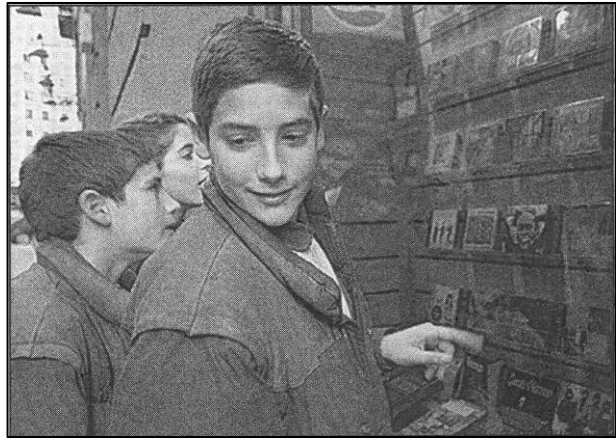


EL BAÚL DE LOS RECUERDOS

Recopilatorios

La receta es sencilla: se desempolvan unas viejas grabaciones, se añaden nuevas mezclas, se aliaña con un dueto inédito y un par de maquetas desconocidas. Se deja reposar en la pantalla del TV. Satisfacción garantizada.

[...] Las recopilaciones se han mostrado como una solución infalible (o casi) para los distintos sellos discográficos, que suelen dedicar a la promoción de este tipo de discos -sobre todo en el medio televisivo- importantes sumas de dinero, en las que se juegan con tantos por ciento, volúmenes de ventas, temporalidad del producto y sectores de público muy determinados a los que va dirigido este material.



Los *recopilatorios* constituyen un sector del mercado discográfico distinto, de oferta muy variada y variopinta, siempre abierto a la creatividad, el oportunismo o el toque mágico de la suerte. Para los departamentos de “marketing estratégico” de las diferentes compañías, este tipo de producto se ha convertido en el *complemento*, el *seguro de vida* para esas épocas en las que “las estrellas de la actualidad” se tornan *perezosas* en la publicación de novedades... Para entonces, siempre se podrá encontrar un *recopilatorio*.

(CARLOS DOMÍNGUEZ, EN ANUARIO DE LA MÚSICA, 1999)

www.gumersindodiaz.es

ALGUNAS PAUTAS PARA EL DEBATE

- ☞ Se advierte cierta ironía en el primer párrafo cuando el autor compara la producción de un disco con la preparación de un plato de cocina siguiendo las instrucciones de una receta, en especial en las dos frases finales: “Se deja reposar en la pantalla de TV. Satisfacción garantizada”. ¿Por qué crees que hace alusión al medio televisivo?
- ☞ Insiste el autor poco más adelante en el poder de dicho medio, en el que la casas discográficas suelen invertir mucho dinero para promocionar su producto. ¿Crees que tiene esto alguna relación con el hecho de que se trate de un material dirigido a “sectores de público muy determinado”?
- ☞ Según tu opinión, ¿para quién crees que “este tipo de producto se ha convertido en el complemento, el seguro de vida...”, para los músicos o para los sellos discográficos?
- ☞ ¿Tienes o, al menos, conoces algún disco recopilatorio? ¿Qué opinión te merece? ¿Por qué lo has comprado o lo comprarías en algún momento?
- ☞ ¿Crees, como el autor del artículo, que el asunto de los recopilatorios es una cuestión perfectamente estudiada y planificada, o lo que es lo mismo, de “marketing estratégico”?