

CARLOS VELÁZQUEZ
UN CLUB DE VINILOS

ROGELIO GARZA
IDLES

LUIGI AMARA
SOBRE EL AGUA EMBOTELLADA

NÚM. 347 SÁBADO 16.04.22

El Cultural

[Suplemento de **La Razón**]

ARTE CALLEJERO Y CULTURA POPULAR

EL CASO BANKSY

VEKA DUNCAN

DEL REGUETÓN A BAD BUNNY

DANIEL HERRERA • JAVIER IBARRA

LA HEMEROTECA DE MONSIVÁIS

MIGUEL ÁNGEL MORALES L.



Arte digital ▶ A partir de Banksy, *Cazadores de carritos de supermercado*, litografía, s/f. ▶ Fuente ▶ dillingersnewyork.com

Banksy



Óleos vandalizados,
Helicópteros,
óleo y spray
sobre tela, 2006.

Discriminar las expresiones del arte y la cultura popular es un recurso tan persistente como anacrónico. Pero los defensores del orden y los (pre)juicios establecidos encuentran una y otra vez propuestas que desbordan sus límites. En esta edición nos asomamos a tres modalidades que cuestionan las jerarquías al uso: vamos del arte callejero de Banksy al apogeo del reguetón, con su mutuo y descomunal éxito de mercado; hay además una visita a la bibliohemeroteca de Carlos Monsiváis, con énfasis en la colección de revistas y cómics que en su momento consolidaron también una popularidad a toda prueba. Comenzamos.

ARTE EN LA PARED:

EL CASO BANKSY

VEKA DUNCAN

@VekaDuncan

El pasado miércoles 2 de marzo, dos obras del artista urbano sumaron siete millones de libras en subasta. Ambas pertenecían a Robbie Williams, el cantante de pop británico y reconocido coleccionista de su controvertido coetáneo. La venta fue llevada a cabo a través de la casa de subastas Sotheby's, la cual comparte una larga historia con el grafitero Banksy y ha hecho resurgir la conversación en torno a la forma como valoramos las expresiones artísticas callejeras.

Desde que Sotheby's anunció la presencia del creador en la subasta Now



Niña con globo, spray sobre tela, 2003.

Evening, de marzo 2022, reconoció que se trataba de un hito importante, por un lado, al conjugar a dos iconos de la cultura popular británica y, por el otro, al tratarse de obras que representan momentos emblemáticos en la trayectoria de Banksy, con lo que además reflejan la intrincada relación entre su arte y su activismo político.

Una de esas imágenes emblemáticas es *Girl with Balloon* (*Niña con globo*), que alcanzó 2.8 millones de libras, cifra que no sorprende a la luz de su popularidad. No sólo es una de las imágenes más conocidas del siglo XXI, sino

DIRECTORIO

El Cultural
[Suplemento de La Razón]

Roberto Diego Ortega

Director

@sanquintin_plus

Julia Santibáñez

Editora

@JSantibanez00

Twitter:
@ElCulturalRazon

Facebook:
@ElCulturalLaRazon

CONSEJO EDITORIAL

Carmen Boullosa • Ana Clavel • Guillermo Fadanelli • Francisco Hinojosa • Fernando Iwasaki
Delia Juárez G. • Mónica Lavín • Eduardo Antonio Parra • Alberto Ruy Sánchez • Carlos Velázquez

Director General Editorial > Adrian Castillo Coordinador de diseño > Carlos Mora Diseño > Andrea Lanuza

Contáctenos: Conmutador: 52606001. Publicidad: 52500078. Suscripciones: 52500109. Para llamadas del interior: 018008366868. Diario La Razón de México. Nueva época, Año de publicación 12

que en una encuesta llevada a cabo en 2017 en el Reino Unido fue votada como la obra de arte británica más querida de la historia. Se trata de una niña en blanco y negro que echa a volar un globo rojo en forma de corazón. Apareció por primera vez en 2002 bajo el Puesto de Waterloo, en Londres. El artista la volvió a reproducir en 2004 en el barrio de Shoreditch, al este de la capital inglesa, zona famosa por su arte urbano. En 2003, a partir de la popularidad de la pieza, Banksy comenzó a vender impresiones firmadas y certificadas a través de su empresa de autenticación: Pest Control. La versión subastada y que perteneció a Williams está reproducida sobre una lámina de metal; se fechó en 2006.

Por su parte, *Vandalised Oils (Choppers)*, (*Óleos vandalizados, Helicópteros*), vendida en 4.4 millones de libras, es parte de una serie de copias de obras consideradas clásicas e intervenidas por Banksy utilizando grafiti. Formó parte de una colaboración con el Museo de Bristol, ciudad de la que Banksy es oriundo —una de las pocas certezas que tenemos cuando de su biografía se trata. El resultado fue la exposición de 2009 titulada *Banksy vs. Bristol Museum*, en la cual colocó cien piezas entre la colección permanente del recinto con su característico humor cargado de ironía y crítica social. Bajo la mirada del elusivo creador, todo en el museo, incluida la propia institución, se volvía un absurdo. Esta pieza subastada la produjo en 2005 y muestra dos helicópteros pintados con aerosol sobrevolando una idílica escena campestre; es del pintor barroco franco-italiano Claudio de Lorena. De acuerdo con el sitio de Sotheby's, la imagen refleja el activismo de Banksy contra la guerra de Irak y está inspirada en la película *Apocalypse Now*.

DEL AEROSOL AL MARTILLO

Ésta no es la primera vez que la obra de Banksy pasa por el martillo. Varios *óleos vandalizados* que realizó para la muestra de Bristol han sido vendidos por cuantiosas sumas a lo largo de los años, en las casas de subasta más prestigiosas del mundo. *Subject to Availability (Sujeto a disponibilidad)* es uno de ellos, subastado en 2021 por Christie's. En él, la intervención de un

Fuente > phillips.com



Rembrandt, acrílico sobre tela, detalle, 2009.



Parlamento empeorado, óleo sobre tela, 2009.

Foto > Gatto Celiaco / commons.wikimedia.org

“UN PRETEXTO UTILIZADO PARA DEVALUAR EL TRABAJO DE ARTISTAS URBANOS ES QUE SE BASA EN EL MÉTODO DEL STENCIL O ESTARCIDO. AL SER UN MÉTODO DE REPRODUCCIÓN FÁCIL, FRECUENTEMENTE CREADO A PARTIR DE FOTOGRAFÍAS, ALGUNOS CREEN QUE NO PRODUCE UN ARTE SERIO”.

pacífico paisaje pintado por Albert Bierstadt en 1890 llama nuestra atención a los efectos del cambio climático al agregarle la leyenda “Sujeto a disponibilidad por tiempo limitado”. Otros casos de *Vandalised Oils* subastados son *Devolved Parliament* (puede traducirse como *Parlamento empeorado*): la imagen muestra al Parlamento británico tomado por simios y en 2009 alcanzó la cifra de 9.9 millones de libras en una subasta de Sotheby's, además del famoso *Autoretrato a la edad de 63 años* de Rembrandt, al que Banksy le pintó ojos, también para la exposición de 2009, y que en 2014 se vendió por poco menos de 400 mil libras en la casa de subastas Phillips. Sin embargo, la subasta más memorable de Banksy sucedió en 2018 cuando precisamente otra reproducción de su entrañable *Niña con globo* se autodestruyó al momento en que sonó el martillazo final. La imagen hecha trizas de la niña y su globo dio la vuelta al mundo y dejó más de una ceja arqueada. Inmediatamente, el autor subió un video a sus redes sociales mostrando el proceso de instalación de una pequeña trituradora dentro del marco, asegurando que lo hizo para activarlo en caso de que fuera subastada.

A raíz de lo que muchos percibieron como otra más de sus artimañas, en la opinión pública se volvió a desestimar el talento y la legitimidad de Banksy, e incluso de todos los artistas urbanos. Se repitió entonces la añeja noción de que su obra no sigue los cánones de lo que supuestamente debe ser *Arte*. Esas posturas lo único que demuestran es un profundo desconocimiento del tema.

Un pretexto que es utilizado a menudo para devaluar el trabajo de artistas urbanos, y en particular el de Banksy, es que se basa en el método del *stencil* o estarcido. Al ser un método de reproducción fácil, frecuentemente creado a partir de fotografías, algunos piensan que no produce un arte serio, pues carece de lo que consideran suficiente calidad técnica o maestría formal. Sin embargo, el estarcido es probablemente la técnica más antigua en la historia del arte. Desde que los humanos prehistóricos posaron sus manos sobre los muros de una cueva para inmortalizar su huella, lo que hicieron fue un estarcido. En el caso particular de Banksy, es considerado una de las figuras que revivió esta técnica ancestral en el contexto del arte urbano británico.



Punk anarquista y mamá, técnica desconocida, original extraviado, 2009.

Fuente > banksyexplained.com

Fuente > mocomuseum.com



Policías besándose, mural, detalle, Brighton, 2005.

Fuente > banksyexplained.com



Compradora feliz, resina acrílica sobre chapa de abedul, 2009.

¿ARTE CON MAYÚSCULA?

Otra crítica fácil que se le hace al grafitero es que al usar *copias* (imágenes de otros artistas o tomadas por fotógrafos) pierde originalidad y, por lo tanto, sus piezas pierden valor como obras de *Arte*. Sin embargo, las citas siempre han estado presentes en la historia de las artes y existen numerosos ejemplos de *grandes maestros* para demostrarlo. Quizá el caso más famoso es el de Marcel Duchamp, antecedente directo de Banksy, quien en 1919 intervino una reproducción de la famosa *Mona Lisa*, de Da Vinci, con bigote y las siglas L.H.O.O.Q, que en francés parecen decir "Ella tiene el culo caliente". Más allá de la desacralización del arte que Banksy toma prestada del dadaísta, el uso de técnicas de reproducción fotográfica también tiene una larga tradición y la vemos desde los lienzos de Johannes Vermeer, trazados gracias al uso de una cámara oscura (primer antecedente de la cámara fotográfica), hasta los murales de David Alfaro Siqueiros, muchos basados en copias de fotografías.

En el rechazo a la obra de Banksy aparece también a menudo la noción de que existe un *Arte* con A mayúscula, una idea ya muy superada. Quizá la forma más sencilla de resumirlo la ofreció José Jiménez cuando declaró en su clásico *Teoría del arte* que "el

"CON LOS ÓLEOS VANDALIZADOS Y LAS INTERVENCIONES EN EL MUSEO DE BRISTOL, BANKSY PUSO DE CABEZA EL CONCEPTO MISMO DE MUSEO".

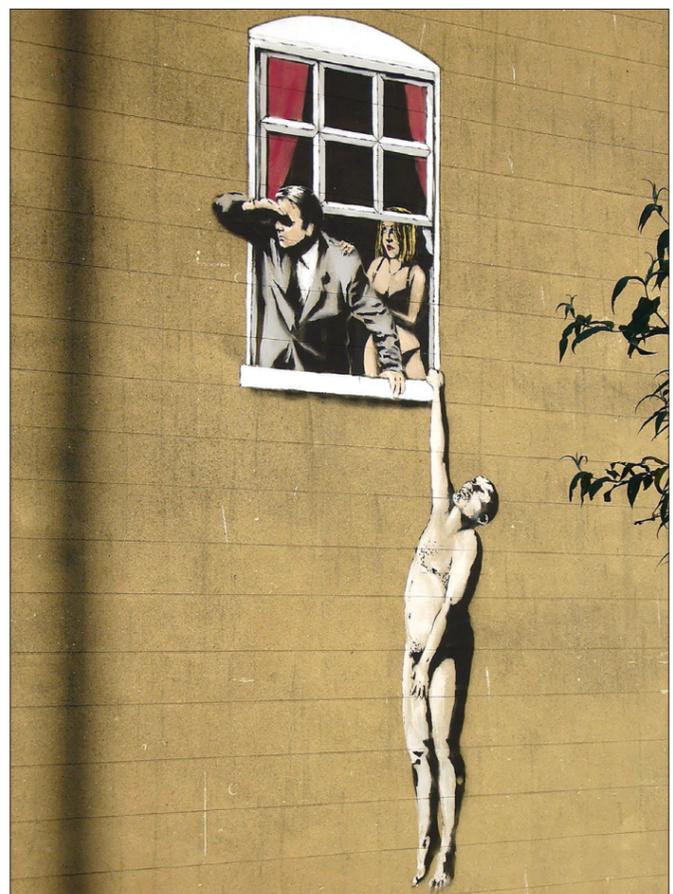
arte es todo lo que los hombres llaman arte". Dicho de otra forma, a lo que se refiere el filósofo español es que el momento en el que una institución del sistema de arte valida algo como arte, podemos afirmar que lo es. Este criterio aplica muy claramente al caso de Banksy, pues en el momento en el que una casa de subastas como Sotheby's o un museo como el de Bristol venden y exhiben su trabajo lo convierten de inmediato en una obra de arte.

Más importante aún, a través de estas acciones, que podrían ser llamadas *tácticas de guerrilla artística*, Banksy logra subvertir el sistema desde dentro. Lo mismo sucedió en aquella exposición en el Bristol Museum en la que modificaba constantemente las piezas irrumpiendo en el museo de noche —se dice que de modo ilegal, aunque es poco probable—, para hacer nuevas intervenciones sobre las mismas o cambiar su ubicación dentro de las salas. En términos de *marketing* fue una estrategia genial, pues causaba un revuelo constante que mantenía al público enganchado, alcanzando alrededor de 300 mil visitas. En parte, el éxito publicitario se dio gracias a que generaba expectativa sobre la posibilidad de que el anónimo artista fuera desenmascarado por el personal de seguridad del museo.

Además de reafirmar su talento para posicionar su propia marca, lo que

Banksy en realidad demostró es que pocos entienden mejor que él la historia y, sobre todo, el mercado del arte. Con los *óleos vandalizados* y las constantes intervenciones a su propia exposición en el Museo de Bristol, Banksy puso de cabeza el concepto mismo de museo, pitorreándose de la noción de que se trata de un espacio que construye discursos inamovibles sobre el arte y donde todo objeto que pasa por su puerta queda inmediatamente preservado tal y como está, congelado en el tiempo para la eternidad. A la vez, sus acciones supusieron un cuestionamiento a la figura casi autoritaria del curador como quien define unánimemente el recorrido del público y el diálogo entre las obras expuestas. En este sentido, cada detalle de las obras, incluido el marco en su clásico estilo de suntuosa decoración dorada, es un *statement* sobre la historia del arte. No sorprende que esta sacudida al *statu quo* del sistema artístico no sea bien recibida por todos sus actores.

En el caso de las subastas, la acción casi performática de 2018 fue más que sólo una protesta al mercado del arte; de nuevo, con su característico sentido de la ironía, Banksy supo crear una nueva obra y capitalizar los absurdos del mercado a la vez que los señalaba. La pieza destruida dejó de llamarse *Niña con globo* para cobrar una nueva identidad bajo el título *Love Is In The Bin* (*El amor está en el basurero*). Y no sólo eso, también logró que Sotheby's la reconociera como la primera obra en ser producida durante una subasta. Con ello, su nombre jamás podrá ser borrado de la historia del arte. Para cerrar con broche de oro, en octubre 2021 se puso nuevamente en venta —sí, la pieza ya destruida—, y del millón de libras que le costó originalmente



Amante en la ventana, mural, Park Street, Bristol, 2006.

Fuente > sayu.eiklablog.net

Fuente > banksyexplained.com



Turista gordo y carreta, técnica desconocida, original extraviado, 2009.

“LA PRESENCIA DE BANKSY EN SUBASTAS TRAE A LA MESA CUESTIONAMIENTOS SOBRE LA PERTENENCIA EN RELACIÓN CON EL ARTE URBANO. EN ESTE DEBATE, LA OBRA DEL BRITÁNICO HA JUGADO UN PAPEL CENTRAL POR TRATARSE DE UNA FIGURA CODICIADA EN LAS CALLES Y EL COLECCIONISMO”.

a la coleccionista subió a 18.5 millones, creando un nuevo récord para el artista. Difícilmente podemos negar que se trate de la mejor crítica a la burbuja del mercado del arte, hecha desde las entrañas de la misma.

¿DE QUIÉN ES EL ARTE URBANO?

La presencia de Banksy en subastas trae a la mesa cuestionamientos complejos sobre la propiedad y la pertenencia en relación con el arte urbano. En este debate, la obra del británico ha jugado un papel central por tratarse de una figura tan reconocida y codiciada, en las calles y en el coleccionismo privado.

A lo largo de los años se ha visto incluso la venta y el traslado de los muros sobre los que ha vertido su aerosol a lo largo y ancho de la isla británica. Tan sólo en lo que va del 2022 hemos visto dos casos que han generado un buen número de críticas. El primero en ser reportado en este año fue el de un local en Lowestoft, en el condado inglés de Suffolk. En enero, un mural pintado por Banksy y que representa a un niño sosteniendo una barra de hierro fue removido. Al poco tiempo, la casa de subastas Julien's Auctions, en California, informó que la venta iba a correr a su cargo, pero finalmente fue vendido de manera directa por el dueño, es decir, el propietario del local. Las autoridades del condado comentaron que esperaban que el mural pudiera quedar a la vista del público, al haberse convertido en sitio de interés tanto para vecinos como visitantes, pero aseguraron que

no pudieron interceder al tratarse de propiedad privada.

La misma historia se repitió este febrero en Port Talbot, Gales, cuando un mural de Banksy fue adquirido por un marchante de arte de nombre John Brandler. La pieza representaba la contaminación ambiental de aquella zona industrial a través de la imagen de un niño que a primera vista pareciera estar jugando con copos de nieve, pero en realidad resultan ser cenizas de un bote en llamas. La comunidad reclamó por la remoción del mural al considerar que Banksy la había creado específicamente para su ciudad y, por lo tanto, ahí debía permanecer, sobre todo porque desde que apareció en 2018 se habían tomado medidas para protegerlo, por ejemplo, con la instalación de un acrílico que impidiera que el grafiti fuera vandalizado tras el intento de un hombre



El amor está en el basurero, en la trituradora, 2018.

por destruirlo en enero. Este hecho fue utilizado por Brandler como justificación suficiente para su traslado, no sin antes intentar negociar un pago por el préstamo a la ciudad para mantenerlo en su sitio.

La última noticia de este caso es que el comprador ha entablado pláticas con otra ciudad para construir un museo en torno al mural. Los pobladores de Port Talbot lamentaron la decisión final pues la pieza de Banksy se había convertido ya en un punto de reunión para aficionados del arte urbano de toda la zona, generando incluso su propio turismo y detonando estrategias para la creación y apreciación del arte urbano, como el proyecto Art Walk, el cual guía al público por un recorrido por los murales más destacados de la ciudad. Aun sin el Banksy, lo que su obra desató quedará para siempre como un legado a Port Talbot.

LA PROPIEDAD, EN SU CONTRA

Lo que estas reacciones demuestran es que el arte urbano es, fundamentalmente, de las ciudades y, por extensión, de los ciudadanos. Desde que Banksy alcanzó notoriedad a inicios de los 2000, la sorpresa que causan sus obras es casi de inmediato sucedida por un enorme sentido de orgullo por parte de los habitantes de las ciudades y los barrios que el artista elige como escenario de sus estarcidos. Es decir que quienes transitan cotidianamente por las calles que el grafitero interviene se apropian de ellas y, a la par, las integran al paisaje urbano.

A la lucha por la propiedad física del arte urbano, para ese creador se ha abierto otro frente: la propiedad intelectual. En años recientes, el artista ha protagonizado una pugna con una empresa de tarjetas y postales que está reproduciendo su pieza *Laugh Now (Ríete ahora)* en diversos productos. En mayo de 2021, la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) falló en contra del artista en un giro ciertamente irónico pero, en este caso, accidental. Entre sus argumentos tomaron los propios dichos y las acciones de Banksy, quien en ocasiones anteriores había asegurado que el "copyright es para perdedores" y, buscando la complicidad de su público, les había invitado a fotografiar o descargar los estarcidos de su propia página para reproducirlos.

Asimismo, el anonimato que insiste en mantener jugó en su contra en este caso, a pesar de que su empresa Pest Control es la legítima autenticadora de su obra. La decisión de la EUIPO podría significar un fuerte golpe a sus derechos de autor más allá de esta sola imagen y, por extensión, impactar a todo aquel que haga de la calle su lienzo.

Habrán quienes piensen que la obra de Banksy es una tomadura de pelo, otros que realmente intenten asomarse al espejo que nos pone en frente, pero más allá de opiniones personales, su fama hace que las noticias que genera todo lo que lleve su sello nos permitan entender el pulso del arte urbano y el sinuoso camino que transita hacia el reconocimiento tanto del público como de las instituciones. ■

En este número de **El Cultural** ofrecemos dos visiones contrastantes sobre el ritmo de moda, que suena en plataformas alrededor del mundo. En el primer caso, el escritor y músico Daniel Herrera revisa de qué modo el reguetón surgió —igual que la cumbia, el jazz, el rock, el hip-hop, el tango— como una expresión libertaria entre clases vulnerables; nacido en el Caribe, sus letras se enfocaban en violencia y sexo. Luego fue adaptado por la industria musical que sólo busca aumentar las ventas y su fuerza telúrica se diluyó.

QUÉ LEJOS QUEDÓ EL BARRIO: EL REGUETÓN

DANIEL HERRERA
@puratolvanera

Es extraño lo que voy a afirmar, pero lo más elemental que mueve a la música es la destrucción y el sexo. Antes de los hits, el mercado y las drogas, lo que quieren escribir los compositores son canciones que perduren. Y esto se puede hacer sólo de dos maneras: cantándole al odio o cantándole al amor. O para ser más exactos: cantándole a la destrucción o al sexo.

DOS CARAS DE UNA MONEDA

Es extraño porque la música suele correr hacia la vida, expresa una preocupación por enunciar lo que nos acontece. Y aunque sin duda se vive mejor cuando hay alguien creando frente a nosotros, incluso en grabaciones es posible experimentar ese empuje vital que provee. ¿Cómo es posible que la destrucción sea fundamental para crear un arte lleno de vitalidad? La respuesta no es sencilla, implica explorar las emociones más ocultas. La meta es conectar con la mayor cantidad de escuchas; a veces, la música permite mover masivamente al público por un mismo camino.

Casi siempre, por lo menos en la escena popular, ese camino lo trazan quienes escriben canciones subversivas, creadas para satisfacer una sensación humana vital: el sentido de pertenencia. En el fondo, no es tanto que el público escuche la música, sino que también la canta. Desde las melodías más elementales en el trabajo rural hasta un estadio coreando las canciones de moda, al final no se trata del cantante o los músicos, sino de todos nosotros: el público se vuelve parte de la melodía.

Esta forma de ver el tema me ha llevado a alejarme del virtuosismo absoluto, pero también de lo masivo. Por un lado, el virtuosismo equivale a matemáticas puras. La música debería comunicar algo, no sólo demostrar qué tan rápido es alguien tocando. Por el otro, la masificación de un género me dice que ha sido aceptado por la industria dominante y no estoy ante una creación

auténtica, sino ante un producto de supermercado que satisface necesidades superficiales.

Dejo muy en claro que amo el pop, lo consumo como papas a la francesa, pero si se trata de encontrar un significado a los sonidos, si se trata de conectar con la creación artística, el pop no me da la respuesta, o casi nunca lo hace. Ante la música que alcanza multitudes sin necesitar de la enorme maquinaria de la industria no puedo más que sentir respeto. Esos músicos, grupos e intérpretes casi siempre hacen el trabajo más antiguo: viajar de ciudad en ciudad para mostrar lo que crean. Tal vez no alcancen lugares en el Billboard y quizá no sean los más escuchados en las plataformas, pero su autenticidad es innegable y alcanzan a una cantidad de gente que puede pagar un boleto para ser parte de una comunión musical.

COMPRAR LA AUTENTICIDAD

La historia se repite siempre: un grupo de personas de cierta clase social poco acomodada hacen cierto tipo de música en alguna comunidad. Ésta representa lo que sienten y piensan de su contexto particular. Hablan, cantan y escriben desde la subjetividad,

pero dan voz a lo que miles piensan en otros lugares. Su música, casi siempre, está cargada de sexualidad y violencia. Por un lado, cuando la vida es una sucesión interminable de desgracias, poco se puede hacer más que cantar al amor y al sexo. Los bailes que acompañan la música representan esto. Las parejas se aprietan y bailan simulando el acto sexual.

En otro sentido, las letras pueden expresar las irresistibles ganas por destruir aquello que los oprime o, también, una queja vital sobre las injusticias recibidas. El arte como una moneda con dos caras distintas, aunque similares: sexo y violencia.

Al principio, claro, las fuerzas dominantes querrán prohibir el nuevo género. Los intentos por sabotear el nacimiento de esa forma de expresión irán desde mirarla con desprecio hasta erradicarla. Todo fallará. Cuando una forma musical aparece y satisface a miles de escuchas, se convierte en parte importante de la fiesta. Entonces es probable que subsista. Después de algún tiempo, el mercado la adopta, la convierte en ventas. Entonces viene la masificación. Los discursos sexuales o violentos se suavizan y los exponentes principales desaparecen, para dar paso a otros más atractivos para el gran público. Estos nuevos exponentes representan correctamente los valores que la industria necesita exponer. Esta estructura puede cambiar un poco dependiendo del momento histórico, pero es casi un manual de cómo adaptar y adoptar un género subversivo al mercado y las estructuras dominantes.

Se puede hacer un recuento rápido para confirmar lo que digo, desde siglos atrás con la cumbia, pasando por el jazz, el rock, el son, el hip-hop y el tango hasta el reguetón. Los géneros que tienen una expresión de libertad en la semilla fueron apropiados por el mercado. Eso convierte una expresión original y honesta en un producto deslactosado, bien moldeado para satisfacer los gustos de una masa consumidora que

“LOS DISCURSOS SEXUALES
O VIOLENTOS SE SUAVIZAN Y
LOS EXPONENTES PRINCIPALES
DESAPARECEN, PARA DAR PASO A OTROS
MÁS ATRACTIVOS PARA EL PÚBLICO”.



Fuente > starsworldproduction.com

tiene los recursos para sostener la novedad por tiempo indeterminado. La mesa está servida y los creadores de este nuevo producto defenderán con uñas y dientes su lugar, porque de algo se debe vivir. Las migajas que caigan de esa mesa serán para los arribistas que no lo lograron y para algunos artistas que se mantienen fieles a cierta forma de creación, aunque también necesitan sobrevivir. El arte tiene lugar para todos, la industria no. El consumo más sencillo, por supuesto, es el que nos entrega el mercado porque no requiere más que prender la radio o abrir Spotify: aparece de inmediato en la pantalla. Cualquier cosa más allá implica cierto esfuerzo y para eso hemos inventado todo esto, ¿no?

EL REGUETÓN NO ES SUBVERSIVO

A principios de marzo, el rapero y reguetonero René Pérez Joglar, mejor conocido como Residente, dedicó más de ocho minutos de violenta humillación verbal en una canción subida a YouTube al otro representante del género urbano: J Balvin. El asunto fue un pequeño escándalo entre quienes seguimos la música pero, sobre todo, entre quienes aman el reguetón. El motivo de este discurso viene de tiempo atrás. Hay entre los dos personajes un altercado que ya suma varios meses, en donde el primero ha demostrado su desprecio hacia el segundo por algo que entiendo así: Balvin es un fanfarrón.

Detrás de todo este chisme superficial encuentro la semilla del problema del reguetón: ya nunca será el género que nació en las calles de San Juan, en Puerto Rico. La pelea entre quién es real y quién es presuntuoso pareciera nueva y fundamental para muchos, pero entre quienes conocen del género hubo algo que se rompió cuando fue adoptado por el pop y se convirtió en el gran éxito latino que llega a todo el mundo.

Bad Bunny es el último representante de este dilema. Su fama lo ha transformado en el cantante más escuchado en todas las plataformas. Su inclusión en ellas garantiza ventas. No es necesario siquiera teclear su nombre en el buscador, antes aparecerá ahí, a la mano. Pero no es el único, antes de él estuvieron el mismo Balvin, Daddy Yankee, Rosalía, Karol G, Calle 13 y una lista no tan extensa de personajes que siguen ambicionando regresar a la cima. Estos compositores, cantantes (es un decir) y músicos encontraron en el género de moda una forma de vida. El asunto es que esta fuente de riqueza es tan efímera que resulta obvio el esfuerzo que deben hacer por mantenerse en la ola.

A esto debe agregarse que el hit del verano puede ser destronado por el hit del otoño o incluso por el otro hit del mismo verano. Las canciones que suenan dentro y fuera de la pista de baile se devoran entre ellas a la misma velocidad que los memes nacen y mueren en las redes. La lucha por el siguiente éxito es interminable y todos buscan un pedazo del pastel. Incluso quienes nacieron creando canciones



Daddy Yankee y Bad Bunny en el video de "Vuelve".

Fuente: cibercuba.com

“ESTE GÉNERO ES EL MEJOR EJEMPLO DE CAPITALISMO MUSICAL. FRENTE A ESTO NO ESTÁ DE MÁS PREGUNTARNOS QUIÉNES SE QUEDARON EN EL CAMINO”.

pop deciden participar en el género de moda. Así, ya casi viejas figuras del pop latino como Shakira o Ricky Martin aparecen con jóvenes reguetoneros o de plano graban versiones que pasan rápidamente por las pistas de baile y son sustituidas en semanas por nuevos éxitos.

Este género es el mejor ejemplo de capitalismo musical. Frente a esto no está de más preguntarnos quiénes se quedaron en el camino. ¿Cuáles fueron los representantes de este estilo o algún otro que no lograron despegar? Porque para que alguien llegue a la cima, necesariamente otros se murieron en la base de la pirámide.

EL CASO DE UN CONEJO MALO

Quien hoy representa mejor el género es Benito Antonio Martínez Ocasio, conocido como Bad Bunny. El reguetonero —me niego a llamarlo cantante porque primero necesitaría afinarse un poco, y una cosa más: ¿por qué en este género los hombres no se afinan y para las mujeres es fundamental hacerlo? ¿Por qué a Rosalía se le exige tanto pero a Balvin no?— en fin, decía que Bad Bunny es la cabeza más visible de un estilo que se alimenta de todo. Así, su música no es sólo reguetón, sino que su productor, ya sea Manuel Lara o Ronny J o DJ Omar, cualquiera de ellos, mete una mezcla de géneros en la licuadora y sale una fórmula de éxito asegurado. Por esto no es posible llamar a su música solamente reguetón.

En ese aspecto Bad Bunny ha roto algunas reglas. También decidió presentar álbumes enteros, hasta cierto punto conceptuales. Esto va contra las nuevas reglas del mercado: los sencillos son lo que vende. En un mundo de plataformas dominan las canciones que van a directo a las *playlists*. Desde una revisión rápida, parecería que Bad Bunny fue contra los dictados comerciales y presentó, como antes, álbumes.

En un acercamiento más profundo, queda claro que esta opción se le permite porque el puertorriqueño ha seguido al pie de la letra las demás indicaciones para un artista pop. La

primera es no demostrar complejidad al crear letras. Bad Bunny está lejos de ser un MC al estilo del hip-hop. Sus letras son elementales y descansan en ideas tan complejas como “te quiero a ti”. No muestra en ningún momento habilidad especial con su *flow* ni parece buscar alguna manera de hacer crítica social. Representa bien el reguetón adaptado por el pop: letras sencillas para corear en la pista de baile.

Por otro lado, igual que J Balvin, Bad Bunny le da un énfasis especial a todo aquello que rodea la música pero no es música. Esto sucede desde que MTV apareció, pero aquí es explotado hasta el hartazgo. Tampoco es el único que lo hace, por supuesto. El pop se ha manejado así desde los ochenta y seguirá siendo de esta forma hasta el fin de la humanidad. La cuestión con él es que parece tan enfocado en la imagen para hacernos olvidar que no estamos ante un artista sino ante un vendedor.

Hoy la maquinaria está aceitada a la perfección y produce tanto dinero que el futuro parece poco importante. Pero el circo necesariamente tendrá que cerrar, la ilusión va a desaparecer y al final nos quedará un tipo que usó Auto-Tune y supo vender una imagen acorde a los valores morales imperantes. Tal vez por eso aparece en series y películas.

EL FINAL DE UN REGUETONERO

Mientras escribo estas líneas me entero de que Ramón Luis Ayala Rodríguez, mucho mejor conocido como Daddy Yankee, ha decidido retirarse. Después de un nuevo álbum y una gira por América de esas que parecen interminables soltará el micrófono para dedicarse a lo que sea, porque supongo que será un poco más rico para entonces. Hace unas semanas Farruko, justo en el escenario, decidió confesar que se convirtió al cristianismo. No es el único, integra una lista que cuenta con personajes como El General, Vico C o Don Omar. Será que Daddy Yankee está cansado de luchar por un espacio en el mercado. Debe ser agotador pelear por el primer lugar todo el tiempo. Tiene 45 años y es un anciano del reguetón, debe retirarse.

Entendemos, pues, que éste es el género más adaptable del mundo, además del que más vende. No es música subversiva ni revolucionaria. Por un lado, su sonido ultraprocesado sirve incluso como melodía de fondo y el gran público no se siente agredido o molesto cuando la oye en el supermercado. Pero también es la música que cumple mejor las exigencias del consumo masivo. Pensar que el reguetón va a cambiar el mundo porque un par de sus representantes participaron en el Verano del 19 en Puerto Rico es no comprender que el mercado hizo correctamente su trabajo y vemos la música justo como quieren que la veamos: limitada, repetitiva, infantil y desechable. Es comida rápida para los oídos y la producción no puede parar. Lejos quedaron los versos que hablaban de la vida real. Lo único real es la caja registradora haciendo *k-ching*. ■

En opinión del cronista Javier Ibarra, Bad Bunny —nombre artístico de Benito Antonio Martínez— es fruto de la oleada de músicos que en los años noventa se aglomeraron, tanto en Panamá como en Puerto Rico, en torno a la música underground grabada en casetes; era una cadencia con mezcla de dancehall, hip-hop, gangsta rap y freestyle. Al añadirle pop, en el siglo XX el reguetón desató una vorágine de likes y reproducciones globales que apuntaló la renuncia del gobernador de Puerto Rico, Ricardo Rosselló, en 2019.

EL PORQUÉ DEL FENÓMENO BAD BUNNY

JAVIER IBARRA

@cephacephea

Si se quiere entender por qué la enorme demanda de boletos para los conciertos de Bad Bunny en México, a fines de este año, hay que empaparnos primero de la historia del reguetón. La realidad —aunque le duela a quien aborrece al Conejo Malo— es que desde 2010 esta música surgida en caseríos¹ y discotecas de Puerto Rico está posicionada como el producto pop más exitoso. ¿Qué artista que busca la fama no mete el *pum-tucu-pá pum-tucu-pá*, característico del reguetón, a su más reciente sencillo?

1

El *beat* del reguetón, que pone a *perrear*² a cualquiera, se llama dembow.³ Su raíz proviene de Jamaica, de mediados de los años ochenta, y ha sido base musical de géneros jamaicanos como el dancehall. Esto nos lleva a dos canciones de 1991 que construyeron el esqueleto del movimiento encabezado por Bad Bunny: “Dem Bow”, de Shabba Ranks, y “Pounder”, de Sleepy Wonder & Bobo General. Sin ese par de temas no se habrían popularizado en Panamá, en los noventa, cantantes como Nando Boom y El General, con su reggae en español. Por lo mismo, entre panameños y puertorriqueños discuten dónde realmente se originó el reguetón, aunque yo me atrevo a sugerir que es resultado del fenómeno migratorio.

2

Para explicar al chamaquito de Vega Baja, Puerto Rico, nacido el 10 de marzo de 1994 y que antes de conocer la fama como Bad Bunny trabajó de empacador en un supermercado, tengo que mencionar a DJ Playero, pionero del *underground*, como se conocía al reguetón en sus inicios. A principios de los noventa realizaba *mixtapes* —recopilaciones grabadas en la sala de su casa— llamadas *Playero*: eran mezcla de dancehall, hip-hop, house, sonidos que él mismo creaba, además de freestyles en español. Los casetes se traficaban por los caseríos donde jóvenes

con inquietudes de rapear sobre bases de dembow, y tal vez con el sueño de convertirse en el próximo Vico C, lo buscaron para aparecer en alguna cinta.

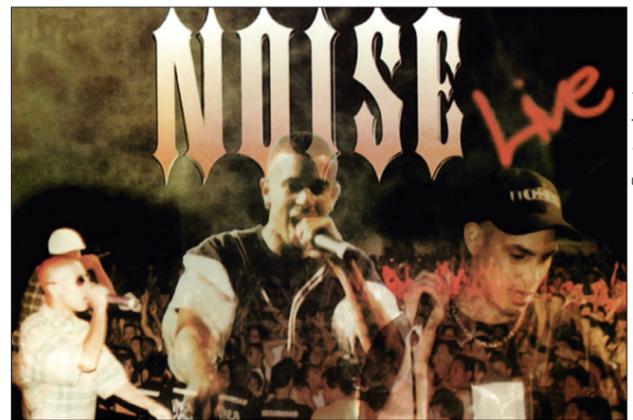
Así pasó con Daddy Yankee, quien entonces crecía en Río Piedras, uno de los barrios más conflictivos de San Juan, en Puerto Rico. DJ Playero vio algo en él y lo invitó a participar en *Playero 34* (1992); en ese *mixtape* el cantante menciona por primera vez la palabra *reguetón*. Y cuando *Playero 37* (1994) sonaba fuerte en la isla, Pedro Merced, dueño de BM Records y quien promocionaba tríos, merengue y salsa, no vio marginalidad en ese género musical. Más bien pudo anticipar el potencial de esos artistas como estrellas locales. Aunque nadie pensó que alcanzarían fama mundial, él fue la primera persona en distribuir reguetón en tiendas de discos.

3

La catedral de esta música se llamaba The Noise, una discoteca que abrió sus puertas a inicios de esa década, cerca de La Perla, uno de los barrios más peligrosos de San Juan. Su dueño, DJ Negro, fue antigua dupla de Vico C —juntos grabaron a finales de los ochenta clásicos del rap como “La recta final”—; cuando tenía aproximadamente 14 años, DJ Negro vendía *hot dogs* en el patio de su casa y comenzó a abrir brecha como uno de los principales difusores de la nueva música. Al separarse de Vico C, quien se hacía famoso, puso aquella discoteca, donde los jóvenes de los barrios bajos encontraron un sitio para bailar.

The Noise cambiaba de local con frecuencia, porque el gobierno prohibía oír *underground*. DJ Negro contrataba a *raperos* —así llamaban a los regueteros— como Lisa M, Ivy Queen, Las Guanabanas, Baby Rasta & Gringo, Don Chezina, El Mexicano, Point Breakers y Vico C, entre otros. De hecho, si hablamos de pioneros del reguetón, en esta discoteca se presentó el dúo Kid Power Posse, que muchos consideran el primer proyecto del género.

Para dar a conocer sus canciones en The Noise todos grabaron sus temas



Baby Rasta & Gringo en The Noise.

con DJ Negro y algunos comenzaron a hacer *videoclips*; sin embargo, la mejor jugada que hizo el antiguo vendedor de *hot dogs* para evitar multas fue lanzar *The Noise 3* (1994), grabación que se alejaba de las influencias callejeras del gangsta rap:⁴ como decía la introducción, únicamente “oirás temas románticos al estilo del reggae; tu encuentro con los sentimientos”. Puede considerarse el primer paso para que el reguetón llegara a las masas.

4

A fines de los noventa, DJ Blass editó varios discos *Reggaetón sex*, que incluían a artistas como La Gringa, Ñejo y Sr. Speedy. El estilo que comenzó como un híbrido de reggae y hip-hop se incrustó en las cabezas de quienes disfrutaban del invento caribeño que, de tan repetitivo y sincopado, se volvió hipnótico bajo la creatividad de productores como Luny Tunes, Alex Gargolas, Mambo Kingz o DJ Nelson. Las canciones iban en contra de la corrección al hablar explícitamente de sexo, como en “Provocando un orgasmo”, de Plan B, incluida en *Reggaetón sex live* (2001): “Dale tú quiere’ atreverte conmigo, / empecé por el cuello / ya voy por el ombligo, / vas a ver lo que te pasa en un ratito / en el mete y saca, / así pue’ yo le digo en el mete y saca / pa’ ver lo que pasa”.

Fue igual desde finales de los ochenta: lo que pasaba en aquellos caseríos

era narrado por la mal llamada *música urbana* —la industria musical etiquetó así el rap, el reguetón, el mambo violento, el dembow dominicano, el latin trap, los corridos tumbados, todo junto. Esas historias cantadas por la juventud de bajos recursos —principalmente mulatos-mestizos—, se relacionaban con el *malianteo*,⁵ la distinción de clases, el desprecio por la autoridad, la glorificación de lo ruin y, por supuesto, el sexo como sello irreverente. Por eso era difícil que las masas aceptaran el mensaje: a partir de 1993 lo que tenía que ver con el género empezó a ser censurado bajo el eslogan “Mano dura contra el crimen”. La campaña lanzada por el gobernador Pedro Rosselló apostaba por la moralidad; se dedicó a confiscar CDs en tiendas de discos y a multar locales donde se reproducía reguetón.

Para quienes aún piensan que esta música es burda porque Bad Bunny canta “si tu novio no te lame el culo” en “Safaera” —de su álbum *YHLQMDLG* (2020)—, sería bueno mencionar que el estilo musical, así como ha tenido momentos sexistas —el *perreo* y su entorno de diversión no son culpables—, incluye también a reguetoneras como Ivy Queen, quien ha levantado la mano por las mujeres que disfrutan *perrear*. “Yo quiero bailar” (2003), melodía de quien participó junto a Bad Bunny en el *remix* de “Yo perreo sola” hace un par de años, es un ejemplo de consentimiento y libertad: “Yo te digo sí, tú me puedes provocar / eso no quiere decir que pa’ la cama voy”.

5

Bad Bunny es resultado de una brecha musical, un movimiento social y la vorágine de los *likes* y *dislikes* en redes sociales. Es importante asociar el ambiente hostil de la calle con la monstruosidad que es el reguetón. Otro elemento que lo ha nutrido son sus personajes, sus *tiraderas*,⁶ los problemas que se han suscitado entre *combos*⁷ y demás historias.

Entre los personajes más destacados están Tego Calderón —ídolo de Bad Bunny, tanto que recientemente apareció con una playera de él en la empresa de lucha libre WWE. Tego llevó a otras latitudes el reguetón con *El abayarde* (2002), su álbum debut que celebraba la herencia africana, como hicieran cantantes de salsa en los setenta, entre ellos Ismael Rivera, de quien tomó su *sonero*⁸ para rapear con sabor. Incluso, el tema que cierra el disco, “Plante bandera” —originalmente interpretada por Chamaco Ramírez con la orquesta de Tommy Olivencia—, entrelaza dos épocas de la música boricua, dándonos a conocer que una sin la otra serían incomprensibles.

En cuanto a *tiraderas*, lo que sucedió entre Julio Voltio y Héctor *El Father*, quienes crecieron jugando béisbol en Parque Ecuestre, zona ubicada en Trujillo Alto, es algo mágico. A mediados de los noventa, al dejar a un lado las manoplas y en compañía de su otro amigo Rey, formaron el grupo de rap Masters of Funk. Tenían entre 14 y 15 años. Hasta inicios del 2000, cuando ambos iban a despuntar, Héctor se unió a Tito, otro chico de Parque

Ecuestre, y Julio hizo dueto con Karel. No obstante, a mitad de esa década —cuando el reguetón ya se conocía fuera de Puerto Rico y el niño que se convertiría en Bad Bunny escuchaba las primeras canciones de Tego Calderón— comenzaron los problemas: Julio recordó que había ayudado a componer unos temas a Héctor & Tito para su disco *Violencia musical* (1998), por lo que comenzó a reclamar el pago de regalías. Así le nació “Maleante de cartón”, la *tiradera* que le escribió a su viejo amigo. La respuesta de Héctor fue un freestyle llamado “Lean Back”, respaldado por el famoso Combo de 70, su grupo de matones conformado por tipos que realmente vivían lo que él plasmaba en sus canciones. Por eso quienes surgieron como parte de la ONU (Organización de Narcotraficantes Unidos) eran los más temidos del reguetón.

Aunque la *tiradera* fue corta, Julio andaba armado, cuidándose la espalda, hundido en el alcohol y esperando el día para sacar su resentimiento. Cuando éste llegó —se encontraron en una tienda departamental—, el intérprete pensó:

Ahora me voy a desquitar de todo lo que siento. Era un loco, y dije “éste va a ver lo que pasará qui”. Empiezo a caminar hacia donde [está] él, y qué mejor que dar un golpe a traición. Y mientras más me estoy acercando, se me forman unas ganas de llorar y me acuerdo de Héctor, mi hermano de muchachito. Ya no veo todo lo que yo sentía. Fue como menguando, bajando, desapareciendo. Y cuando llego a donde él, lo toco, le digo “Héctor” y lo saludo. Él me dice “Dios te bendiga”, pero me miró con una cara tan piadosa que ya no hice nada —contó en el podcast Molusco TV.

Desde ese día, dos de los reguetoneros con más *malianteo* y que le dieron vida al género encontraron su camino y ya no rapean, sino predicán la palabra de Dios.

6

Panameños y puertorriqueños —además de dominicanos— dejaron de discutir sobre quién creó el reguetón. Tres décadas después de que un ritmo jamaicano se volvió puertorriqueño, el debate se centra en tratar de comprender qué artistas siguen haciendo esta música de verdad.

Hay que aceptar que Bad Bunny ha llevado el reguetón a sitios nunca imaginados para quienes lo sembraron. Su estilo ya no tiene nada de los viejos

“ESAS HISTORIAS CANTADAS POR LA JUVENTUD DE BAJOS RECURSOS SE RELACIONABAN CON EL MALIANTEO, EL DESPRECIO POR LA AUTORIDAD Y, POR SUPUESTO, EL SEXO COMO SELLO IRREVERENTE”.



Bad Bunny (1994).

Fuente: admagazine.com

tiempos, pero esto no quiere decir que sea deplorable. Para comenzar a ganar aceptación, el género decidió bajar la guardia y se hizo pop. Así esta parte de la cultura puertorriqueña ha trascendido entre ignorancia, detractores, nostálgicos, defensores y, como lo dije desde un principio, oportunistas que quieren llegar a los *rankings* de la música más escuchada.

Con tantos años de historia no resulta descabellado comparar la raíz del reguetón con la de otros géneros juveniles. Hoy el único problema para no comprender este estilo y su *perreo* se centra en la negación, en juzgar y desprestigiar sin el interés de conocerlo. Aceptémoslo: el *pum-tucu-pá pum-tucu-pá* llegó para quedarse, aun cuando es más melódico, evoluciona y hasta ha servido para que el gobernador de Puerto Rico, Ricardo Rosselló —hijo del ya mencionado Pedro Rosselló—, presentara su renuncia el 24 de julio de 2019, después de las protestas que hubo al ritmo de clásicos del reguetón.

Siempre será grato apreciar canciones contemporáneas de este ritmo, que no son artificiales y tienen esa *bellacosa*.⁹ El *videoclip* de “Flow HP”, tema de Don Omar y Residente, explica de dónde viene el reguetón, mientras los ritmos —con la producción y el concepto de Bad Bunny— del álbum *Viva el perreo* (2020), de Jowell & Randy, bien pudieron haber sonado en The Noise durante su época dorada. Eso, más la inmensa cantidad de artistas que añoran haber vivido en la Isla del Encanto cuando este género floreció, forma parte del fenómeno. ■

NOTAS

¹ Conjunto de casas. En la jerga del reguetón se refiere a zonas de escasos recursos donde hay delincuencia, prostitución y droga.

² Forma de bailar reguetón.

³ Su significado es “ellos se inclinan”, pero se refiere irrespetuosamente a los homosexuales. El cantante de dancehall Shabba Ranks tituló así en 1991 una canción para insultar a los opresores, racistas y anticolonialistas.

⁴ Subgénero que surgió en los años ochenta, en la costa oeste de Estados Unidos; se relacionaba con las pandillas de los Bloods y los Crips. El grupo N.W.A. lo popularizó a finales de esa década y principios de la siguiente.

⁵ El término viene de *maleante*, por lo que se relaciona con una vida ligada al crimen y las drogas.

⁶ Competencias cuyo objetivo es determinar quién es mejor rapeando.

⁷ Grupo de personas o amistades.

⁸ Se refiere a la improvisación en la salsa.

⁹ Término de la jerga del reguetón que puede traducirse como *picardía*.

La Biblioteca de México, en la capital del país, es un espacio privilegiado para lectores e investigadores en infinidad de temas. Entre sus ofertas más atractivas incluye la prodigiosa colección bibliohemerográfica de Carlos Monsiváis, coleccionista de excepción que a lo largo de su vida reunió más de 15 mil ejemplares y cerca de 700 volúmenes de publicaciones periódicas mexicanas. Esos anaqueles evidencian su estimulante curiosidad por las expresiones impresas de la cultura popular.

VIAJE POR LA MONSITECA

MIGUEL ÁNGEL MORALES L.

@MORAL3X

Dentro de las Bibliotecas Personales de la Biblioteca de México, que a finales de este año cumplen diez años de servicio, hay dos colecciones que incluyen revistas: las de José Luis Martínez (1918-2007) y Carlos Monsiváis (1938-2010).

El editor, historiador y funcionario cultural Martínez enfocó su colección en revistas literarias, que publicó en ediciones facsimilares en el FCE, más una deleitable y desconocida colección de la picante *Ja-já* (1959-¿1970?), mientras que Monsiváis, el cronista de la calle y colonia San Simón, en la zona de Portales, mostró su desmedido interés por coleccionar fotonovelas, historietas, revistas políticas y magazines frívolos, como la censurada *VEA*.

La **MONSITECA**, ubicada al sur del Patio de Escritores, está conformada por más de 15 mil ejemplares y cerca de 700 volúmenes de publicaciones periódicas. De sus historietas o cómics hay más de cuatro mil ejemplares y 188 volúmenes. Cerca de 1,500 misivas que le enviaron al cronista de San Simón, pero lamentablemente ninguna carta personal (en vano han ido por su correspondencia con Octavio Paz, Carlos Fuentes, *et al*). Hay sólo 22 discos de larga duración: magra colección para un melómano obsesivo como Monsiváis, que incluso forjó el seudónimo *Manuel Machín-Gurría*, especialista en jazz. Su colección discográfica se encuentra en la Fonoteca Nacional.

Las Monsirrevistas están colocadas en dos libreros y dos torres, ordenadas de *A pie* (1995) a *Zurda* (1990), incluida una sección con sus colaboraciones ya clasificadas e identificadas con *post-its* amarillos.

En una torre están las historietas, de *Adelaido el conquistador* (1933), del cineasta cómico y anticallista Juan Arthenack, a *Zapata cabalga de nuevo* (1996), de *El Metiche*, así como *Pepín* (1942-1954), *Heavy Metal* (1977-1999) y desde luego *Paquito presenta a La familia Burrón* (1953-1978) y *La familia Burrón* (1980-2009). También están *La vida deslumbrante de María Félix* (1956-1958) y *La vida y los amores de Pedro Infante* (1957), ambas editadas por Publicaciones [Vicente] Ortega Colunga.

Hay una buena cantidad de volúmenes de *Proceso* (1976-2011, donde polemizó con Octavio Paz entre 1977 y 1978), el mítico semanario *Hoy* (1937-1967), *Sur* (Buenos Aires, 1931-1950, bajo la dirección de Victoria Ocampo), su querido *The New York Review of Books* (1964-2008) y las fotonovelas *Cita* (1974-1984), *Novelas de amor* (1975-1985) y *Valle de*

lágrimas (1975-1986), entre otros títulos. Se añaden algunos ejemplares de la escandalosa fotonovela *Casos de Alarma!* (1971-1991, la cual privilegió a vedettes como protagonistas de sus sórdidas y sangrientas historias).

A la famosa Monsiteca han asistido con previa cita, entre otros, Javier Aranda Luna en busca de las memorias de la pintora italiana Bona Tibertelli, esposa de André Pieyre de Mandiargues, amante de Octavio Paz, primero, y luego de Francisco Toledo; el crítico cinematográfico Carlos Bonfil, quien me develó sus andanzas con su tocayo en El 14, primer restaurante bar en organizar sesiones heterosexuales de sexo en vivo; el internauta Arturo Trejo, autor de las *Crónicas de banqueta*; Gerardo Lammers, exeditor del suplemento *Confabulario*; Ricardo Morales López

(1963-2021), especialista en métodos de impresión del siglo XIX y principios del XX.

EL CURADOR MARTÍN HERNÁNDEZ acudió al acervo para conformar la exposición "Carlos Monsiváis: Hacedor de libros, cronista de la ciudad", en 2018, donde presenté el "Monsi-Mapa", croquis de la colonia San Simón, donde el cronista aparece en algunos sitios de interés, que le gustó a su prima Beatriz Sánchez Monsiváis. Tras la huella del caricaturista *Era* (seudónimo del pintor michoacano Alfredo Zalce) estuvo el coleccionista, puntual investigador iconográfico y *habitué* a la "ceremonia del corcho", Carlos A. Córdova, autor del clásico *Agustín Jiménez y la vanguardia fotográfica mexicana* (RM, 2005) y del *Tríptico de sombras* (Conaculta, 2012). El periodista Antonio Bertrán, autor de la columna "Nosotros los jotos", documentó aquí algunos de sus temas.

Han visitado el recinto investigadores de España, Francia y Brasil. En busca del primer *Batman* en español llegó la catedrática María López Villalba, de la Universidad de Málaga, en su último día de estancia en la Ciudad de México. El año pasado publicó "El primer Batman en español y la asombrosa industria del cómic en México". De la Universidad de Toulouse estuvo y regresará la doctora Cathy Fourez, especialista en novela mexicana de detectives. Consultó y leyó los más de cuarenta ejemplares de *Selecciones policiacas y de misterio* (1941-1960), de Antonio Helú.

Entre los historietistas y caricaturistas han asistido Jorge Flores (mejor conocido como *Blumpi*) y Rubén Soto *El Metiche*, director del Museo de la Caricatura e Historieta Joaquín Cervantes Bassoco, en el estado de Morelos. Entre los historiadores estuvieron Juan Manuel Aurrecochea, especialista en historieta mexicana e investigador apoyado por la UNAM, y el historiador obregonista Carlos Silva.

Los más asiduos a la Monsiteca han sido Alfonso Morales Carrillo, director de *Luna Cornea*, y sus entonces editores Anyi Bravo Valerdi y Miguel G. Álvarez. En 2016 y todo 2019 hurgaron en revistas, fotonovelas, folletos, recortes periodísticos, carteles. Revisaron hasta el más mínimo papel. En octubre de 2019 comenzó la etapa de reprografado, que siguió en plena pandemia de Covid-19 durante el 2021. El fotógrafo César Flores y su ayudante registraron el material. Una muestra significativa se puede revisar en el número 37 de esa revista, dedicado a la *iconósfera* monsvaíta, que ya se encuentra en circulación. ■

“EL CRONISTA MOSTRÓ SU INTERÉS POR COLECCIONAR FOTONOVELAS, HISTORIETAS, REVISTAS POLÍTICAS Y MAGAZINES FRÍVOLOS”.



Ejemplar de *Chanoc*, con el cronista como personaje. Número 368, México, 28 de octubre, 1966.

Fuente: Archivo de MAIL

EL AMOR A LA MÚSICA es más fuerte que el amor a la patria, a la familia, a la pareja, e incluso a la comida.

El amor a la música no mueve montañas. Ni ríos ni cerros ni mares ni cañadas. Les pasa por encima, por un lado. De norte a sur. De este a oeste. Y viceversa. Por aire, por tierra. En barco, en moto. El amor a la música mueve las mensajerías del mundo. Todos los días de la semana, como si viviéramos en una navidad eterna, alguien en alguna parte del planeta recibe un disco de vinil. Y muchos de esos objetos antes conocidos como long plays los envía Faramalla, un club de vinilos made in Torreón, Coahuila.

Hubo una época en que podías reconocer en la calle a un amante de la música por los vinilos que llevaba bajo el brazo. La aparición del casete y el CD convirtieron el formato vinil en un animal extinto. Que sólo sobrevivía en los sótanos o los áticos de las casas. En la necia ideología de los rockeros sesenteros que lo atesoraban en su corazón. En tiendas de segunda mano que lo malbarataban con la esperanza de sacar algo de dinero de aquello que para las mayorías se convirtió en basura. Pero no para un número importante de entusiastas que nunca se deshicieron de sus colecciones. De dueños de tiendas de discos que quebraron pero conservaron sus stocks con recelo. Y es en cierta medida gracias a ellos que el vinil nunca se fue, sólo invernaba. Y ahora ese enardecimiento se ha contagiado a las nuevas generaciones. De tal manera que el vinil ahora no sólo está vivo, sino que es el rey.

Pero antes de que volviera a dominar los estantes de las tiendas de discos, uno de los pioneros en la comercialización en línea y el resurgimiento del formato fue Vinyl Please Me. Un club de venta de vinilos por correo que comenzó a operar alrededor de 2002. Te suscribías y te llegaba un título al mes hasta la puerta de tu casa. El atractivo de la suscripción es que como miembro tenías acceso a ediciones especiales; fueron los primeros en promover las ediciones en colores, modelo que luego imitaron las disqueras con bastante éxito. La desventaja que presentaba Vinyl Please Me entonces era que no entregaba paquetes hasta Torreón. Podías gozar de la suscripción siempre y cuando vivieras en Estados Unidos, Oslo, Cardiff, Bruselas o cualquiera de las capitales del mundo. De este inconveniente. De esta injusticia geográfica. De esta necesidad por adquirir vinilos nació Faramalla.



faramalla.com

“SÁNCHEZ Y LOME TUVIERON LA INICIATIVA DE MONTAR SU PROPIO CLUB EN TORREÓN. EL PRIMERO EN EL PAÍS”.

Ante la impotencia que representaba, Sergio Sánchez Aldape y Alejandro Lome tuvieron la iniciativa de montar su propio club de vinilos con sede en Torreón. El primero en el país. Que haya surgido de una ciudad del norte, y no de Ciudad de México, Guadalajara o Monterrey, demuestra que la capital cultural tú mismo la creas. Y eso es lo que el éxito de Faramalla ha conseguido, hacer de Torreón una capital del vinil. Desde Tijuana hasta Yucatán entregan mes con mes un título a su nutrido grupo de suscriptores. La conformación de un club de vinilos tiene varios objetivos. El principal es crear comunidad dentro de la comunidad. Y la de Faramalla se sigue expandiendo. Además del modelo de suscripción acaban de abrir su tienda en línea, con descuentos especiales para sus asociados y con títulos extra.

Coleccionar vinilos es una pasión. No es un mero afán consumista. Ante la frialdad del streaming, la calidez del vinilo. Es un ritual. Colocar el disco y posar la aguja nos devuelve el contacto orgánico con la música que nos robó el mp3. Y ese rito cada día suma más adeptos en todo el orbe. Y aunque Faramalla emergió como un club de venta en línea, el siguiente paso natural era la apertura de una tienda. Una vuelta a los orígenes. Sus comienzos fueron en un pequeño local en Torreón, que ahora se trasladó a la Ciudad de México. Ubicados en la calle General Prim # 12, en la colonia Centro, ofrecen una variedad de los títulos que ofrecen a través de su sitio web. Abierta a todo público. Suscrito o no.

Desde 2017 la curaduría de Faramalla ha esparcido grandes títulos como *Crawler* de Idles, *Slowdive* de la banda homónima o *God's Favourite Costumer* de Father John Misty. Porque una curaduría de vinilos es ante todo compartir una visión de la música. La de dos morros de provincia que no se agüitaron al no poder comprar vinilos por correo e inauguraron su propio club. **■**

EL CORRIDO DEL ETERNO RETORNO

Por
CARLOS VELÁZQUEZ

@Charfornication

FARAMALLA: CLUB DE VINILOS

EL MIÉRCOLES 23 DE MARZO me levanté con el dolor de cabeza. Así que mate + mota + monchis y unas cafiaspirinas antes de ir a la prueba de antígeno. El día me cayó pesado como tonelada de ansiedad en espera del resultado. Tenía que llegar a los Idles, aunque fuera hecho pedazos como Joe Talbot en el video de "Crawl!". El mame en redes y medios apenas fue merecido para el calibre del concierto que la banda sensación del rock estaba a punto de dar. Llegó el resultado, nunca la palabra *negativo* me había causado euforia.

Disparados en la línea 9 del Metro discutíamos la naturaleza de los Idles y las canciones que nos asestarían después de abrir con "Colossus" y "Car Crash". Lástima que nos perdimos a Margaritas Podridas, entramos casi directo al quinteto británico-irlandés que tocó implacable más de dos horas. Nos explotaron como boiler en la cara y detonaron el *pogo* desde "Mr. Motivator" hasta la cola de "Rottweiler", veinticuatro canciones sin concesión salidas de sus cuatro discos: *Brutalism*, dedicado a la mamá del vocalista Talbot; *Joy As An Act of Resistance*, quizá su disco más punk; el sensacional *Ultra Mono*, que los insertó en la rockola global; y el más canijo hasta ahora, *Crawler*.

Cimbraron el pabellón lateral del Palacio de los Deportes unos cinco grados en escala de Richter con un cargamento post-punk, hardcore y krautrock bajo las faldas de sus guitarristas, Mark Bowen y Lee Kierman: "The New Sensation", "The Wheel", "The Beachland Ballroom", "Mother", "Television", "I'm Scum", "Danny Nedelko"...



youtube.com

“TENÍA QUE LLEGAR A LOS IDLES, AUNQUE FUERA HECHO PEDAZOS COMO TALBOT EN EL VIDEO DE 'CRAWL!'”.

una banda obrera de hardcore orgullosamente gay que armó un puto desmadre para que el suicidio del atormentado Darby Crash no fuera en vano. Lo que nos retumbaba en el pecho eran el bajo rosa-matón de Adam Devonshire y su engranaje Jon Beavis en la batería, juntos son una máquina de *motorik* hipnótico y coros punketos que ponen los acentos en las puntas. El pistón es el cantante aeróbico Joe Talbot, bautizando el escenario con escupitajos tras cada rola. Su voz de perro enrabado tuerce el significado de las palabras con ironía al cantar furioso: "I'm alright!, I'm alright!" en "Crawl!", o "In spite of it all / life is beautiful" en "The End", dos temas primos de "I Feel Alright!" de Iggy Pop. Por lo que a mí respecta, los Idles son la estamina del rock actual, *no pain, no gain*, y los presenciamos en su momento más salvaje.

La prueba es que salí con Liz del pabellón afónico, empapado de sudor, con dos mil calorías menos, sin dolor de cabeza y sin ansiedad. A mi edad es un deporte de alto riesgo. **■**

LA CANCIÓN #6

Por
ROGELIO GARZA

@rogeliogarzap

IDLES

FETICHES ORDINARIOS

Por
**LUIGI
AMARA**
@leptoerizo

MEDITACIÓN SOBRE UNA BOTELLA DE AGUA

“EN LA MERCADOTECNIA
DE LO NATURAL,
EL AGUA PRECISABA
VINCULARSE
A LO MÍSTICO PARA
VOLVERSE EL
PRODUCTO EN QUE
SE HA CONVERTIDO”.

El agua está bajo sospecha desde que fue embotellada. A diferencia de la polémica del vaso medio lleno o medio vacío, la disputa alrededor de la botella es entre lo puro y lo impuro, entre los poderes refrescantes y las influencias funestas. Casi nos han convencido de que el agua de la llave está del lado de lo sucio y lo insalubre, así que trasladamos esa inquietud a cualquier recipiente que llevemos a los labios. No importa que los análisis de laboratorio arrojen con frecuencia otros datos, el agua corriente se asocia con lo inferior, lo turbio y el peligro, ya que, como su nombre lo indica, no acepta sofisticaciones ni refinamientos. En contraste, a pesar de que la embotellada luzca como una prefiguración del estancamiento, la aceptamos como mejor sólo porque nunca es gratis.

En el orden de la mercancía, el cuarto estado del agua corresponde a lo etéreo. Asociado a la dualidad entre lo sacro y lo profano, remite a cierta cualidad metafísica, a un no sé qué sobrenatural que la vuelve más ligera, saludable y eficaz para calmar la sed. Ya sea carbonatada o de manantial, alcalina o de piedra, su atractivo comercial no reside tanto en su carácter cristalino ni en ningún aspecto relacionado con su apariencia o sabor, sino en la promesa espiritual de situarse al margen de todo contacto humano, más allá de las fuerzas negativas y contaminantes. No es casual que algunas empresas embotelladoras jueguen con la idea de que su agua es tan prístina y pura, tan apartada de la suciedad de lo mundano, que casi califica como bendita, pues únicamente lo ya corrupto y pecaminoso requeriría de un proceso de purificación.

EN LA MERCADOTECNIA de lo natural, el agua precisaba vincularse a lo místico para volverse el producto por excelencia en que se ha convertido. Si la cantidad de ese líquido en el planeta es siempre la misma, sólo un auténtico acto de prestidigitación podía convertirla en una mercancía rentable y en un objeto de deseo, que en la actualidad vende mucho más que la cerveza, la leche o el café. Hay aguas que se cosechan directamente de icebergs o que se embotellan en noches de luna llena en montañas inaccesibles, cuyo precio es equiparable al de un buen vino; sin embargo, antes de convertirse en un artículo de lujo, seguramente pasó, como parte del ciclo ancestral del agua, por los riñones de un mamut o se evaporó de algún charco pestilente, al igual que la que almacenamos en las modestas barricas de los tinacos.

Si yo fuera publicista y hubiera ya vendido mi alma al diablo, retomaría sin rubor helado los versos de José Gorostiza para convertirlos en *jingles* burbujeantes, a fin de apelar a esa dimensión religiosa en que el agua se impregna de una esencia que la consagra y al mismo tiempo la distingue de las otras, transfiriéndole poderes extraordinarios. “¡Qué agua tan agua!” diría que tiene la eufonía inconfundible de un eslogan; y no es difícil imaginar anuncios subliminales en los que, bajo la voluptuosidad de los rayos del sol sobre los cuerpos, unos labios exclaman después de un largo trago incomparable: “¡Qué desnudez de agua tan intensa!”.

(Esto me lleva a pensar que si *Muerte sin fin* se reescribiera en este siglo, giraría en torno a la botella de agua antes que al vaso de cristal, y que al explayarse sobre esa prisión de plástico que la aclara y le confiere forma, el poema tendría que sacrificar su frialdad abstracta y su rigor cerebral para mancharse las manos en el fango de las consideraciones económicas y las afectaciones al ambiente).

Según Nietzsche, “quien no quiera morir de sed entre los hombres tiene que aprender a beber de todos los



Petlandia o la isla flotante de plástico.

vasos”. También, si no recuerdo mal, fue él quien señaló que si deseamos con fervor agua simple, ni aun el mejor de los vinos podrá contentarnos. En lo personal, me parece una locura desembolsar lo mismo por un litro de agua que por un litro de gasolina, así que suelo comprarla con gas, que es por supuesto más cara, pero me hace sentir que al menos estoy pagando por el cosquilleo de las burbujas. La convicción de que esa efervescencia, esas tempestades festivas del vaso valen cada centavo de su precio, me lleva a deleitarme con el agua carbonatada como si se tratara de champaña.

En sus investigaciones sobre la naturaleza del placer, Paul Bloom ha descubierto que el disfrute del agua embotellada no depende de su sabor ni de su transparencia, sino del aura del envase o del prestigio de la marca. En un programa de radio en vivo, el fundador y director de la franquicia norteamericana Perrier se sometió a una prueba a ciegas, con siete copas distintas dispuestas a la misma temperatura. Atribulado y perplejo, con el sudor frío de quien se descubre de golpe un charlatán (que, para colmo, se autoengaña), no atinó a identificar sino hasta el quinto intento el elixir elemental que promocionaba a un precio exorbitante, y eso que varias copas no contenían más que agua del grifo... En su momento fue incapaz de balbucir alguna explicación, pero en realidad el directivo no mentía —ni antes ni después del bochornoso experimento— al asegurar con gran bombo que la Perrier depara un placer único. El agua envasada en botellas verdes brinda una experiencia más gratificante porque es un signo de estatus y distinción, y porque, como escribió Marx en el célebre apartado sobre el fetichismo de la mercancía, está atravesada por quimeras y fantasmagorías que enmascaran su naturaleza recóndita —en este caso, su simpleza. El quid está en que, para disfrutarla a plenitud, uno tiene que saber de antemano que se trata de Perrier.

NO TODO, DESDE LUEGO, depende de nuestras expectativas. Los pozos contaminados abundan, lo mismo que los protocolos de higiene más bien laxos en el manejo del agua; y tal es la cantidad de cloro que se añade al agua corriente, que tomar un vaso nos transporta, en ciertas ciudades, a una atmósfera de alberca y Sábado de Gloria. Se ha descubierto que el agua *ligera*, reducida en sales, en realidad deshidrata, pues en su paso por el organismo absorbe los minerales del cuerpo; y aunque los sibaritas y catadores fallen una y otra vez en su identificación a ciegas, no cabe duda de que el agua más rica, en toda la extensión de la palabra, es la de manantial.

Una de las tantas islas flotantes de plástico que crecen en los océanos ya rebasa la superficie de Francia. Cuando finalmente, alimentada por las toneladas de desperdicio que recibe todos los días, alcance la condición de tierra firme (que nada nos impide bautizar como Petlandia), podría ser el paraíso en el que se exilie a los mercenarios del agua embotellada, que venden pureza mística y estatus efímero a costa de destruir el planeta. ■