

Juan Lucas, el creador de un “pequeño microcosmos musical”



Juan Lucas en La Quinta de Mahler (©DanielQuirós)

Juan Lucas, creador y director de [La Quinta de Mahler](#), es también periodista, crítico musical, productor discográfico, empresario, cineasta y fotógrafo. Un auténtico divulgador de la música en todos sus ámbitos y facetas. Nacido en Valencia en 1962, estudió en la Universidad Complutense de Madrid y en 1990 crea su primera empresa musical, *Diverdi*, donde produciría y distribuiría música clásica no sólo en Madrid, sino en cualquier rincón de la geografía española. Como productor también ha trabajado con numerosos sellos discográficos (*Glossa, Verso, Naïve, Anemos* –de la que es creador-) y logró el premio del Festival de Cine de Valladolid como mejor fotografía en la película “Hafner’s Paradire”, dirigida por Günter Schwaiger. El 16 de diciembre de 2013 funda *La Quinta de Mahler*, tienda de música que se ha erigido como el máximo referente de discos de música clásica, antigua y contemporánea en Madrid.

Para encontrarnos con él salimos del metro de Ópera, donde nos sumergimos en uno de los núcleos del panorama musical clásico madrileño y lo primero con que nos topamos es el enorme edificio del Teatro Real anunciando las tres óperas que se representarán próximamente. También podemos ver otros centros musicales en la calle Espejos, la Escuela Superior de Música Reina Sofía y un espacio de música que nos atrae por su fachada. Una antigua tienda que conserva toda la belleza del Madrid castizo, decimonónico, con portalones de madera: *La Quinta de Mahler*. Tras ver desde el escaparate los numerosos y diversos discos de música, libros y DVD's, abrimos la puerta y nos embriaga una sensación de tranquilidad y serenidad que nos aísla del exterior, donde se alojan "rarezas" musicales que, de no ser por ellos, no encontraríamos en ningún lugar de nuestra península. Allí nos espera Juan Lucas, quien nos atiende amablemente. Nos sentamos en uno de los sillones y sofás que hay en la tienda para el acomodo de los clientes, y comenzamos a charlar sobre los inicios de este espacio multicultural hace ya dos años. Se dice pronto, ya que parece que llevan toda la vida aquí.

Lo primero que nos gustaría saber es cómo has llegado tener esta tienda tan peculiar en pleno centro de Madrid.

Comencé Diverdi en la oficina de mi padre en 1990 en la calle Zurbano, pasando después a un piso-almacén bastante grande que servía un poco como tienda porque venía la gente a comprar, en la calle Eloi Gonzalo. Luego pasamos a la tienda de Santísima Trinidad a pie de calle.

Desde el primer momento quisimos salirnos de la labor usual de una distribuidora, que es una labor de mayorista, para llegar directamente al público, porque gran parte del material que traíamos era muy especializado, para “connaisseurs”. Nos dirigimos al público y creamos la revista de Diverdi, el boletín. Fue muy bien pero también coincidió con el momento en que el disco empezaba a declinar. Por una parte Diverdi ascendía cada vez más, pero por otra se vendían menos discos. Además me había marcado un límite de 20 años al mando de este proyecto con Diverdi, que monté por una serie de motivos personales. Pero yo me dedico también a otras cosas que no tienen que ver directamente con la música como la fotografía y el cine, con lo cual en el año 2010 me fui y vendí todo. Desgraciadamente tres años después Diverdi cerró. Finalmente, en 2013 abrí esta nueva tienda.

Pregunta obligada: ¿qué es La Quinta de Mahler?

Es un espacio de música que en sí mismo engloba la tienda tradicional de venta de discos y de libros con el espacio de actividades relacionadas con la música. Todo tipo de funciones como presentaciones, encuentros con artistas, compositores, conferencias, actividades pedagógicas, cursos o actividades musicales para jóvenes y niños. Es un

pequeño microcosmos musical que quiere reivindicar el viejo espacio de encuentro, de toda la vida, en un mundo donde parece que ese tipo de experiencia ha sido aplastada por el encuentro virtual a través de las redes sociales e internet. Hay que tomar la música como arte físico para disfrutarlo mucho más cuando se escucha en vivo.

“La gran avalancha de discos que sigue habiendo probablemente en unos años deje de existir”

¿Por qué se llama La Quinta de Mahler?

Por diversos motivos: La Quinta de Mahler fue claramente la primera obra de música con la que me enganché a la música clásica. Procedo directamente del mundo del rock y después del jazz, y con esta pieza me sumergí de lleno en este tipo de música. Y luego, igual que con Diverdi, me gustan las polisemias, y quinta no solamente significa un número de sinfonías, sino un espacio de gozo, de recreo y de placer. Es un grupo de gente en torno a una persona o una idea. Pero, también, porque estamos en el número 5 de la castiza calle Amnistía.

¿Cómo observas la sinergia tienda-público?

La Quinta de Mahler, como espacio, ha tenido una magnífica acogida y en muy poco tiempo se ha convertido en uno de los espacios de referencia de Madrid, no sólo desde el ámbito musical, sino desde el punto de vista de la cultura en general. Es un sitio muy valorado. Aun así, la venta de discos, uno de los pilares fundamentales de la tienda, cada vez va a menos. Si ya España es un país en que la música grabada ha experimentado un cambio enorme en los últimos años, la

venta de discos ha sufrido un dramático descenso debido al pirateo.

¿Qué harías para salir de esta situación?

Hacer lo que estoy haciendo. Es decir, un poco a lo Quijote, seguir reivindicando las viejas y buenas prácticas y continuar ofreciendo la música al público en general.

“LQDM quiere reivindicar el viejo espacio de encuentro, en un mundo donde esta experiencia ha sido aplastada por el encuentro virtual”

También habría que empezar a cambiar desde la educación básica...

Respecto a eso, obviamente es un tema educativo, pero como en tantas otras cosas en este país... Hay que educar a que la gente entienda que no se puede estar en una cosa y en la contraria. No se puede reivindicar una ética a nivel político y en general cuando luego, a nivel particular, si te la puedes saltar cuando no te ven, lo haces. No solamente concierne a la música, sino a todos los hábitos del español.

Por lo que se ha podido ver, parece que estas nuevas ideas que plasmas en tu trabajo le gustan a la gente.

En esta tienda, desde el primer momento, se pretende que la típica presentación del disco y del libro de toda la vida se compaginase con música. Precisamente el formato físico de La Quinta de Mahler permite que esta tienda sea como el salón de una casa, haciendo muy posible que los artistas, pianistas, violinistas, cantantes o agrupaciones camerísticas puedan ir con su instrumento y no solamente presentar el disco donde

suenen en los altavoces, sino tocar en vivo, reproduciendo el viejo esquema de recital de salón del siglo XIX, de Schubert, Paganini, Chopin, Liszt o tantos otros. No hay mejor contacto entre un músico y su público que cuando suena la música en directo. El hecho de que suene con la cercanía y proximidad de la tienda hace que se creen unos vínculos muy intensos entre el artista y el público durante esos minutos que dura la presentación, lo que se valora muy positivamente por todos.

¿Crees que el disco resurgirá como en años atrás?

El disco no resurgirá como antes lo hemos conocido, porque tampoco ha desaparecido ni mucho menos, lo cual no quiere decir que haya gente que lo siga porque le gusta. Siempre habrá un objeto que no hará que desaparezca, pero se reducirá a su mínima expresión. La gran avalancha de discos que sigue habiendo, probablemente, en unos años deje de existir.



Juan Lucas (©JuanLuis)

¿Cómo consigues atraer a tantos músicos?

La Quinta de Mahler ya atrae por sí misma y son generalmente los músicos los que llaman para presentar sus proyectos. Hay una doble dirección,

donde yo mismo atraigo a muchos amigos suyos como Jordi Savall, gracias a una larga amistad y a estrechos contactos laborales, que continúan en el presente, pues al entrar en el local lo vio, le gustó mucho, dijo que brindaba su apoyo y ha estado incluso dos veces en LQDM. Otros artistas emergentes se ponen en contacto conmigo porque saben que actualmente La Quinta de Mahler es una de las mejores actividades de promoción que se pueden hacer, porque hoy en día tiene mucha repercusión en los medios y es una manera de estar en la pomada. En el caso de Jordi Savall, el encuentro tenía que empezar a las 12:00h del mediodía y a las 11:00h La Quinta, en domingo, ya había gente en la calle que no podía entrar. Se debieron quedar más del doble de personas sin poder entrar. Como recuerdo divertido, algunos de los que no pudieron entrar utilizaron los periódicos enrollados como un cucurucho pegados al cristal para escuchar algo desde fuera.

¿Qué relación tenéis con otras tiendas, caso de El Argonauta?

Existe un buen trato entre El Argonauta y nosotros debido a que los conozco, evidentemente, desde la época de Diverdi, y porque también soy melómano. En tiempos de Diverdi, El Argonauta era una de las únicas librerías de Madrid especializadas en música, yendo y comprando libros. Hoy lo hago directamente en La Quinta de Mahler (ríe). No hay una relación muy estrecha, pero siempre he sido de la opinión convencida de que el competidor para mí siempre es un estímulo, no un enemigo. Siempre he sentido que en España, desgraciadamente, en la mayoría de los casos se identifica la competencia con el enemigo. En mi caso siempre que puedo ayudar y establecer algún tipo de sinergia, con aquel que tiene los mismos intereses que yo, lo hago. Y en ese sentido no se ha dado porque El Argonauta está en otro barrio, bastante lejos, y tiene su público. Pero les deseo lo mejor como a cualquier otro que se dedique honestamente a defender la cultura.

Daniel Quirós Rosado