para fabricar discos hacía difícil conseguir novedades discográficas en Buenos Aires. Entonces, Don Humberto Angélica comienza a recorrer el interior del país en busca de discos para vender en la capital. Así nace Cambi-Disco, hoy llamada El Coleccionista y dirigida por Luis Alberto, yerno de Don Humberto.

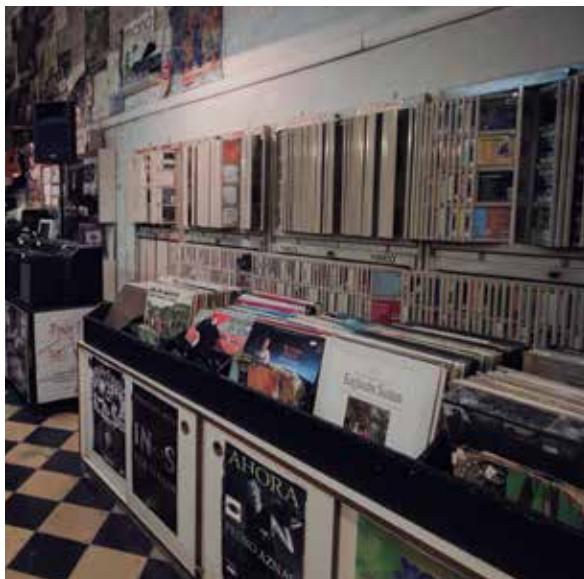
En la actualidad es una disquería especializada en discos de colección, todo aquello que no se encuentra en otros lugares en ediciones originales. Por Cambi-Disco/El Coleccionista pasaron varios de los más antiguos disqueros y melómanos de la ciudad. Entre ellos el locutor y programador musical Francisco "Mochín" Marafioti, el periodista Alfredo Rosso o Gillespie, el músico de jazz.

Cuenta Luis Alberto que los coleccionistas son personas muy especiales, algunos de ellos insisten en que no les separe las novedades que





llegan, ya que prefieren descubrirlas por ellos mismos, hurgando en las bateas. "En la época de Humberto al frente de la disquería, dos clientes discutieron por un disco que vieron al mismo tiempo, hasta que uno de los dos lo compró y lo rompió. Si no va a ser de ninguno de los dos, no será de nadie" ©



notorious log club CASIO

CALLAO 966

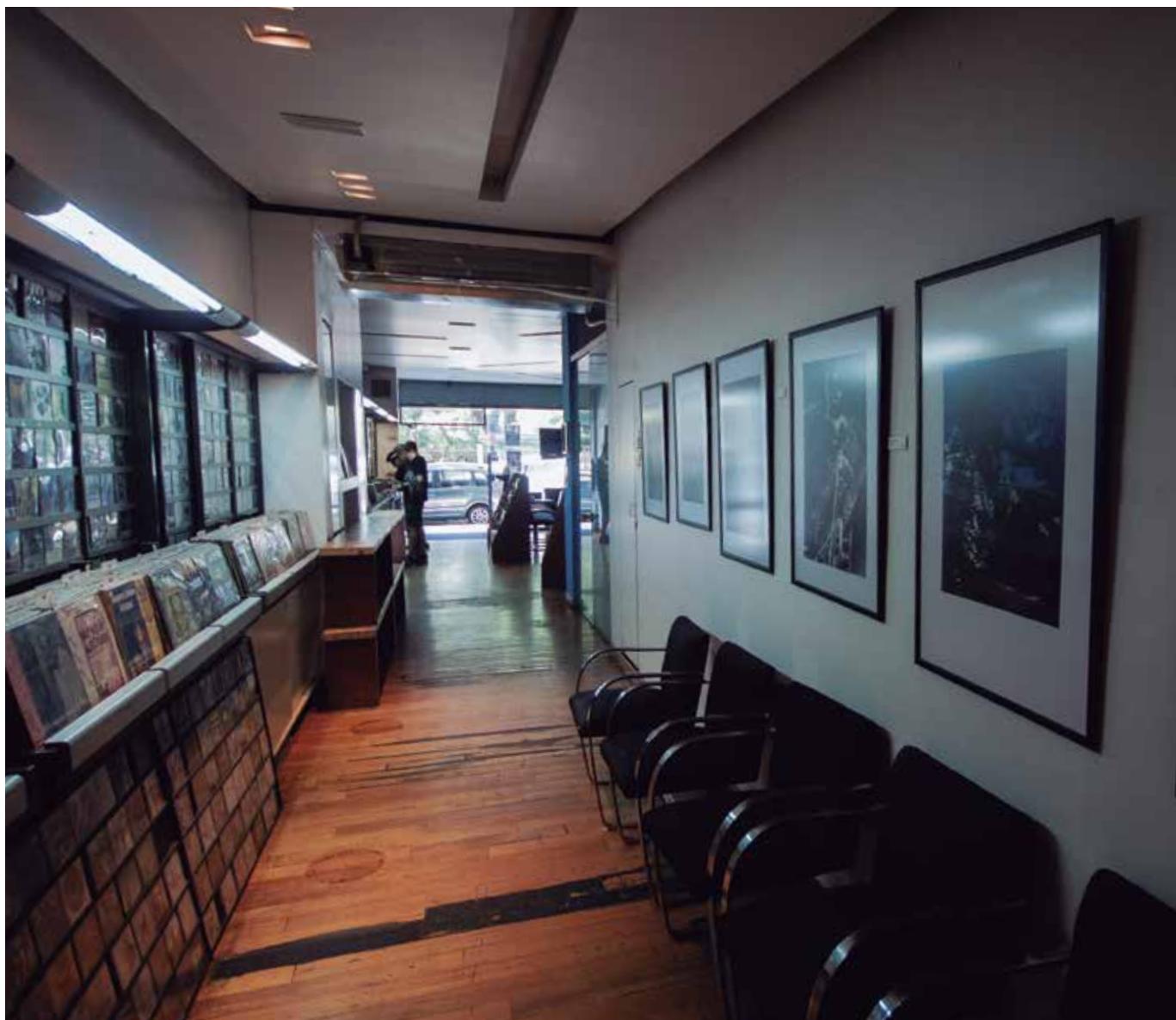
NOTORIUS

AV. CALLAO 966
RECOLETA



Inaugurada en 1998, Notorious fue innovadora en cuanto a su propuesta. Una disquería con un bar, en la que una consumición daba acceso a escuchar los discos mediante reproductores especialmente diseñados para el local. Hoy la disquería ocupa la parte de adelante del “Notorious, Club de Jazz & Restaurant”, un espacio de reputación para la música en vivo.

Desde 2011 la disquería es propiedad de Víctor Ponieman, quien es además director de Random Records. Así como el sello, la disquería también se especializa en música de Brasil, aunque incluye gran variedad de géneros y estilos. Víctor fue un músico profesional que agotado de realizar largas temporadas musicalizando shows de teatro, decidió incursionar en la grabación. Primero grababa sus propios trabajos, luego los de terceros, para más tarde pasar a la producción musical y finalmente cerrar el ciclo dedicándose a la edición discográfica. En ese derrotero llegó a grabar bandas como Hermética, Ataque 77 o Memphis La Blusera.





A principios de la década del 90 produjo, junto a Daniel Melero, a Los Brujos, Juana la Loca, Babasónicos, El Otro Yo y Peligrosos Gorriones, "pero como éramos los únicos detrás de esa nueva movida musical, decidimos vender Babasónicos a Sony, Juana la Loca a BMG y Peligrosos Gorriones a un sello de Daniel Grinbank". De esta manera se diversificaron las energías detrás de lo que ellos etiquetaron como "nuevo rock argentino".

Corrían los años de la convertibilidad, los discos importados inundaban el mercado y se vendían en gran cantidad de "cuevas" que se multiplicaban en las galerías de las avenidas de barrios como Belgrano, Recoleta o Flores. Pero las compañías grandes no llegaban a esas disquerías con sus discos. Entonces, Víctor, a

través de Random, abrió ese canal de distribución hacia las disquerías alternativas, donde comenzaron a distribuir los discos de música alternativa importada por los grandes sellos, junto con los del "Nuevo Rock Argentino".

Cuenta Víctor que un día en Notorious, "llega en moto un cliente junto a su pareja. Era ni más ni menos que el vicepresidente [Amado Boudou]. Sorprendidos de verlo en la disquería solo, le preguntamos dónde había quedado su custodia y él respondió que los había perdido, porque le resultaba pesado tenerlos todo el día siguiéndolo". Aquel día la Presidenta estaba de viaje, por lo que él era un presidente en funciones comprando discos en Notorious ©

