

Tesi. Els indicis són clars. Ja no són únicament els col·leccionistes empedreïts, que es passen les hores regirant cassetes atapeïdes en botigues especialitzades i fires. Ara, els joves que han crescut amb els *sotagots* (com els puristes del vinil anomenen els CD) i l'MP3 han descobert l'encant del plàstic que –apunten els qui en saben– experimenta una nova època daurada, tot i que no pas comparable en absolut a la de les dècades dels 60 i els 70. Això diu la web de l'espai radiofònic *Vinilo80*: “Viu una segona joventut, una mena de *revival* alimentat tant pels films com per la tasca subterrània de segells discogràfics que encara editen vinils en un mercat per a disc-jòqueis que prefereixen el vinil al CD.”

Un article aparegut a la revista nord-americana *Time* a principi d'enguany també assenyalava aquesta tendència: “Alguns dels nous fans són *baby boomers* nostàlgics de la seua joventut. Però la sorpresa i el delit de la indústria musical és que un nombre creixent dels qui formen la generació iPod també han començat a comprar tocadiscs (o a desempolsegat el del pare).” I afegia: “Com el retorn de les esportives Puma o les samarretes vintage, el ressorgiment del vinil s'ha beneficiat de l'aurèola *retro-rock*.”

Al Regne Unit, l'estiu passat el diari *The Guardian* aportava dades reveladores sobre un fenomen que, fa un parell d'anys, ningú no hauria pronosticat: “Les vendes dels vinils de set polzades van augmentar d'un 13% la primera meitat [de l'any 2007], amb *Icky Thump* dels White Stripes com a *best-seller*. Dos terços de tots els *singles* que es comercialitzen ara al Regne Unit són de set polzades.” La darrera fornada de bandes indie britàniques, amb Franz Ferdinand i Arctic Monkeys al capdavant, ja s'han apuntat al vinil. Ells, com els seus segells discogràfics, s'han adonat de seguida que editar els seus treballs també en vinil és *cool*.

Els grups de pes que ensumen de seguida on hi ha un bon negoci, com Depeche Mode o Metallica, no s'han pas fet pregar: aquests veterans de l'electrònica i del hard rock, respectivament, llancen els *remasters* en vinil. Però els grans visionaris van ser



‘Plastic passion’

Les descàrregues de música d'internet són les responsables de la decadència vertiginosa en què ha entrat el CD, que sembla que no sap sortir-ne. Però això no ha pas fet desaparèixer el vinil, relegat a l'oblit durant més d'una dècada, sinó que ha contribuït, d'alguna manera, a reviscolar-lo, perquè ha deixat moribund el seu format competidor.



Com més va, més creix l'afició als discos de vinil. A la imatge, interior de Devil Records, botiga especialitzada de València.

Pearl Jam, que l'any 1995, quan el poder del CD ja era gairebé omnímode, havent arraconat vinils i sobretot cassets, publicaren exclusivament en plàstic el seu *Vitalogy*, del qual pogueren col·locar 35.000 còpies.

Una anècdota, que va passar ara fa uns pocs mesos als Estats Units i que es va escampar pels mitjans de comunicació del país, serveix per a il·lustrar tot això que hem dit fins ara. La recollia el diari *El País* en un reportatge aparegut a final de juny: "Fa unes quantes setmanes, algú de la cadena de supermercats nord-americana Fred Meyer es va equivocar amb una comanda d'*Accelerate*, el darrer disc de REM. A l'albarà, en lloc de marcar la casella CD, ratllà la que correspo-

nia a la versió LP de vinil. En rebre'l, la majoria de les botigues decidiren de retornar-los, però aquells que se'l van quedar descobriren que es venia a més bon ritme que els CD. Arran d'això, la cadena va decidir de donar una oportunitat als seus establiments al vell plàstic negre: avui, a seixanta botigues de Fred Meyer es poden trobar àlbums de The Raconteurs, Bruce Springsteen o Radiohead i reedicions de Metallica o The Beatles. I hom comença a parlar d'un renaixement d'aquest format als EUA, la mare de tots els mercats."

Antitesi? Les descàrregues d'internet, el progressiu abandó del CD i la moderna bogeria pel vintage són al-

guns dels factors que permeten de parlar de la revifada del vinil. Però n'hi ha més; per exemple, els disc-jòqueis que en bona mesura han romàs fidels a aquest format. És el cas de Nacho Marco, un dels principals exponents de la música electrònica internacional que ha donat la ciutat de València. Posa discos des que tenia quinze anys, i sempre amb vinil. Tanmateix, té una actitud absolutament pessimista respecte a la suposada resurrecció del vinil: "Fa dos anys, quan vaig muntar el meu segell, Loudeast Records, el vinil estava en auge, i per això, i perquè per a mi el vinil és la ferramenta bàsica de treball, vaig decidir de publicar els meus treballs en aquest format i en forma de descàrrega per a internet." Ara, segons la seua opinió, les coses han canviat. "Les descàrregues d'internet, que han fet tant de mal al CD, també han afectat el vinil. Es nota un descens en les vendes. La gent, si pot pagar un euro, no en paga dotze", diu en referència a pàgines com iTunes, que han aconseguit que la gent pague un preu simbòlic per descarregar-se música legalment i amb més qualitat. També canvia la manera de posar música, perquè ja hi ha programes amb què pots convertir el senyal del vinil a MP3 o Wav i mesclar directament al portàtil. Ell mateix, que és consumidor habitual de música, confessa que cada vegada en compra menys de vinil i més descàrregues: "Tinc un pis petit i la veritat és que quan viatge els discos són un autèntic maldecap. Sempre acabe discutint amb els empleats del taulell de facturació perquè em deixen portar la maleta a la cabina, ja que és un objecte molt gormand i més d'una vegada me l'han oberta i me n'han furat discos."

Tanmateix, i malgrat ser tan realista, Nacho es manté ferm en la convicció de publicar discos en vinil, els seus treballs i els dels altres artistes del segell, i té una distribuïdora que garanteix que apleguen a totes les botigues especialitzades del món: "De tota manera, a la indústria de la música no es pot predir res. Sembla que tots els formats desapareixen, però qui sap si les noves generacions de disc-jòqueis no optaran pels discos de vinil. Tant de bo que a la gent li tire comprar vinils i així no es perda la botiga de discos,



Una equivocació en la comanda del darrer disc dels REM, *Accelerate*, va palesar que el ritme de vendes dels discos de vinil superava el de les vendes de CD. A la dreta, *Icky Thump*, de The White Stripes, un dels vinils més venuts l'any passat. A sota, el disc-jòquei Nacho Marco.

ni el costum d'anar-hi personalment, ni la forma d'art que implica la creació d'una portada. Tant de bo haja de rectificar això que he dit." Aquest mes veurà la llum el cinquè àlbum de Nacho, que assegura que continuarà editant en vinil fins que "em siga una despesa en lloc d'un guany".

Sintesi. Això vol dir que la passió pel vinil és merament hipotètica? Ni de bon tros; és una realitat, però que es fa palpable en uns altres estils musicals, com el rock o el punk, més que en l'electrònica, amb un caràcter sovint efímer. Ací entra en joc un altre factor decisiu en el retorn del vinil: el romanticisme de les bandes, el col·leccionisme i la nostàlgia dels melòmans, que "canten les cançons amb el salt de l'agulla incorporat", com diu Kiko Amat, editor del fanzine electrònic *La escuela moderna*, articulista del diari *La Vanguardia* i integrant del col·lectiu de disc-jòqueis Hungry Beat.

Gustavo Castañer ven vinils a través del web *Yonkidelrock.com*, però no viu d'això. Dels diners que en trau, nodreix la seua pròpia addicció: "Quan vaig a les fires, compre una maleta per a mi i una altra per a vendre. El que compre a la fira de Glasgow, ho veng a la de Barcelona i amb el que hi guanye, vaig a la de Londres...", explica. A través del seu negoci electrònic s'ha



adonat de l'amor renovat pel vinil: "A les fires sempre es ven molt perquè el públic és fidel i ací no es nota tant el canvi en el gust, però per internet és increïble què es pot arribar a col·locar. Els japonesos, sobretot, paguen tant com faça falta, sense regatejar, per discos de *rockabilly* espanyol com Los Rebeldes. Els tornen boigs!"

A l'estat espanyol, troba que predomina més el col·leccionisme que no

la compra d'àlbums de nova trunca: "S'hi edita en vinil, sobretot, música punk i hardcore, de discogràfiques independents. Els discos nous són importacions d'Amèrica o de països europeus". A més, la matèria primera s'ha de comprar a l'Europa de l'est, perquè ací les fàbriques escassegen i els preus no són competitius. Malgrat tot, el vinil ha demostrat més capacitat de resistència que no pas formats com

ara la casset o el CD. Gustavo subratlla que "el vinil ha agradat i agradarà sempre perquè no sols és música, sinó també art. Hi ha reedicions molt acurades, en 180 grams, amb color, llibret... El vinil mai no perd valor. Al mercat de segona mà, fins i tot, puja". Per això vendre'ls no és una qüestió urgent. "No es deterioren, ni tan sols els de segona mà. Molta gent els compra i els escolta només una vegada. Sovint són com quadres. Hi ha qui es compra quinze edicions del mateix àlbum només per rareses com ara que en lloc de posar-hi 'The Beatles', hi diu 'Los Beatles', com passa a les edicions argentines", explica Gustavo.

Coincideix amb Nacho Marco que el principal problema és la grandària. "Es un format casolà, no el pots dur a passejar com el CD o l'MP3 i no és recomanable de prestar-lo als col·legues, llevat que siguin de total confiança, perquè t'arrisques a no tornar-lo a veure mai més." I assenyala novament que l'efecte *vintage* ha repercutit positivament en la recuperació del vinil, perquè "ara tothom persegueix els objectes que eren moda quan érem petits. Col·leccionar vinils és com col·leccionar Scalextric o Cinexin. A sobre, amb la consolidació dels discjòqueis com a autèntics artistes, les botigues especialitzades s'han proveït de plats i agulles i més materials per a ells, que també són usuaris de vinil, cosa que ens beneficia a tots".

Aquesta opinió la comparteix Gonzalo Valle, que de fa temps que tenia un petit segell *underground* dedicat a produir maquetes de bandes punk i hardcore en casset i que ara prepara el canvi al plàstic. "L'*underground* sempre ha estat incondicional del vinil, potser pel romanticisme dels grups, que entenen el procés d'edició d'una única manera: primer el *single*, després l'LP i, naturalment, en vinil. Potser per a molts grups joves resulta més fàcil i barat el CD, però en aquest àmbit els grups han apostat sempre pel plàstic", afirma Gonzalo.

Passe la moda o es consolide, és ben evident que quedaran molts reduïdes d'on serà difícil d'eradicar el vinil. Com diu una oblidada joia dels inicis de The Cure, *it's a plastic passion*.

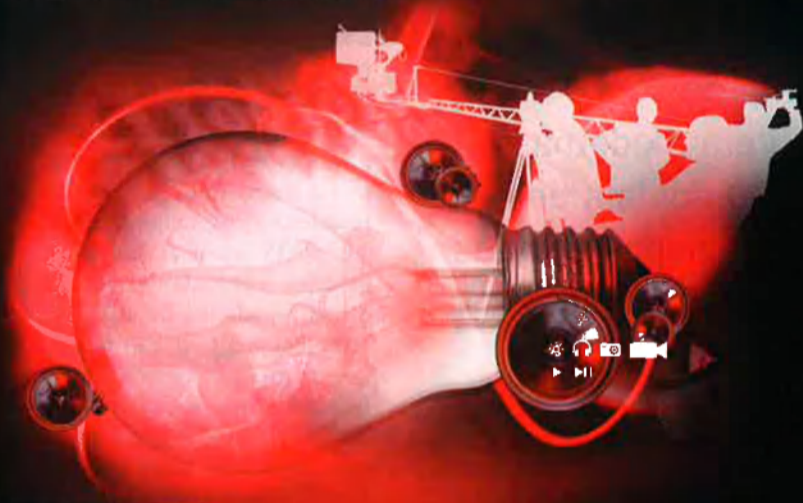
Cristina Simón

ALTA FORMACIÓ

EN ART I

TECNOLOGIA

SETEMBRE-DESEMBRE



catalunya

WORKSHOP MOBILE VIDEO
AUDIO I TÈCNiques DE CREACIÓ MUSICAL AMB PROTOOLS
EDICIÓ NO-LINEAL AMB AVID
CUBASE 4
PREMIERE + DVD ENCORE
DISSENY I TRACTAMENT DE PÀGINES WEB
CREACIÓ DE MÚSICA ELECTRÒNICA
EFECTES DIGITALS AMB AFTER EFFECTS
MESCLA I MASTERING DIGITAL
ESCRITURA EN TRES TEMPS
HARMONIA FUNCIONAL PER A CANTAUTORS

valència

ESCRITURA DRAMÀTICA. CREACIÓ DE PERSONATGES COMPLEXES
ENTRENAMENT AL PITCHING
MÈTODE COMPOSITIU. RIMANT HIP HOP
SEMINARI DE NOVES TECNOLOGIES APLICADES AL DESENVOLUPAMENT D'AUDIÈNCIES
III CICLE DE CLASSES MAGISTRALS DE COREOGRAFIA. Angels Margarit, Marta Carrasco, Monica Valenciano
SISTEMES D'EDICIÓ AVID XPRESS PRO
CUBASE SX
POSTPRODUCCIÓ DIGITAL I EFECTES VISUALS / AFTER EFFECTS
MESCLA I MASTERING DIGITAL
EDICIÓ D'AUDIO DIGITAL / PROTOOLS

www.artenetcata.es

www.fundacionautor.org



ARTEnet