

UNIVERSIDAD DE COSTA RICA
SISTEMA DE ESTUDIOS DE POSGRADO

TIEMPO DE VINILOS:
EL AUGE DE LA INDUSTRIA DISCOGRÁFICA EN
COSTA RICA DE 1970-1986.

Tesis sometida a la consideración de la Comisión del Programa de Estudios de
Posgrado en Estudios de la Sociedad y la Cultura para optar al grado y título
de Doctorado Académico en Estudios de la Sociedad y la Cultura.

PRISCILLA CARBALLO VILLAGRA

Ciudad Universitaria Rodrigo Facio, Costa Rica

2023

Esta tesis fue aceptada por la Comisión del Programa de Estudios de Posgrado en Estudios de la Sociedad y la Cultura de la Universidad de Costa Rica, como requisito parcial para optar al grado y título de Doctorado Académico en Estudios de la Sociedad y la Cultura.

GABRIEL IGNACIO VENEGAS CARRO (FIRMA)
PERSONA FISICA, CPF-01-1141-0947.
Fecha declarada: 07/07/2023 05:47:26 PM
Esta es una representación gráfica únicamente,
verifique la validez de la firma.

Dr. Gabriel Venegas Carro
Representante de la Decana
Sistema de Estudios de Posgrado

MARIO ZUÑIGA
NUÑEZ (FIRMA)

Firmado digitalmente
por MARIO ZUÑIGA
NUÑEZ (FIRMA)
Fecha: 2023.07.06
14:02:49 -06'00'

Dr. Mario Zúñiga Núñez
Director de Tesis

CAMILO JOSE RETANA ALVARADO (FIRMA)
PERSONA FISICA, CPF-01-1190-0679.
Fecha declarada: 10/07/2023 11:23:43 AM
Esta es una representación gráfica únicamente,
verifique la validez de la firma.

Dr. Camilo Retana Alvarado
Asesor

ALEXANDER JIMENEZ MATARRITA (FIRMA)
PERSONA FISICA, CPF-01-0607-0350.
Fecha declarada: 10/07/2023 06:47:53 PM
Esta es una representación gráfica únicamente,
verifique la validez de la firma.

Dr. Alexander Jiménez Matarrita
Asesor

ADRIAN ESTEBAN VERGARA HEIDKE (FIRMA)
PERSONA FISICA, NUP-115200013319.
Fecha declarada: 11/07/2023 09:12:16 a. m.
Esta representación visual no es fuente
de confianza. Valide siempre la firma.

Dr. Adrián Vergara Heidke
Director

Programa de Posgrado de Doctorado en Estudios de la Sociedad y la Cultura

PRISCILA CARBALLO
VILLAGRA (FIRMA)

Digitally signed by PRISCILA
CARBALLO VILLAGRA (FIRMA)
Date: 2023.07.07 18:56:19
-06'00'

Priscilla Carballo Villagra
Candidata

Tabla de contenido

Resumen en español.....	v
Lista de cuadros	vi
Lista de ilustraciones.....	vii
Presentación	1
Introducción.....	3
1 .Algunas reflexiones metodológicas sobre los retos del estudio de las músicas populares y su industria.	8
2. La relevancia de analizar la industria discográfica en Costa Rica.....	12
3. Principales tendencias de investigación sobre industria discográfica en América Latina....	17
3.1 Desarrollo de la industria discográfica en países de la región	17
3.2 Industria discográfica y su relación con otras industrias culturales: radio, publicidad cine y videojuegos	20
3.3 Cambios tecnológicos de la industria discográfica y su impacto en las nuevas relaciones comerciales	21
Capítulo 1: La industria discográfica en su dimensión económica y simbólica	25
1.1 La industria discográfica como campo: aproximaciones desde los aportes de la sociología de la cultura y la musicología.....	26
1.2 Elementos conceptuales e históricos para entender la génesis del campo de la industria discográfica a nivel mundial.....	46
Capítulo 2: El establecimiento de la industria discográfica en la región en el periodo 1970 a 1986	59
2.1 Contexto Latinoamericano: inestabilidad política y las primeras industrias culturales.....	60
2.2 Contexto centroamericano: conflicto armado y los retos de la incipiente industria discográfica	70
2.3 Contexto costarricense: la creación de dos campos diferenciados para la música.	82
2.3.1 Música y poder: la construcción del campo de la música académica y el folclore con apoyo del Estado.....	83
2.3.2 De la cantina a la discomóvil: La construcción del campo de la música popular	94
Capítulo 3: El proceso de producción de discos en la empresa CBS INDICA.....	109
3.1 Las primeras grabaciones en el país.....	111
3.2 Caracterización de la empresa disquera CBS INDICA.	119
3.3 El proceso de fabricación de discos de vinilo.	129

3.4 Las reglas para el proceso de las grabaciones: regalías, contratos y registro de obras. ...	130
3.5 La venta de la empresa CBS INDICA a Sony Corp.	136
3.6 El capital simbólico de la empresa y su rol en la definición de reglas del campo	137
Capítulo 4: Caracterización general del catálogo de CBS INDICA	142
4.1 El aporte cultural de la reconstrucción del catálogo de CBS INDICA y el rol de los coleccionistas	144
4.2 Los sistemas de clasificación de música en la industria discográfica como recursos de análisis	147
4.3 Los inicios de un catálogo de música nacional grabada por CBS INDICA	150
4.4 Proceso de selección de la música que se grababa en CBS INDICA	152
4.5 La ampliación del catálogo por medio de la venta de servicios	155
4.6 La caracterización de un catálogo diverso	159
4.7 Representaciones minoritarias del catálogo: himnos, música académica y rock	163
Capítulo 5: Imaginarios de la nación: la música folclórica	169
5.1 Metodología de análisis de los imaginarios en el catálogo	171
5.2 El surgimiento y los usos del folklore en los estados nación del siglo XX	173
5.3 La conformación del catálogo de música folclórica	176
5.4 Los imaginarios de la nación en el catálogo	179
Capítulo 6: Imaginarios sobre el exotismo: la música tropical	195
6.1 Otredad y colonialismo en la música	196
6.2 La conformación del catálogo de música tropical	201
6.3 Imaginarios de la identidad fiesterera y el exotismo en la música tropical	204
6.4 Imaginarios de la mujer latina	217
Capítulo 7: Imaginarios sentimentales: la música romántica	225
7.1 Música y socialización afectiva	226
7.2 Los imaginarios del amor romántico en el catálogo	230
Conclusiones	242
Referencias	248
Anexos	256

Resumen en español

La música es una de las principales manifestaciones culturales de las diversas sociedades. A partir su proceso de captura en diferentes dispositivos, quedó inmersa en una serie de relaciones comerciales, que se complejizaron con los desarrollos tecnológicos llegado el siglo XX.

A partir de la creación de discos de LP esta industria alcanzó un amplio desarrollo comercial, y este dispositivo como artefacto cultural reprodujo sonoridades e imágenes que constituyeron parte del patrimonio sonoro y visual de diferentes países.

Este trabajo, se ocupa de analizar el auge de la industria discográfica para el caso de Costa Rica, teniendo como base el estudio de la primera empresa discográfica como proyecto exitoso que hubo en el país denominada Industria de Discos Centroamericana (INDICA) en tanto industria cultural que posibilitó la creación de grabaciones que constituyen parte de la historia fonográfica del país durante el periodo de 1970 a 1986.

Para esto se analiza las reglas del mercado que hicieron posible el funcionamiento de la empresa y las etapas del proceso de producción, pero además, se reconstruye parte de su catálogo y se analizan los imaginarios que este reprodujo a partir del estudio de las portadas y ejemplos canciones.

Algunos de los imaginarios analizados son: el imaginario de la nación en el caso de la música folclórica, los imaginarios del exotismo de lo latino a partir de la música tropical, y finalmente los imaginarios en torno al amor en el caso de la música romántica.

Esto se realiza a partir de un abordaje de investigación cualitativo que utiliza revisión de fuentes documentales, entrevistas a diferentes agentes de medio discográfico, y revisión de fonotecas físicas y virtuales.

Lista de cuadros

Cuadro 1. Algunos de los primeros sellos discográficos latinoamericanos.	65
Cuadro 2. Algunas características del mercado discográfico en Centroamérica en 1970.75	
Cuadro 3. Precio de los dispositivos de escucha de discos de vinilo en relación con los salarios para los años 1970, 1975, 1980, 1985.	103
Cuadro 4. Cantidad de discos del catálogo según categoría.	160
Cuadro 5. Cantidad de discos publicados por año de 1963 a 1986	161
Cuadro 6. Mujeres solistas o vocalistas de grupos grabadas por CBS INDICA.	162
Cuadro 7. Discos de música clásica grabados por CBS INDICA.	165
Cuadro 8. Síntesis del imaginario predominante en cada categoría del catálogo, su representación visual y la canción seleccionada.	173
Cuadro 9. Discos de música folclórica financiados por instituciones públicas grabados por CBS INDICA.	177

Lista de ilustraciones

Imagen 1. [Anuncio de fonógrafo]. (1900, 30 enero). <i>Revista Music Trade Review</i> , p. 8.3	
Imagen 2. [Anuncio de venta de rocola]. (1960, 7 de marzo). <i>Revista Billboard</i> , p. 66. 25	
Imagen 3. [Anuncio de la sección sobre Latinoamérica]. (1979, 3 de noviembre). <i>Revista Billboard</i> , p. 50.	59
Imagen 4. [Anuncio de la disquera colombiana Codiscos]. (1981, 24 de octubre). <i>Revista Billboard</i> , p. 89.	69
Imagen 5. [Anuncio de la empresa CBS]. (1981). <i>Revista Billboard</i> , p. 178.....	78
Imagen 6. [Anuncio de la disquera guatemalteca DIDECA]. (1981, 24 de octubre) <i>Revista Billboard</i> , p 52.	79
Imagen 7. [Anuncio de la disquera salvadoreña DICESA]. (1981, 24 de octubre). <i>Revista Billboard</i> , p. 94.	80
Imagen 8. Excluida música clásica del impuesto del 30%. (1972, 6 de agosto). <i>La Prensa Libre</i> , p 8.....	90
Imagen 9. [Anuncio de la discoteca Leonardo's]. (1979, 1 de noviembre). <i>La Prensa Libre</i> , p. 24.	101
Imagen 10. [Anuncio de venta de artefactos de sonido]. (1975, 13 de noviembre). <i>La Prensa Libre</i> , p.3.....	104
Imagen 11. [Anuncio de INDICA felicitando al programa Hola Juventud]. (1984, 7 de diciembre). <i>La Prensa Libre</i> , p 6.....	109
Imagen 12. [Anuncio de venta de gramófonos y fonógrafos]. (1905, 15 de diciembre). <i>La República</i> , p. 3.	112
Imagen 13. [Anuncio del empresario Perry Girton promocionando películas]. (1922, 5 de marzo) <i>Diario de Costa Rica</i> , p 8.....	116
Imagen 14. INDICA grabará los discos de mayor suceso mundial. (1963, 11 de febrero) <i>La Prensa Libre</i> , p. 3e.	120
Imagen 15. [Anuncio de primer disco realizado por la empresa INDICA]. (1963, 15 de julio). <i>La Prensa Libre</i> , p 6C.....	121
Imagen 16. [Anuncio de venta de tocadiscos y regalo de discos de INDICA], (1963, 20 de diciembre) <i>La República</i> , p 3.....	124
Imagen 17. [Noticia de la venta de INDICA a CBS]. (1966, 26 de marzo). <i>Revista Billboard</i> , p. 30.	125
Imagen 18. Sello de INDICA	142
Imagen 19. [Anuncio de INDICA convocando a artistas nacionales a presentarse con la empresa]. (1963, 29 de abril). <i>La Prensa Libre</i> , p. 4C.	151
Imagen 20. Instituto Nacional de Turismo (1981). <i>Rondalla del INS</i> [Álbum]. INDICA.157	
Imagen 21. [Noticia sobre la publicación del disco Himnos y Marchas de Costa Rica]. (1971, 28 de agosto). <i>La Prensa Libre</i> , p 15.	158
Imagen 22. Sirias, S. (1970). ... a toda máquina [Álbum]. INDICA.	159
Imagen 23. Jenson, D. (1974). <i>Dylana Jenson</i> [Álbum]. INDICA.	165
Imagen 24. Los Thunder boys (1966). A go gó [Álbum]. INDICA.....	166
Imagen 25. Café con leche. (1987). <i>Rock</i> [Álbum]. INDICA.	167

Imagen 26. Salazar, L (s.f). <i>Soque Lencho</i> . [Álbum]. INDICA.	169
Imagen 27. Ministerio de Cultura Juventud y Deportes (1975). <i>Concherías</i> . [Álbum]. INDICA.	178
Imagen 28. Marimba Diríá (1974). <i>Viva Guanacaste</i> . [Álbum]. INDICA.....	180
Imagen 29 Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes. (1982). <i>Música popular afrolimonense</i> [Álbum]. INDICA.....	181
Imagen 30. Cantares (1982). <i>Cantares. El canto del pueblo costarricense</i> [Álbum]. INDICA.	182
Imagen 31. Salazar, L (s.f.). <i>Adentro Lencho</i> [Álbum]. INDICA.	185
Imagen 32. Trío los ticos (1981). <i>Más típicas con Los Ticos</i> [Álbum]. INDICA.....	185
Imagen 33. Salazar, L. (s.f). <i>I diay... Lencho?</i> [Álbum]. INDICA.	188
Imagen 34. Padilla, M (1981). <i>Aromas del cedral</i> [Álbum]. INDICA.....	188
Imagen 35. Ferguson, W (1986). <i>Calipsos del Caribe de Costa Rica</i> [Álbum]. INDICA.....	191
Imagen 36. Acueductos y Alcantarillados (1987). <i>Festival el agua en la canción</i> . [Álbum]. INDICA.	191
Imagen 37. Los Hicsos. (1980). <i>La gran fiesta</i> [Álbum]. INDICA.....	195
Imagen 38. Vargas, O. (1978). <i>En algo...</i> [Álbum]. INDICA.	202
Imagen 39. Le Maire, E. (1976). <i>Le Maire y su Klan</i> [Álbum]. INDICA.....	205
Imagen 40. Solón Sirias y su tinaja brass. (s,f) ¡Solón! [Álbum]. INDICA.....	205
Imagen 41. Fuente: Sus diamantes. (1980). <i>El pollo</i> [Álbum]. INDICA.	207
Imagen 42. La banda. (1979). <i>La banda</i> [Álbum]. INDICA.....	209
Imagen 43. Jaque Mate (1986). <i>El cangrejo</i> [Álbum]. INDICA.....	212
Imagen 44. Los alegrísimos. (1981). <i>Increíble</i> [Álbum]. INDICA.....	213
Imagen 45. La empresa. (1988). <i>Cumbia soberana</i> [Álbum]. INDICA.....	216
Imagen 46. Navarrete, P. (1965). <i>El conjunto show de Navarrete ¡y su nuevo punto de vista!</i> [Álbum]. INDICA.	218
Imagen 47. La Banda (1987). <i>La Súper banda vs Mala Nota</i> [Álbum]. INDICA.	219
Imagen 48. Sus diamantes (1983). <i>Calientísimo</i> [Álbum]. INDICA.....	220
Imagen 49 Fuente: Los Hicsos (1989). 89 [Álbum]. INDICA.....	220
Imagen 50. Navarrete, P. (1964). <i>Entremeses</i> [Álbum]. INDICA.....	221
Imagen 51. Hernández, G. (1973). <i>Con mis recuerdos</i> [Álbum]. INDICA.....	225
Imagen 52. Gaviota. (1980). <i>Nostalgia</i> [Álbum]. INDICA.....	232
Imagen 53. Gilberto, H. (1977). <i>Historia de mi vida</i> [Álbum]. INDICA.....	233
Imagen 54. Neyra M (1973) <i>Memo Neyra</i> [Álbum]. INDICA.....	233
Imagen 55. Domingo, O. (1985). <i>Oscar</i> Imagen 55. (1984) Publicidad de	234
Imagen 56. Victory, F. (1985). <i>Frank Victory</i> [Álbum]. INDICA.....	235

Presentación

La música ha acompañado a nuestra especie desde sus primeros pasos y es, sin duda, una forma de expresión que ha permitido la creación de diversos espacios de sociabilidad a lo largo del camino. Aunque empieza como forma de expresión de temas eminentemente humanos, hacia mediados del siglo XIX e inicios del siglo XX, fue entrando de manera abierta al espacio del intercambio comercial. Esto a partir de su captura en un dispositivo de reproducción que permitía escuchar la música sin la presencia de las personas músicas y además, vender una copia. Para lograrlo las empresas comenzaron una larga competencia entre ellas en el proceso de crear artefactos de captura y reproducción de sonido rentables.

Esta historia de la producción de grabaciones sonoras para la comercialización comienza desde mediados del siglo XIX, pero es con la creación de los discos de vinilo, en 1948, cuando la industria de la música logró su mayor auge (Picornell, 2015). Los discos de vinilo, por la tecnología requerida y los materiales para su fabricación, estuvieron centralizados en empresas disqueras que determinaban qué se grababa, cómo, y dónde circulaba. Las empresas trabajaban conformando un catálogo, este consistía en una oferta al mercado de una gama de artistas que les permitían generar ganancia. Aunque la industria discográfica inició en grandes centros culturales e industriales, rápidamente, se expandió y se formaron grandes trasnacionales que monopolizaron el mercado a nivel mundial.

En este trabajo analizo el surgimiento de la industria discográfica en Costa Rica a partir del estudio de la empresa Industria de Discos Centroamericana (INDICA), fundada en 1963 y que en 1966, fue comprada por la trasnacional Columbia Broadcasting System (CBS) y pasó a llamarse CBS INDICA. Este es un trabajo pionero, que analiza 16 años de auge de la industria de 1970 a 1986 y permite comprender la génesis del campo de la música grabada que ayudó a crear un patrimonio sonoro en el país.

Para realizar este análisis, como se verá en los objetivos, esta investigación tiene dos grandes componentes, el primero referido a los procesos de producción de vinilos por la empresa y la conformación del catálogo y, por otro lado, el estudio de los imaginarios que se desprenden de dicho catálogo de música nacional recuperado.

El trabajo está estructurado de la siguiente manera, una introducción donde planteo los elementos centrales de la investigación como: los objetivos, la delimitación del tema, la relevancia de este, y las principales investigaciones sobre la industria discográfica en la región referentes para el estudio. En el primer capítulo incorporo el abordaje teórico base para analizar la industria discográfica a partir de varios autores dado el carácter interdisciplinario de este trabajo. En este mismo capítulo abordo los principales elementos para entender la génesis del campo de la industria a nivel mundial.

En el segundo capítulo presento un análisis de la conformación del campo de la industria discográfica en América Latina para comprender cómo esta industria creada en los grandes centros culturales como Estados Unidos e Inglaterra, llegó a la región y se reconfiguró con los agentes locales. De la misma manera, expongo su desarrollo en Centroamérica en un periodo muy convulso de la historia regional. Finalmente, refiero al desarrollo del campo para el caso costarricense.

En el tercer capítulo analizo a la empresa CBS INDICA y para esto hago un recorrido por las primeras experiencias de grabación en el país que fueron los antecedentes de la creación de la empresa. Posteriormente, abordo elementos centrales de su dinámica de creación y desarrollo en las décadas de 1970 y 1980. En el cuarto capítulo caracterizo el catálogo que se construyó de música nacional y el proceso de conformación de este por diversas vías.

En los capítulos cuatro, cinco y seis me dedico a analizar los imaginarios predominantes encontrados en el estudio de la conformación del catálogo a partir de las tres categorías donde se aglutinaron más grabaciones de LP, que eran música folclórica, tropical y romántica. Me detengo en cada uno de los capítulos a analizar cada una de ellas, a partir de insumos de la iconología y ejemplificando con algunas letras de canciones.

Finalmente, desarrollo algunas conclusiones del proceso y planteo nuevas vertientes de investigación desprendidas del trabajo realizado.

Espero que este trabajo siga aportando a la recuperación de la memoria colectiva de la música en el país y a la comprensión de los retos que sigue enfrentando el sector.

Introducción

BEST OF GIFTS



THE HOME GRAND GRAPHOPHONE

A GRAPHOPHONE is an ideal holiday present. In its train come all the delights enjoyed through the sense of hearing. With a Graphophone you can have vocal solos, the music of bands or orchestras, or of any instrument you prefer—monologues by popular comedians; sketches from famous plays; speeches by eloquent orators. On a Graphophone you can make instantly and reproduce at once records of the voice; of music; or of any sound. The HOME GRAND Graphophone—the crowning wonder of the art—reproduces with marvelous perfection of tone, and with the full volume and brilliancy of the original rendition. Its place in the talking machine art is at the very top.

REDUCED PRICE OF GRAND RECORDS,.....\$1.50 EACH.

THE REAL THING: NOT AN IMITATION

GRAPHOPHONES OF OTHER TYPES FROM \$5 UP

Music dealers can establish and build up a profitable business in graphophones. Liberal discounts allowed to the trade. Best selling season of the year now at hand.

WRITE FOR CATALOGUE M.

COLUMBIA PHONOGRAPH CO.

NEW YORK, 143 & 145 Broadway.
Retail Branch: 1155, 1157, 1159 Broadway.
PHILADELPHIA, 1032 Chestnut Street.

CHICAGO, 211 State Street.
BALTIMORE, 110 E. Baltimore Street.
WASHINGTON, 919 Pennsylvania Ave.
SAN FRANCISCO, 723 Market Street.

ST. LOUIS, 720-722 Olive Street.
BUFFALO, 313 Main Street.
CINCINNATI, 121 E. 4th Street.

PARIS, FRANCE, 34 Boulevard des Italiens.
BERLIN, GERMANY, 55 Kronenstrasse.

Imagen 1. [Anuncio de fonógrafo]. (1900, 30 enero). *Revista Music Trade Review*, p. 8.

La cultura es un espacio de disputas políticas de sentido, pues reproducen viejos o nuevos discursos sobre el arte, lo bello, lo culto, lo popular, los roles de género etc., sea desde la construcción del arte oficial o en su versión más comercial.

En el caso de la industria discográfica, desde la creación de diferentes artefactos para la captura, reproducción de la música y con ellos, de un catálogo musical, se elaboró un complejo proceso de producción. A partir de esto se creó una serie de discursos que fueron escuchados por el público masivo, alcanzando gran relevancia social en esta difusión de imaginarios.

La historia de la producción de grabaciones sonoras para la comercialización es extensa. Comienza con el fonógrafo de 1855, al gramófono de 1886, la vitrola en 1887 y el fonógrafo en 1888. Posteriormente, en 1930 se desarrollan los discos de vinilo que adquirieron su forma actual en 1948, cuando la empresa Columbia en Estados Unidos y posteriormente RCA Víctor los sacan al mercado. Años más tarde, concretamente, en 1963 es lanzado al mercado el casete y en 1982 el CD. (Picornell, 2015)

Estos desarrollos tecnológicos posibilitaron la captura del sonido e iniciaron la transformación de la música, que hasta ese momento era interpretada en vivo, en actos o rituales sociales al pasarla a un dispositivo fuera un cilindro, un disco o posteriormente un casete. Esta captura posibilitó una incipiente industria encargada de elaborar dispositivos que grababan la música, y de fabricar además el aparato que la reproducía, ambos debían ser comercializados al público.

La industria discográfica, como campo económico y artístico, tuvo su génesis de la mano de varios dispositivos antiguos ya señalados, pero es con los discos de vinilo, a partir de 1948, cuando se generó un mayor interés de las empresas estadounidenses y europeas por competir por el mercado internacional. Por la tecnología requerida y los materiales para su fabricación, la producción se centralizó en empresas disqueras quienes determinaban qué se grababa, cómo y dónde circulaba. Las empresas trabajaban conformando un catálogo, este consistía en una oferta al mercado de una gama de artistas, ritmos y discos diferenciados, que les permitían generar ganancia. Se trabajaba con un catálogo diversificado, ya que solo algunos productos eran rentables en el mercado al convertirse en *hit* de ventas y otros no, por lo que siempre implicaba un riesgo y era mejor diversificar la oferta y apuntar a distintos públicos.

La música pasó, abiertamente, a ser un objeto transable en el mercado, por esto se generaron diversos procesos de producción, distribución y consumo. Además, las grabaciones alteraron las relaciones laborales de las y los músicos con esto aparecieron debates sobre ganancias y derechos de autor. Se conformó así un entramado de empresas cuyas relaciones comerciales se complejizaron conforme la industria discográfica se hacía más grande. A partir de entonces: “para acumular ganancias, hay que vender un signo almacenable y ya no solamente su espectáculo”(Attali, 1977, p. 132).

Esta industria gestada en los grandes centros industriales y culturales, fundamentalmente, en Estados Unidos e Inglaterra, llega a América Latina y se desarrolla de maneras diversas, pues estuvo determinada por el avance económico y tecnológico en cada uno de los países. Pero en términos generales, fue un desarrollo que se dio en relaciones de dependencia con los centros de producción de bienes culturales en Estados Unidos y Europa.

En el caso del contexto centroamericano el inicio de la industria discográfica se da en las décadas de 1970 y 1980, épocas convulsas, ya que coinciden con el periodo de conflictos armados. Este lapso fue de gran inestabilidad en las reglas de intercambio de bienes fijados por el Mercado Común Centroamericano, producto de la crisis política, social y económica que estos procesos crearon. Sin embargo, en este contexto se generó un mercado regional discográfico con la apertura de las primeras disqueras en cada país, muchas de las cuales trabajaron a nivel regional. Empresas como Industria de Discos Centroamericana (INDICA) de Costa Rica, Discos de Centroamérica (DIDECA) de Guatemala, Discos Centroamericanos (DICESA) de El Salvador se crearon en ese contexto y lograron tener vínculos comerciales con sellos disqueros internacionales como: Capitol, EMI, o Motown (Billboard, 1970).

En Costa Rica, a partir de 1963 se crea la primer empresa discográfica con su propia planta de producción local, llamada Industria de Discos Centroamericana (INDICA). Sin embargo, se conoce poco sobre el desarrollo del sector, en la bibliografía revisada no detecté ningún estudio que diera cuenta de los procesos de producción discográfica de la música nacional como: rock, salsa, baladas, chiqui chiqui, etc, que conforman parte de la vida cultural del país. Comprender el auge de esta industria discográfica es, justamente, la base de la presente investigación, lo que implica llenar un vacío en la memoria de cómo se construyó este patrimonio sonoro.

En Costa Rica la llegada de la tecnología de música grabada se dio rápidamente, como lo plantea Vargas (2004). Desde 1896 se registran los primeros aparatos de fonógrafo y en 1915 se introducen las vitrolas. En este incipiente mercado de la reproducción musical de inicios del siglo XX, la posibilidad de escuchar música en la casa, y repetir las canciones al gusto del escucha fue de interés de diferentes sectores. Aunque en sus inicios solo estuvo al alcance de los hogares de las clases altas, posteriormente, también, los dueños de comercios como bares y restaurantes de San José querían ofrecer este entretenimiento para atraer clientes. Con estos inventos se empezó a estructurar un mercado de la música grabada que vendió cada uno de los nuevos artefactos de grabación y creó una oferta de discos.

El mercado de la venta de música en el país se basaba fundamentalmente en la música importada, pero poco a poco surge la necesidad de grabar música nacional. Algunas bandas logran hacer grabaciones en el extranjero, pero los empresarios locales empiezan a ver la necesidad de grabar en el país. Es con la creación de Industria de Discos Centroamericana (INDICA) en 1963, que se concreta un proyecto empresarial exitoso para la producción local de discos.

En esta investigación analizo la empresa INDICA (renombrada como CBS INDICA a partir de 1966) por dos motivos: porque fue la primer empresa discográfica como proyecto comercial exitoso creada en el país, que además tuvo planta de producción, y a partir de esto fue la de mayor importancia en la grabación de música nacional en las décadas de 1960 a 1980 (Román: 2018). Esta empresa se convirtió en un agente cultural central, pues por sus estudios pasó todo el patrimonio sonoro de esas décadas y recreó una serie de imaginarios fundantes de la música costarricense. Por esto, el objetivo principal de este trabajo es analizar el auge de la producción discográfica en Costa Rica, en tanto industria cultural que posibilitó la creación de grabaciones que constituyen parte de la historia fonográfica del país durante el periodo de 1970 a 1986, a partir del estudio de dicha empresa.

Al referirme al auge de la industria, remito al momento de mayor producción de discos de música grabada, es decir, tiene una noción numérica, pero también el rol hegemónico que ocupó esta empresa en dicha producción.

Para el análisis en esta investigación tomé como base autores de la sociología de la cultura como Bourdieu con categorías como: campo, habitus y capital y, también, a Adorno con su desarrollo teórico sobre industrias culturales. Asimismo, utilizo otras elaboraciones

teóricas como los aportes de Castoriadis al concepto de imaginario social. Además, por la complejidad del tema de estudio, esta investigación tiene un carácter interdisciplinar, por lo que utilizo aportes de la musicología para entender el rol que ha tenido este arte en diferentes contextos.

Para poder concretar el análisis de la industria discográfica en el país trabajé a partir de cuatro objetivos específicos:

- Identificar las reglas del mercado de bienes culturales en Costa Rica en el período de estudio, que generaron la base de las condiciones de producción de esta industria.
- Estudiar las etapas del proceso de producción de discos de vinilo, que permitieron la elaboración de estos bienes culturales por parte de la industria fonográfica.
- Caracterizar el catálogo de música nacional grabado en esta industria en el período de estudio, el cual posibilitó la conformación de una oferta de música en el país.
- Determinar los imaginarios sobre la música nacional que generó esta industria cultural a partir de la circulación masiva de dichos catálogos.

Para la definición temporal del estudio, si bien en el año 1963 se inaugura Industria de Discos Centroamericana (INDICA), esta empresa inicia fundamentalmente con música internacional y es recién entrada la década de 1970 cuando de manera más sistemática reproduce música local (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021). Por ejemplo, en la base de datos elaborada para esta investigación sobre producción discográfica de esta empresa, de 190 discos de LP registrados y grabados por este sello disquero, solamente, 20 son de la década de 1960. De manera que este fue el inicio de la empresa para conformar un mercado de música grabada localmente, pero el auge de producción nacional se da a partir de la década de 1970, por lo que tomo este como inicio del estudio. El año de cierre lo fijé en 1986, año en que la empresa es vendida a Sony Music y, paulatinamente, deja de producir vinilos, dos años después desmantela su fábrica de discos en el país, por la caída en las ventas, finalizando el ciclo de esta forma de reproducción de música (Román,

2018). Para este estudio analicé estos 16 años, periodo de auge de la industria, la cual tuvo los vinilos como la tecnología predominante.

Dada la complejidad del tema, al ser la primera investigación realizada y al abarcar 16 años de desarrollo de la industria, de las tres fases de elaboración de un bien que son: producción, distribución y consumo, me centré en las condiciones de la fase de producción y como señalé en los objetivos analicé los elementos económicos de esta fase (reglas del mercado, etapas del proceso de producción). Además, al hacer referencia a un bien con gran valor simbólico, analicé aspectos simbólicos del bien generado (caracterización del catálogo de música nacional creado y los imaginarios desprendidos de este).

1. Algunas reflexiones metodológicas sobre los retos del estudio de las músicas populares y su industria.

Analizar las músicas populares y en este caso la industria, que fue la base para su difusión, implica un reto para la investigación académica al cual quiero hacer referencia para entender la estrategia metodológica que construí. Si bien en esta investigación, no abordé solamente la música popular, sino todo el repertorio de música nacional grabado, al ser una empresa con fines comerciales, el peso del registro y la producción era la música popular y por eso enmarco en ese debate algunas de mis reflexiones.

Posiblemente, uno de los retos mayores en esta área de investigación son los temas del registro y el archivo: En contextos culturales marcados por el conflicto colonial, como los latinoamericanos, el debate sobre qué se archiva y se conserva para quedar en la memoria de las artes y ser estudiado es complejo. En general, en el caso de la música encontramos archivos formales sobre las músicas académicas, que son de alguna manera las que “vale la pena recordar”. Existen diferentes iniciativas institucionales como: la Fonoteca de la Biblioteca Nacional, el Archivo Universitario Rafael Obregón Loría de la Universidad de Costa Rica, etc, donde se guardan estos registros con las formalidades técnicas y requerimientos del caso. Pero con la música popular existe un problema generalizado de ausencia de registros y de falta de interés institucional por preservarlos, lo anterior dificulta rastrear algunas dinámicas de estas músicas.

Por ejemplo, las radios hicieron muchas grabaciones desde las primeras orquestas de las décadas de 1930 y 1940, radios como Reloj y Casino, tenían un gran acervo musical que nunca fue de interés del Estado para conservarse. Esto generó que en un incendio en Radio Casino en la década de 1970 se perdiera todo este material. De igual manera, espacios muy importantes de la cultura popular como el Estudio Tassara, donde se grabaron muchas de las grandes orquestas, fue vendido sin apoyo estatal para su conservación y en esta línea abundan ejemplos. De manera que este patrimonio popular no ha sido resguardado y producto de esto, muchos de los materiales se han perdido, y otro tanto, están en archivos personales (entiéndase, generalmente, bolsas, cajas de cartón o plástico, folders, baúles, etc) sin condiciones adecuadas para su conservación.

En este contexto de fragmentación de registros, el reto de desarrollar este trabajo lo he solventado proponiendo una metodología basada en investigación cualitativa. Esta elección se debe a las características del objeto de estudio, pues esta remite a una serie de relaciones sociales y económicas que posibilitaron esta industria. Como el tema no ha sido explorado en otros estudios, requirió la reconstrucción de las dinámicas de la industria discográfica desde sus actores, entretejiendo los hallazgos con triangulación de la información brindada entre ellos y con fuentes documentales y esto lo permitió la investigación cualitativa. En relación con las técnicas de recolección de información, dadas las complejidades de los registros señalados anteriormente, utilicé tres: la entrevista, la revisión documental, y la revisión de bases de datos fonográficas.

En cuanto a la entrevista trabajé con entrevista en profundidad, y según la clasificación ofrecida por Mejía (2014), utilicé entrevista semi-directiva. Para la definición de las personas a entrevistar, con base en los aportes de Insunza (2016) determiné algunos actores claves del sector discográfico para la fase de producción, centro de interés de esta propuesta. Los actores son: compositor o editor, músicos como autores y/o intérpretes, puestos gerenciales (manager, productor artístico, ventas, editores), fabricante, técnicos y obreros de las fábricas de discos (Insunza, 2016, pp 173-174). A partir de esta ubicación de actores del proceso y con una búsqueda de contactos en el medio musical costarricense, entrevisté a cinco personas:

1. Músicos de diferentes géneros musicales, quienes publicaron discos de vinilo con esta empresa en el periodo de estudio: Ricardo Molina, del grupo Karibú

(disco 1981, 1983 con CBS INDICA), Alfredo “Chino” Moreno del manager de los grupos Manantial y La Banda (discos en 1979, 1980, 1982 con CBS INDICA), y Gerardo Duarte miembro de la marimba Diriá (disco en 1972 con CBS INDICA).

2. Exfuncionarios de puestos gerenciales de disqueras: Rafael Rojas, quien fue encargado de ventas de CBS-INDICA y asistente en el Departamento de Arte y Repertorio de esta empresa. Además entrevisté a Lilliana Hernández, quien fue asistente del Departamento de Arte y Repertorio de la empresa en temas de regalías de pago de derechos a personas músicas y compositoras.

Además de esto realicé las siguientes entrevistas:

1. Personas investigadoras: entrevisté al señor Mario Zaldívar, investigador sobre las primeras orquestas del siglo XX en el país para conocer información sobre las primeras experiencias de grabaciones en las radios y los primeros estudios de grabación realizados en el país y antecesores de la disquera CBS INDICA.
2. Coleccionistas: como se explica, posteriormente, trabajé con dos coleccionistas de música nacional, Daniel Ortuño y Jorge Webb, para reconstruir parte del catálogo de la empresa. A ellos también los entrevisté sobre las principales tendencias que analizan sobre esta producción.

Para este proceso de entrevistas el criterio de salida del campo fue por saturación, y adjunto como anexo una guía general de los temas de la entrevista (Anexo 1).

La segunda técnica utilizada fue la revisión de fuentes documentales, trabajada en tres direcciones: Primero, la revisión de documentos en el Archivo Nacional sobre la empresa. Segundo, la revisión del periódico La Prensa Libre, ya que este tenía los días viernes una sección titulada “Junto a los artistas nacionales”, donde se daba seguimiento a la salida de discos. De este medio revisé los meses de noviembre y diciembre del periodo 1970 a 1986, ya que a partir de entrevista con personeros de la empresa, los discos LP eran publicados mayoritariamente a final del año para garantizar las ventas.

La revisión documental la realicé a partir de la definición previa de temas de interés rastreados en los documentos como se evidencia en el Anexo 2 de operacionalización de variables.

Estas técnicas de entrevista y revisión documental me permitieron recolectar la información necesaria para analizar la historia de creación de la empresa CBS INDICA, su proceso de producción y los criterios de conformación de un catálogo de discos, lo cual lo analizo en los capítulos 3 y 4 de este documento.

Finalmente, para la reconstrucción del catálogo de música producida en discos de vinilo LP (Long play) por la empresa, ante la falta de respuesta de varios funcionarios y funcionarias de Sony Music (dueño de los derechos de CBS INDICA), a mis solicitudes del catálogo de lo grabado por CBS INDICA, decidí hacer una reconstrucción colectiva de la mayor parte del catálogo grabado en los años de estudio. Para esto, utilicé varias estrategias; la primera fue revisión de varias bases de datos fonográficas que son: la Data Base Discogs que es una plataforma colaborativa donde las personas suben a un App sus colecciones personales y esto a su vez alimenta una base de datos. La segunda fue la revisión de la Fonoteca de la Biblioteca Nacional, el Archivo Universitario Rafael Obregón Loría de la Universidad de Costa Rica, y la Fonoteca de las Radioemisoras de la Universidad de Costa Rica. Sin embargo, aunque pude encontrar algún material, la mayoría del registro de estos lugares es música académica.

Y la tercer estrategia fue el trabajo de levantamiento de los archivos fonográficos de dos coleccionistas de música nacional a quienes, además, entrevisté para conocer sus valoraciones sobre los catálogos de la empresa, estos son: Daniel Ortuño, Jorge Webb. Este trabajo fue complejo, pero es muy relevante, ya que implica el primer registro nacional sobre grabaciones de música de la época. Este trabajo de reconstrucción del catálogo de las dos décadas en estudio me permitió registrar 190 discos LP. La información recopilada la organicé por grupo o solista, el nombre de la producción, la portada, el año, el título de las canciones y si era prensaje a nombre de INDICA o de otro sello o institución y se presentan como anexo.

Así estas diferentes estrategias de aproximación a la memoria de la empresa, permitieron triangular la información entre actores y fuentes y en este constante cotejo se pudo reconstruir los momentos más importantes de la empresa.

Ahora bien, una vez terminada esta fase de reconstrucción de un catálogo de la empresa, para realizar el análisis de este, primero realicé una cuantificación por categoría musical y utilicé las categorías que a partir de entrevistas eran comunes en la empresa para clasificar lo producido, de manera que los discos se ubicaron en: himnos y marchas, música clásica, folclore, tropical, romántica y rock. A partir de esto determiné cuales eran las categorías con mayor representación numérica en el catálogo recuperado (esto lo explico en detalle en el capítulo 4) y procedí a analizar las tres categorías que agrupaban la mayoría de discos del catálogo, estas son: folclore, tropical y romántica.

Cada una de estas categorías están analizadas en los capítulos 5, 6 y 7, donde ubico los principales imaginarios sociales en cada una de ellas, por medio análisis de las portadas de los discos con los aportes de análisis iconológico de Panofsky (2012) y ejemplificación de algunas de las letras de las canciones.

Una vez realizadas estas aclaraciones sobre los retos de trabajar estos temas desde la investigación académica y cómo los solventé en el proceso, considero necesario plantear la relevancia del tema de estudio y el balance de investigaciones encontradas en el proceso de revisión documental.

2. La relevancia de analizar la industria discográfica en Costa Rica

Una pregunta que puede surgir al leer este trabajo de investigación es ¿por qué resulta relevante estudiar la industria discográfica en el caso de Costa Rica?, A continuación, expondré algunos argumentos centrados en dos aspectos: la relevancia económica de la industria discográfica, como una de las industrias culturales más grandes a nivel mundial, lo que permite analizarla en su importancia financiera. Y, además, la relevancia de la industria discográfica como productora de bienes simbólicos que reproducen imaginarios sociales.

En relación con la importancia económica de la industria discográfica es necesario plantear que la música es una práctica cultural central en la sociabilidad humana. Esto le ha permitido convertirse en la base de los rituales individuales y colectivos de todas las sociedades hasta nuestros días.

La música siempre estuvo articulada a relaciones comerciales, pero esta se termina de transformar en mercancía y se inserta en la economía por medio de dos procesos: la representación en salas o lugares donde se paga para su disfrute, y, también, con su captura y repetición por medio de los dispositivos de reproducción (Atalli, 1977). A partir de estos procesos se genera un entramado de relaciones sociales y económicas donde entran en juego obreros, técnicos de sonido, productores, promotores, vendedores, músicos, arreglistas, publicistas, estructuras de impuestos, exoneraciones, acuerdos comerciales internacionales, acuerdos sobre derechos de autor, tratados de libre comercio, etc. Esto generó la dinamización de muchos sectores productivos por medio de diferentes encadenamientos para la producción de discos. Paralelamente, se fue creando un consumidor de música, una serie de procesos de comercialización y difusión para generar la necesidad, así como para ofertar el bien cultural producido y concretar su consumo. Ambas dinámicas crearon procesos de acumulación que han convertido a la industria discográfica en un sector económico digno de ser estudiado.

La industria discográfica es una de las industrias culturales más importantes, financieramente a nivel mundial y con crecimiento permanente, por ejemplo, según el informe de la Federación Internacional de la Industria Fonográfica (2019) para el año 2018 los ingresos globales del mercado de música grabada fueron de 19.1 mil millones de dólares. Para comprender las dimensiones adquiridas por este sector y su alcance es necesario conocer sus orígenes, incluso, en países pequeños como Costa Rica, en donde el proceso tuvo características diferenciadas a las grandes urbes latinoamericanas. Este inicio y auge del mercado estuvo vinculado a la producción de discos de vinilo en el periodo abordado en este trabajo.

Justamente, para analizar la dimensión económica de relaciones de intercambio generadas por esta industria, planteo los primeros dos elementos analizados en esta investigación: las condiciones del mercado que posibilitaron el inicio de la industria en el país y el proceso de producción de discos de vinilo en ese periodo en una economía pequeña como la costarricense.

Pero además de esta importancia financiera de la industria discográfica existe otro proceso social paralelo que evidencia la relevancia del tema. La captura de la música y la industria, creada a partir de los inventos posteriores, generó la difusión masiva de la música

popular a partir del siglo XX. Es decir, una serie de catálogos discográficos que llegaron a los públicos ya no solo de las élites, sino a los sectores jóvenes, obreros, campesinos etc, así, la música se masificó y los discursos que ella encarnaba también (Cañardo, 2017, p 145).

La creación de estos catálogos de oferta de música popular masiva fueron dominados por las disqueras. En esta decisión se evidencia que la industria discográfica además de elaborar un bien material como es un disco, genera un bien simbólico, pues la música desde su discurso y sus musicalidades, reproduce imaginarios y construye subjetividades, como plantea (Torres, 2012):

Cuando las empresas discográficas adquieren, desarrollan y promocionan un artista nuevo, Negus analiza que “la intuición con la que el staff discográfico adquiere nuevos músicos o canciones rentables, está basada en creencias informadas por una serie de divisiones de género, clase y raza” (Negus, K. 1999:20). La música reproduce valores y modos de vida, con los productos musicales se crea cultura, de ahí la importancia de analizar la industria de la música con una doble visión: como un producto industrial a la vez que un bien simbólico, creado a partir de ciertas prácticas culturales y destinado a reproducirlas. (p. 127)

Así, la masificación de la música, la creación de un catálogo seleccionado para ser difundido reproducen prácticas culturales y espacios de disputa de sentidos, esto está relacionado con lo que Bourdieu denomina la “construcción social del gusto” (Bourdieu, 2010). Para el autor el gusto es históricamente construido y socialmente determinado y evidencia esta otra dimensión simbólica del bien material del disco de vinilo. Y por esto el tercer y cuarto componente estudiado en este proceso que es caracterizar el catálogo, es decir, cómo se conformó y cuáles fueron los imaginarios de música nacional que se reprodujeron.

Ahora bien, una vez señalada la relevancia económica y a nivel de producción simbólica de la industria discográfica, es importante plantear los motivos que llevan a delimitar el objeto de estudio en relación con tres aspectos: por qué analizar una empresa como CBS-INDICA, por qué trabajar específicamente los discos de vinilo, y por qué analizar

las formas de producción, pero también, el catálogo grabado por la empresa? A continuación, señalo algunas precisiones necesarias para comprender esta delimitación del objeto.

Cuando se refiere a industrias culturales, generalmente, se piensa en centros en grandes urbes y cabe en este diseño de investigación la pregunta de si en el caso de la Costa Rica de 1970 y 1980 se podía hablar de una industria discográfica en el caso de la empresa seleccionada. En este caso considero que sí se puede hablar de una industria cultural por dos motivos:

La escogencia de la empresa CBS-INDICA para el estudio se debe como ya se mencionó a que fue la primera empresa exitosa en el país que, además, tuvo la primera planta de producción de vinilos, pero también, a que monopolizó por varios años el mercado de grabación de música nacional. Esta empresa fue parte de un entramado de industria discográfica internacional al ser comprada muy tempranamente en 1966 por CBS, que fue una de las grandes del campo a nivel mundial del período con presencia en varios países del orbe. Al ser parte de esta gran empresa, CBS-INDICA comercializó en la región otros sellos internacionales de gran relevancia y empezó a trabajar a nivel regional desde sus inicios. De manera que estoy haciendo referencia a una empresa local, pero con complejas relaciones internacionales como parte de una industria cultural de la música.

Otro elemento importante de aclarar en la delimitación del objeto de estudio es la escogencia de trabajar con los discos de vinilo producidos por dicha empresa. Como sector industrial y tecnológico en los años de estudio de 1970 y 1980, las técnicas de grabación más populares fueron tres: el disco de vinilo, seguido por el 8-track, que es un antecesor del casete en un formato bastante más grande y finalmente el casete. A pesar de que estas tres tecnologías estuvieron presentes en el periodo, la que domina las ventas y la producción fue el vinilo y fue, por tanto la base de la industria (Insunza, 2016).

Esta industria se ha comportado a lo largo de la historia de manera cíclica como plantea Insunza (2016), pues cada avance tecnológico implicó un reacomodo general de la industria y de todas sus estrategias productivas y comerciales. Por ejemplo, el paso de los cilindros de cera al vinilo, luego al 8-track, y al casete, luego al Cd, fueron ciclos de reorganización comercial. En este caso entonces, estoy analizando un ciclo de la industria marcado por la producción de vinilos y sus dinámicas específicas. Este proceso inicia en 1963, cuando se crea la empresa CBS INDICA, la cual llega a su auge de producción de

discos a partir de 1970 y finaliza en 1986 cuando se vende la empresa a Sony, por las caídas de las ventas del disco de vinilo, ante la llegada del CD y se desmantela la fábrica que existía en Moravia.

Así, la relevancia de la escogencia de esta tecnología se basa en que fue predominante en el mercado en las décadas de estudio y en que constituye un ciclo dentro del proceso de producción de la industria.

Finalmente, la otra delimitación del objeto remite a analizar en la fase de producción los dos elementos económicos ya señalados, las reglas de intercambio de bienes culturales, así como las formas de producción, pero además, se contempla un tercer aspecto simbólico la caracterización del catálogo de música nacional construido en esta fase y los principales imaginarios. Para comprender ese último aspecto simbólico es trascendente explicar que las industrias discográficas trabajaban con un catálogo que era un conjunto de artistas, discos y ritmos musicales ofertados de manera simultánea al mercado. Esto lo hacían como estrategia comercial para enfrentar la incertidumbre en las ventas, pues en general, se plantea que de cada 10 discos lanzados al mercado, solo dos de ellos podían ser éxito en ventas, de manera que esos dos solventaban las otras inversiones (Calvi: 2006 p 15).

Estos catálogos, en el caso de América Latina, eran un balance entre música internacional y una oferta de música nacional. Por esto para la presente investigación se analiza el catálogo grabado en la empresa CBS-INDICA y concretamente, lo que esta denominaba música nacional, para estudiar cómo estaba conformado, para evidenciar los ritmos y las características de esta producción creada. El análisis de este catálogo, además, implica revisar parte del patrimonio sonoro de música vendida comercialmente en el país.

Analizar esta industria discográfica a partir de la historia de la empresa CBS-INDICA permite comprender el espacio cultural costarricense desde otro lugar, aportando a la historia de la música, que ha estado en la base de las dinámicas sociales del país. La industria que creó un mercado y un consumo a partir de una oferta musical que ha cruzado la vida de miles de personas. Desde las grabaciones de música académica, y de orquesta, pasando por el folcklore, hasta las baladas de grupos como Gaviota, pasando por los inicios del rock con grupos como Los Thunder Boys, o bien, los grupos de chiqui chiqui como La Banda, que llenaron los salones de baile costarricenses en los ochentas y se convirtieron en un fenómeno

comercial sin precedentes en la industria nacional. Estudiar el periodo de auge de esta industria es el propósito de este trabajo.

3. Principales tendencias de investigación sobre industria discográfica en América Latina

Al realizar la revisión de investigaciones existentes sobre la industria discográfica, delimité el periodo temporal a los últimos 15 años. El material encontrado da cuenta de que este tema es abordado desde diferentes disciplinas como: la comunicación, antropología, sociología y la musicología.

Existen varios temas de estudio que aglutinan los abordajes encontrados: análisis del surgimiento y desarrollo de la industria en países concretos, la relación de la industria discográfica con otros sectores como el cine y la publicidad y el papel de la tecnología en el desarrollo de esta industria. Durante inicios del siglo XX las industrias culturales se desarrollaron articuladas entre sí y reforzándose económica y tecnológicamente una a otra, pues los avances en descubrimientos de artefactos alimentaron varias industrias, simultáneamente. De la misma manera como estas industrias incipientes a inicios del siglo estaban generando públicos para que compraran sus bienes, el desarrollo de la publicidad fue fundamental para posicionarse en el espacio cultural.

A continuación planteo las investigaciones más relevantes encontradas y sus aportes al presente estudio.

3.1 Desarrollo de la industria discográfica en países de la región

El inicio de la industria discográfica y su desarrollo particular en el contexto latinoamericano, ha sido un tema abordado en varios países. Con base en la revisión de los estudios que menciono a continuación, queda en evidencia los desarrollos temporales desiguales de la industria discográfica a partir de la década de 1940, marcados por el tamaño de los mercados nacionales y por el desarrollo tecnológico, económico y cultural de cada uno de estos países.

Por ejemplo, para el caso colombiano Arcos (2008) propone que en 1943 llega a ese país la primera máquina para fabricar discos, en Chile Gajardo (2011) plantea que el desarrollo de la industria se da en la década de 1960, en Cuba Lázaro, Sochi y Quesada (2011) exponen que en la década de 1960 aparecen los primeros sellos llamados Areíto y Siboney de la Empresa de Grabaciones y Ediciones Musicales conocida como el EGREM. Por otro lado, en Ecuador Altamirano (2008) ubica el punto más importante de auge de la industria en 1960, y en México esto sucede en 1950, conocido como la época dorada cuando ese país ya es un referente de la música regional (Torres, 2012). Finalmente, en Uruguay la investigación de Garrido (2016) menciona que la primera producción de un disco estéreo se da en 1960. Estas investigaciones analizan para cada contexto los retos enfrentados por estas industrias locales y la relación establecida con los grandes consorcios internacionales para negociar sus catálogos y para el crecimiento del sector. De esta forma, el desarrollo de la industria en la región a partir de la revisión de los trabajos mencionados, ha estado marcado por dos características comunes: la relación de dependencia con empresas extranjeras para su desarrollo, y la vulnerabilidad ante cambios políticos en los diferentes países.

Las empresas productoras de discos de Estados Unidos, como RCA Víctor hicieron sedes en varios países de América Latina centralizando la producción. En algunos casos, en economías más grandes como México y Argentina, existieron empresas disqueras independientes de diferentes tamaños para mercados locales o regionales, aunque estas siempre mantuvieron una relación con la industria norteamericana por el tema de la compra de maquinaria para elaborar los discos o las materias primas. La centralización del mercado fue la constante, pues grandes empresas transnacionales como Universal, Sony, EMI y Warner para la década de 1990 ya controlaban el 80% del mercado discográfico en español (Calvi, 2006).

Además la industria discográfica, al igual que otros espacios de la cultura, se vieron afectadas en su desarrollo por los procesos políticos convulsos en los países de la región. Se debe recordar que las décadas de 1970 y 1980 estuvieron marcadas por el debilitamiento de las democracias y las estrategias represivas de parte de varios gobiernos en Centro y Suramérica y esto afectó todos los sectores económicos locales. Por ejemplo, Garrido (2016, p. 20) plantea que en Uruguay en periodo de la dictadura la censura a artistas y el exilio de

estos generó que las empresas disqueras se dedicaran a grabar discos para el extranjero, como forma de subsistencia.

La mayoría de los trabajos citados sobre el tema son descriptivos y plantean una reconstrucción histórica de la aparición de la industria para abordar la construcción de los catálogos de música en cada país, con la revisión de diferentes fuentes documentales de las empresas y entrevistas a informantes claves del sector. Metodológicamente, los trabajos evidencian la diversidad de fuentes a las que se puede acudir para reconstruir la escena de la música en la que no siempre se encuentran fuentes documentales amplias. En este sentido, un texto referente en la forma como investiga y reconstruye el desarrollo de la industria es el libro titulado *Fabricas de músicas: comienzos de la industria discográfica en la Argentina (1919-1930)*, de Mariana Cañardo (2017). Este argumenta con gran nivel de detalle las características fundamentales del sector, utilizando una diversidad de fuentes de consulta como: entrevistas a productores, músicos, revisión de documentos comerciales de las empresas e incluso la publicidad hecha en estos periódicos por las disqueras. Este es un texto de gran consistencia analítica y metodológica, sin duda, referente primordial para este trabajo.

Sobre el desarrollo de la industria discográfica en Costa Rica no se encontraron estudios en el tema, de manera que esta investigación es novedosa y viene a complementar los trabajos anteriormente citados realizados: en Colombia, Chile, Cuba, México, Ecuador, Uruguay. Incluso, a nivel centroamericano, no se encuentran estudios similares.

En Costa Rica existen dos trabajos que profundizan temas de ritmos y escenas musicales y trabajan algunas características de la industria, uno de ellos es la tesis de Román (2018) titulada *Procesos de simbolización e industrialización de la música costarricense de los años ochenta: el caso del fenómeno musical llamado chiqui chiqui*. En este trabajo se señala, para la década de los ochenta, algunos elementos de la industria, como las formas de comercialización de este ritmo que fue un fenómeno comercial muy exitoso. La otra tesis que brinda una aproximación a la industria discográfica es de Vargas (2015) titulada *Transformaciones en el campo de la música popular bailable en Costa Rica en la década de 1985-1995*. Aunque este trabajo aborda un periodo posterior al de esta investigación, realiza una caracterización general de la escena de la música popular en el país a finales de 1980, aunque no se detiene a analizar la industria discográfica, sí brinda elementos de contexto.

Las investigaciones citadas en este apartado brindan dos aportes principales: primero contextualizar cómo se desarrolla la industria discográfica en América Latina, y aunque en Costa Rica no encontré trabajos sobre el tema, las dos tesis citadas brindan elementos generales de la relación entre industria y escena de música a nivel nacional. Segundo, los trabajos evidencian una estrategia metodológica con diversificación de fuentes de consulta para lograr la triangulación de la información y algunas de estas formas de recolección de información fueron utilizadas en la estrategia metodológica de este proceso de investigación.

3.2 Industria discográfica y su relación con otras industrias culturales: radio, publicidad cine y videojuegos

La industria discográfica se ha articulado con otras industrias culturales históricamente, siendo las primeras la radio y la publicidad. Posterior a esto se articula con el cine, y más recientemente con otros sectores como la industria de los videojuegos. Todas estas formas de la industria cultural han buscado el complemento de la música para su desarrollo y he encontrado algunas investigaciones relacionadas a estos vínculos.

La relación entre la industria discográfica y la radio es la más antigua, pues algunas de las primeras grabaciones fueron hechas en radios. También, la comercialización de discos pasaba por estas empresas, de manera que las disqueras debían establecer vínculos para promocionar sus productos con el gran público. En estas relaciones entraban en juego varios actores, primero los dueños de las radios que ya tenían su público delimitado por grupo de edad y géneros musicales, pero como manifiesta Gajardo (2011) había otros personajes relevantes: que eran los “disc-jockey” y los programadores de las emisoras. Los “disc-jockeys” decidían la programación en su espacio radial, y generalmente, tenían una línea musical definida, mientras que los programadores decidían una serie de repertorios durante todo el día. Por tanto, ambos eran agentes culturales importantes al establecer la oferta.

En cuanto a la televisión Viñuela (2007), Selva (2011) y Rodríguez y Aguaded (2014), por ejemplo, proponen el vínculo histórico que se da entre la industria discográfica, la televisión y la producción audiovisual, a partir de la creación de los videoclips que se convirtieron en otra forma de promocionar la música. Con la popularización de la televisión en los hogares, se difundió el videoclip que se convirtió en una “herramienta de

comunicación comercial” (Selva, 2011, p. 3) o bien, como plantea Sedeño (2007) una “mercanarrativa”.

Con respecto a la relación de esta industria con la publicidad en el libro *La musicidad. Las relaciones comerciales y culturales entre la industria discográfica y la publicidad*, Sánchez (2009) menciona la estrecha relación existente entre la publicidad y la música. Esta se publicita por medio de radio, videoclips, música en vivo, musicales, cine, programas de televisión, y a la vez, es usada para vender infinidad de productos. Rápidamente, los publicistas descubrieron la facilidad de transmitir un mensaje y quedar en la mente de los consumidores con ritmos musicales asociados a los productos, así que es ya una relación histórica.

Más recientemente, pero en menor cantidad se encuentran algunos trabajos que abordan la relación de la industria discográfica con un sector de gran dinamismo que es el de los videojuegos. Entrena (2017) propone que desde su surgimiento los videojuegos van acompañados de efectos de sonido, pero que a partir de 1970 se empiezan a introducir melodías. Posteriormente, se empieza a contratar músicos profesionales para componer la música de los videojuegos (Entrena, 2017, p. 82), lo cual ha implicado un nuevo espacio de mercado para la producción musical.

De estos trabajos revisados, el principal aporte por el periodo de estudio de la presente investigación, es la relación de la industria discográfica con industrias culturales como la radio y la televisión. Se evidencian algunos actores importantes en el entramado de industria de la música, pues como planteo al inicio del apartado, las industrias culturales construyeron un sistema de creación de artefactos culturales, de construcción de mensajes y símbolos que transformaron las prácticas de consumo que se tenían antes de su creación.

3.3 Cambios tecnológicos de la industria discográfica y su impacto en las nuevas relaciones comerciales

La tecnología fue un elemento fundamental en el desarrollo de la industria discográfica, pues a partir de esta se fueron perfeccionando los diferentes aparatos de captura y reproducción del sonido. Por ejemplo, el cambio del cilindro de cera al vinilo generó

muchas más posibilidades de venta y transporte al ser un artefacto mucho más resistente y manipulable, y es con este descubrimiento que la industria tiene mayor auge.

En cuanto al desarrollo de la tecnología y su aporte a la industria discográfica encontré investigaciones que analizan el impacto tenido por las tecnologías de captura del sonido en el establecimiento de la industria cultural de la música. Cada avance tecnológico implicó el establecimiento de nuevas relaciones comerciales y grandes retos para la industria. La investigación de Picornell (2015) por ejemplo, plantea todo el proceso de evolución de los sistemas de reproducción musical desde el fonógrafo y los avances técnicos que le dieron impulso.

Sin embargo, la mayor cantidad de información encontrada en este tema es sobre los retos que le implica a la industria discográfica las nuevas tecnologías de plataformas de difusión de la música como: Spotify, Bandcamp, entre otras. La base de la industria hasta el año 1990 era la venta de un objeto físico sea vinilo, cassette o discos compactos. Pero con la entrada en el mercado del intercambio de archivos, la venta por descarga, o la descarga gratuita, todos los mecanismos de producción y generación de ganancia se trastocan, por lo que la industria discográfica entra en crisis.

Las investigaciones de Arango (2016, 2014) afirman que el mercado de la música entra en crisis cuando se da la posibilidad de almacenar la información del CD en un computador. Al respecto señala que el mayor cambio se da con la llegada del MP3, pues este utiliza formatos intangibles, es decir, ya no hay un objeto que vender (vinilo, cassette, o CD) y las formas de generación de ganancias en la industria nunca vuelven a ser iguales. Esto se extiende, incluso, a la venta de dispositivos de escucha de música, pues ya no se requiere de un walkman o discman y se puede escuchar música en la computadora o en los teléfonos.

Zitello y Zena (2012) señalan el proceso de complejización de la comercialización en el nuevo contexto, pues en las nuevas formas de ventas es más fácil mapear los gustos de los escuchas por sus búsquedas en internet. Sin embargo, por otro lado, crecen otro tipo de intermediarios como: las plataformas, buscadores, etc.

El autor que de manera más compleja analiza el papel de las nuevas tecnologías en la experiencia sonora es Yúdice (2007) en su libro *Música, nuevas tecnologías y experiencia*. En este texto argumenta que con la creación de aparatos cada vez se individualiza más una experiencia, que era colectiva, desde los fonógrafos, hasta el walkman, discman, dispositivos

de mp3, etc. Sin embargo, afirma que el internet permite una gran gama de intercambios no monetarizados entre sujetos más allá de la industria, y cada vez más, los artistas, que nunca fueron de interés de las disqueras, encuentran en sus blogs y en estas plataformas la posibilidad de visibilizar su trabajo. De manera que este proceso abre muchas formas de interacción.

Estas investigaciones brindan aportes al presente estudio en dos líneas: primero evidencian la relevancia de un aspecto central de este sector que es la tecnología y cómo cada uno de los avances dados a lo largo de la historia (el fonógrafo, la vitrola, el vinilo, el cassette, el CD, el MP3, Spotify, Bandcamp, etc) han cambiado las relaciones sociales y las formas de escucha, así como la economía política de la música que fundamenta estos intercambios. Pero además, muchos de estos trabajos hacen un abordaje histórico del papel de la tecnología en la industria disquera desde su origen, lo cual fue de utilidad para esta investigación con el fin de historizar su papel en la industria en Costa Rica.

Partiendo de la revisión de todos los textos mencionados en este estado de la cuestión, recolecté referentes bibliográficos sobre la historia de la industria discográfica en América Latina. Estas investigaciones evidencian cómo el contexto político, social y económico en los diferentes países impactó el surgimiento de las industrias culturales al inicio del siglo XX y cómo estas empezaron a crear nuevos público y cambiaron los patrones de consumo existentes.

Asimismo, es evidente en el recorrido presentado el papel que tienen los avances tecnológicos para esta industria y la forma en la que estos han afectado no solo las relaciones de intercambio, sino también las formas de sociabilidad. Además, la tendencia a la individualización de la escucha dada con tecnologías como: el walkman, discman, hasta los teléfonos actuales, elementos que han afectado los espacios de interacción social.

Finalmente, como resultado del estudio de las fuentes es clara la relación estrecha que han tenido las industrias culturales entre sí, creando un entramado de mensajes y discursos.

Un vacío que puedo señalar a partir de la revisión realizada es que la mayoría de los trabajos son descriptivos y no utilizan referentes teóricos amplios para ser analizados. En el estudio de la industria, al ser un tema poco explorado en la región, uno de los retos es el levantamiento de información de campo, de archivo, y de alguna manera se ha descuidado el

desarrollo teórico sobre el tema. Esta característica de los estudios revisados es un elemento que pretendo corregir en este estudio, por medio del uso de categorías de la sociología y la musicología que ayudan a entender: las reglas, el campo, los agentes que intervienen en el proceso, así como los elementos sociales e históricos.

Finalmente, puedo concluir a partir de la revisión de investigaciones de los últimos 15 años que el tema planteado en el presente estudio es novedoso, ya que no existen abordajes similares en Centroamérica y se suma a una serie de investigaciones regionales sobre las industrias discográficas. Además, ayuda a completar el panorama de la escena de la música costarricense desde la industria que le dio su mayor impulso.

Capítulo 1: La industria discográfica en su dimensión económica y simbólica



Imagen 2. [Anuncio de venta de rocola]. (1960, 7 de marzo).
Revista Billboard, p. 66.

En este capítulo presento los principales debates teóricos que me permiten comprender la industria discográfica. Al ser un tema de investigación complejo que articula elementos económicos y simbólicos de un bien, como es el disco de vinilo, por lo que me parece pertinente un abordaje interdisciplinario.

El capítulo está dividido en dos apartados: en el primer apartado utilizo algunos insumos teóricos provenientes de la musicología que me permiten entender cómo se dan usos concretos a la música en las sociedades, esto con autores como: Mendivil (2020), Viñuela (2003), Cañardo (2017) y López (2020). Posteriormente, entro en diálogo con los aportes de varios autores de la sociología de la cultura como: Adorno, Horkheimer y Bourdieu en relación con las industrias culturales, la construcción de la industria discográfica, en tanto campo económico y artístico. Finalmente, utilizo algunos elementos analíticos de Castoriadis sobre la conformación de imaginarios sociales.

En un segundo apartado desarrollo un análisis de la industria discográfica en el que aplico algunos de los postulados teóricos expuestos para entender este desarrollo, en tanto campo de disputa entre agentes. Explico los principales momentos del desarrollo de la industria desde finales del siglo XIX hasta finales de 1980. Evidencio las principales reglas de construcción del campo, el papel que tuvo la competencia entre las empresas que construyeron grandes monopolios y centralizaron la producción. Además, señalo cómo se articularon con otras industrias culturales como: la radio, el cine e incluso el diseño gráfico.

1.1 La industria discográfica como campo: aproximaciones desde los aportes de la sociología de la cultura y la musicología.

La música como práctica ha estado presente desde los orígenes mismos de la especie, pues como afirma el músico uruguayo Jorge Drexler: “Ya hacíamos música muchísimo antes de conocer la agricultura”(Drexler, 2014). Existen referencias

arqueológicas de los primeros instrumentos musicales hechos a partir de huesos y maderas, y las muestras más antiguas datan de hace 40 mil años (Saybay, 2018, p 161).

En este largo camino transitado desde entonces de la mano de la música, esta se entiende generalmente, como un proceso de organización humana de los ruidos. Sin embargo, esta concepción generalizada presenta algunas limitaciones, pues deja por fuera otras formas de entenderla. Por ejemplo, siguiendo al etnomusicólogo peruano Julio Mendívil (2020, p. 25), para muchas culturas indígenas andinas los sonidos que producen algunos elementos de la naturaleza como los ríos, son también música, aunque no tenga injerencia humana. También, cabe pensar en géneros musicales como el *Noise*, el cual hace del ruido la base para la creación de obras. De manera que la definición de lo que es o no entendido como música, está definido por lo que un grupo humano determina como tal.

La música está presente en diversas sociedades y como lo señala la musicología, en su creación entran en juego el contexto geográfico, por ejemplo, en el caso del acceso a materia prima disponible para crear instrumentos. Además, entra en juego el contexto social al plasmar en la música una visión de mundo, que implica decidir cómo se organiza el sonido y qué se representa por medio de él. De manera que no se puede analizar la música en sí misma, sino esta en su contexto histórico y social, como manifiesta García (2016):

La música expresa un *ethos cultural* ... en la medida en que ésta funciona en tanto que es aceptada por una colectividad, es decir, reproducida (interpretada, creada), de acuerdo con los valores, expectativas, intereses y principios culturales y estéticos de esa comunidad, los cuales, efectivamente, pueden modificarse con el tiempo y, con ellos, los parámetros de la obra musical. La música, como expresión de múltiples influencias y raíces, manifiesta formas particulares de ser de cada pueblo (J. A. G. García, 2016, p. 13).

Así, la música no es solo un código simbólico, sino también un espacio donde se representan estructuras y dinámicas sociales, políticas y religiosas con las cuales se construye pertenencia individual y grupal en momentos históricos concretos, y por tanto, es articuladora de diversos sectores de la sociedad. A partir de ella se construyen relaciones de poder y se elaboran dispositivos disciplinares debido a su capacidad convocante.

El estudio de la música y de las prácticas sociales y económicas que se dan alrededor de ella es fundamental, ya que estas son parte de las relaciones de poder entre agentes (Palomino, 2021, p. 12). Esta ha tenido usos religiosos, pues se ha asumido como regalo de los dioses, ha tenido usos políticos para generar identidad nacional o como herramienta de guerra, asimismo, ha tenido usos lúdicos con ritos antiguos como el carnaval.

Pero también a partir de ella se han generado diferentes dinámicas de producción y consumo, que han ocupado un lugar central en la generación de ganancias dentro del capitalismo. Esta incorporación de la música al mercado se da de manera contundente a partir de finales del siglo XIX, pues la captura y reproducción de la música dinamizó al sector industrial.

Como afirma Attali (1977) en su libro *Ruidos: ensayo sobre la economía política de la música*, al inicio de la historia humana la música era un “disfrute inmaterial” (Attali, 1977, p. 11) vinculado a actos rituales y colectivos. Aunque, generalmente, se considera que la música se transformó en mercancía y se insertó en la economía por medio de su captura y reproducción, lo cierto es que las relaciones comerciales estuvieron presentes mucho antes de esto, como señala Mendivil:

Ya en tiempos antiguos, en Asia, los músicos ofrecían su fuerza de trabajo a los emperadores. En Europa existen registros de funcionarios musicales cortesanos desde el siglo XIV. Ni siquiera la historia de la música erudita es tan altruista como la imaginaron los adeptos del idealismo alemán. Bach se ganaba el pan componiendo para la Iglesia, y muchas de las egregias obras que celebramos de Handel, Haydn, Mozart o Beethoven fueron compuestas por encargo de acaudalados y despóticos

mecenas aristocráticos. Los vínculos entre el poder, el dinero y la llamada música clásica son tan estrechos que el mismo Atalli ha sugerido que su historia bien podría escribirse analizando el gusto de determinados monarcas melómanos. (Mendívil, 2020, p. 138)

Los que sí cambia con la invención de los aparatos de captura y reproducción de la música que se dan a partir del siglo XIX es la forma de disfrute de esta, que a partir de entonces se da en ausencia del músico, lo cual modificó las relaciones sociales y los espacios de escucha. Pero además, las nuevas tecnologías potenciaron su capacidad mercantil al hacerla accesible a públicos mucho más amplios, por diferentes procesos que señalo a continuación.

La captura y reproducción de la música por medio de diferentes dispositivos inicia en el siglo XIX (con el fononautógrafo, 1855; el grafófono, 1886; el gramófono, 1887; el fonógrafo, 1888; y los discos de vinilo, 1930) esto permitió la generación de excedentes, pues se producía y se vendía un objeto almacenable, que permitía reproducir en ausencia de la persona interprete de la música, su obra de manera masiva. Esto abarataba los costos del proceso al vender la copia, y rompía el acto colectivo necesario para el disfrute de esta. Se necesitaba el objeto que capturaba el sonido y el aparato reproductor de este, para ello se necesitaban fábricas, materias primas, personas como obreras, vendedoras, puntos de venta, etc. Sin embargo, la relevancia social y económica de la música se da con su masificación, con un público amplio, con medios económicos para invertir en actividades de entretenimiento. Con este proceso se crea una demanda y, por lo tanto, la oferta de la música se amplía.

La creación de una serie de empresas a finales del siglo XIX a partir de la captura del sonido que vendían el artefacto y el dispositivo de reproducción, implicó la incorporación total de la música dentro de las reglas de mercado y modificó la forma de relación de las y los músicos con sus públicos. A partir de las reglas de intercambio se formó lo que se denominó industria de la música, conformada por tres sectores: el discográfico o fonográfico, generador y comercializador de grabaciones sonoras, el editorial encargado de comercializa repertorios y obras, y el de espectáculos en vivo que gestiona presentaciones y giras

(Insunza: 2016). En esta investigación me centraré concretamente en el análisis del primero de ellos, es decir, la industria discográfica.

Para entender esta industria discográfica en este trabajo, además de los aportes de la musicología mencionados anteriormente, los cuales me permiten abordar la música en su complejidad social e histórica, parto de tres premisas analíticas desarrolladas en este apartado:

1. La industria discográfica es parte de las industrias culturales que surgieron a finales del siglo XIX y se ampliaron a partir de la primera mitad del siglo XX. Estas industrias tal como lo plantea Adorno y Horkheimer, cambiaron los hábitos de consumo de la población y la matriz tecnológica, así como el papel de algunas artes en la sociedad, por medio de su industrialización y su masificación.
2. En la industria discográfica, siguiendo los planteamientos de Bourdieu, convergen tanto reglas del campo económico, como del campo artístico, pues se producían bienes de gran valor simbólico. Para entender la complejidad del proceso de creación de esta industria se deben tener claro: la génesis del campo, los agentes, las reglas y los capitales en disputa, así como la construcción social del gusto musical.
3. La industria discográfica a partir de la elaboración de un bien material como era, en este caso, el disco de vinilo, que implicaba en el objeto la convergencia de letra, música e imagen, reprodujo una serie de imaginarios sociales, que siguiendo a Castoriadis, que anclaron en la población por medio del consumo de este bien producido.

A continuación profundizo los elementos centrales de cada una de estas premisas de análisis base para este estudio.

A partir de finales del siglo XIX y la primera mitad del siglo XX se desarrollan a nivel mundial las primeras industrias culturales como: la radio, la industria discográfica, el cine y la televisión. Es necesario entender la función social de estas fundamentalmente en el siglo XX, pues modificaron los hábitos de consumo, pero también, el papel del arte en las sociedades modernas, y por tanto, es necesaria la incorporación de esta premisa analítica.

Para esto utilizo los planteamientos de Adorno y Horkheimer sobre esta categoría, fundamentalmente, porque me permiten evidenciar el cambio en el papel del arte y su masificación, así como la articulación existente entre estas industrias.

Entiendo por industrias culturales como, un sistema de producción y reproducción industrial y simbólica que construye objetos y artefactos estéticos para que circulen y sean consumidos masivamente. Estos objetos sintetizan y reproducen información, conocimiento, y también valores artísticos, estéticos, morales y políticos que quedan reforzados en la vida cotidiana de los individuos a partir de su consumo, y por tanto, tienen una función ideológica, simbólica y económica (Horkheimer & Adorno, 1998)

Las industrias culturales tuvieron como principal impacto cambiar el rol del arte al meterlo en sistemas de producción industrial. Las obras, ahora eran ensambladas en fábricas siguiendo proceso de producción propios del modelo fordista. Así por ejemplo, la música que se tocaba en conciertos, ahora era prensada en diferentes dispositivos por medio de maquinarias en modelos de producción en serie. Con esto las diferentes manifestaciones artísticas llegan a grandes públicos, pero quedan atrapadas en otro modelo de producción en donde el marketing y las ventas van a determinar lo que se reproduce y lo que queda fuera.

Esta masificación permite la producción en serie y las industrias culturales cobran mayor relevancia, pues al llegar a grandes públicos los mensajes producidos también cobran vigencia. Estos productos sea una canción, una serie, un programa televisivo, etc., tenían una potente capacidad de hacer representaciones e interpretaciones de la realidad. Las producciones tenían narraciones con premisas de pensamiento moral y político, y que por repetición quedaban ancladas en la población por medio del consumo.

Para garantizar el consumo de los artefactos producidos, desde el momento de la producción las industrias culturales intentan moldear gustos y expectativas del público, por medio de un proceso de planificación, estudio y homogenización. Para esto existió un proceso de clasificación de las personas para diferentes tipos de consumo, pues se generaron artefactos para cada tipo de sujeto o *target* de mercado, de manera que todos pudieran participar del consumo (Adorno y Horkheimer, 1988, p 32). Este interés de la publicidad y los estudios de mercado se gesta rápidamente desde el inicio de las industrias como el cine y se van haciendo más sofisticadas con el paso del tiempo, por ejemplo:

Sobre este ajuste de la oferta a la demanda, Lary May relata que Samuel Goldwin, fundador de la Metro-Goldwin-Mayer, tenía la costumbre de colocarse, durante una proyección comercial de películas, de espaldas a la pantalla y de frente a la platea, con el objetivo de percibir lo más precisamente posible las reacciones del público frente a cada escena y, de esta forma, acumular conocimiento sobre el gusto popular que podría ser de utilidad en producciones posteriores. (R. Duarte, 2011, p. 92)

La publicidad estuvo así presente en todas las industrias culturales desde inicios del siglo XX, aunque con diferentes estrategias. En algunos casos, como el de la radio, brindaba mensajes de manera gratuita, pero en estos casos a pesar de que la persona no tenía que pagar por escuchar radio, seguían estando dentro de la lógica del consumo. El espacio lo pagaban los anunciantes que recibían réditos, por los artefactos que promocionaban en las emisoras, de igual manera sucedía con los canales de televisión gratuitos (Briceño, 2010).

De esta forma existe dentro de estas industrias como plantea Briceño (2010, p. 8) *un catálogo de lo permitido y lo prohibido*, determinado no necesariamente por mecanismos de la censura, sino por lo que funciona en términos comerciales y de marketing en la industria. De manera que fácilmente son desechadas propuestas que no logran la rentabilidad deseada.

Pero las industrias culturales no solo impactaron las formas de consumo y de representación, sino, incluso marcaron el ritmo de la matriz tecnológica existente. En cada una de las áreas como: el cine, la televisión, la radio, la competencia entre las empresas para tener artefactos como: micrófonos, parlantes, cámaras, cintas, reproductores que facilitaran la producción y el consumo de estos bienes culturales dinamizó la producción de tecnología. Como plantearé en el siguiente apartado, sobre la génesis de la industria discográfica, existió una carrera permanente de parte de las empresas vinculadas a la industria discográfica por nuevas tecnologías que permitieran abaratar costos de producción y aumentar las ventas.

Cada una de estas industrias creadas, se articularon entre sí, en este caso, rápidamente la radio se vincula a la industria discográfica, al cine y, posteriormente, a la televisión. Incluso, algunos empresarios a nivel internacional y nacional invirtieron en varias de estas empresas a la vez y se crearon conglomerados multimedia desde la primera mitad del siglo pasado.

Con la creación de estas industrias culturales el arte quedó incluido en el proceso de producción en serie. Sus mensajes se masificaron y se puso en evidencia el poder político de estos recursos. Las empresas empezaron a pelear por posicionarse en el nuevo mercado, y se articularon entre sí.

Ahora bien, concretamente, en cuanto a la conformación de la industria discográfica a nivel mundial y su desarrollo a partir de finales de siglo XIX e inicios del XX, esta se crea a partir del proceso de captura y reproducción de la música, por medio de la cual queda articulada a una red industrial. Las primeras empresas ubicadas en los centros urbanos de Estados Unidos y Europa, iniciaron una larga competencia para encontrar las tecnologías necesarias para desarrollar este negocio.

Para comprender este complejo proceso de desarrollo de la industria utilizo mi segunda premisa analítica con los aportes de Bourdieu, pues este autor permite ubicar la génesis del campo, los agentes, sus capitales y las reglas. Además, puedo entender el campo como un espacio de disputa entre agentes, y por tanto, como un proceso histórico. Estas herramientas analíticas son de gran utilidad, pues facilitan entender la industria discográfica a nivel mundial, pero también, en la escala nacional, como desarrollo en los capítulos dos y tres.

Bourdieu afirma en varios de sus textos, que la sociología de las obras culturales debe tomar como objeto de estudio las relaciones entre artistas y el conjunto de agentes vinculados a la producción de la obra. Es decir, “las condiciones sociales de la producción de los productores” y “las condiciones sociales de producción del campo de producción” (Bourdieu, 1990b, p. 168). De esta forma, para este autor se trata de analizar la génesis del campo, las condiciones económicas y sociales que lo hicieron posible y las reglas que lo determinan.

Siguiendo a este autor, parto de la premisa de que para comprender la génesis y desarrollo de la industria discográfica hay que entenderla por el estudio de las disputas de dos campos que confluyen en ella: el campo económico y el campo artístico. Esto debido a que la industria lo que hace es comercializar en las reglas del mercado bienes con un gran contenido simbólico, en este caso la música.

En cuanto a las reglas del campo económico, según el autor, no están basadas en leyes naturales y universales externas y racionales, como lo aborda la economía clásica o la

economía neoliberal, sino que tienen su base en aspectos sociales. Concretamente, para Bourdieu los diferentes espacios de la economía se constituyen como campos, entendidos estos como una estructura de relaciones de fuerza o relaciones de poder entre agentes, normados por una serie de reglas en permanente mutación, y por tanto, históricas.

Así, cada rama de la economía puede ser analizada como un campo y esto permite determinar a los principales agentes, las reglas y disputas que existen a lo interno, ya que dichos agentes están permanentemente en conflicto para seguir ascendiendo e ir acumulando más poder. Pero un elemento fundamental para que el campo funcione, es que todos los agentes coincidan en el tema en disputa, es decir, aquello por lo que vale la pena luchar, y estar dispuestos a jugar para lograrlo (Bourdieu, 1990b, p. 109). En el caso de la industria discográfica, el objeto de disputa será la ganancia y el posicionamiento como una empresa líder del sector, pero también, la capacidad de incidir en la opinión y reproducción de imaginarios estéticos y sociales.

De esta forma, las disputas presentes en el campo para conseguir una buena posición dentro del juego se dan en dos direcciones: la primera, por el mantenimiento del estado actual del campo de parte de quienes ostentan el poder, a quienes no les interesa el cambio y más bien quieren conservar su lugar y la segunda, por la modificación de las reglas del campo, por parte de quienes tienen un lugar inferior y buscan el ascenso. En este último caso, quienes abogan por el cambio “se inclinan a utilizar estrategias de subversión” (Bourdieu, 1990b, p. 110), las cuales generalmente son parciales y no ponen en entredicho la estructura misma del juego.

Los mecanismos utilizados por los agentes en estas estrategias de subversión pueden ser diversas dependiendo del tipo de capital poseído. Estos agentes serán exitosos en su propósito sólo en la medida en que dominan las reglas del campo, y en ese tanto, saben cómo subvertirlas.

Ahora bien, dentro del campo los agentes se mueven a partir del habitus que poseen, entendido este como una “subjetividad socializada” (Bourdieu, 2000, p. 238), es decir, como los esquemas de percepción que organizan sus representaciones y sus prácticas, y que por tanto, les guían en la acción. Estos habitus son aprendidos, son un producto histórico y están determinados por el lugar social ocupado por los agentes en el campo. El habitus es:

Una unidad sistemática que sistematiza todas las prácticas, el *habitus* es sentido práctico (sentido del juego social) y tiene una lógica propia, que es necesario aprehender para poder explicar y comprender las prácticas (Gutiérrez, 2003, p. 16)

A partir del *habitus* aprendido, los agentes se mueven dentro de las reglas del campo, y además ponen en juego los diferentes tipos de capital que poseen. Para Bourdieu a diferencia de lo que propone la economía clásica, los agentes no tienen sólo el capital económico, sino que también poseen otros tipos de capitales como: el cultural, el simbólico, el tecnológico, el jurídico y el burocrático.

La categoría analítica de capital en Bourdieu implica el uso de un bien valorado dentro de las reglas del campo y que los agentes utilizan para moverse en él. Este puede ser dinero (capital económico), status (capital simbólico), manejo de las reglas del campo (capital burocrático), potestad para crear leyes o capacidad para incidir en ellas o interpretarlas (capital jurídico), conocimientos en avances tecnológicos (capital tecnológico), etc. Y los agentes tratarán de acumular diferentes tipos de capital para ser usados en los momentos necesarios, y dado que estos se pueden perder, tratarán de mantener y ampliar los poseídos.

Según los recursos teóricos brindados por Bourdieu, entender aspectos clave de la economía como la oferta y la demanda van a implicar una visión relacional, pues estas van a surgir de las disputas entre agentes del campo. Así, la demanda está definida por el *habitus* que los grupos van a tener dependiendo del lugar que ocupan en la estructura social, y estos *habitus* van a estar determinados por el sistema de evaluación y percepción estética que un grupo ha aprendido sobre un bien. En el caso abordado en este trabajo, por ejemplo, la valoración sobre cierta música como: la académica, el jazz, la cumbia o el bolero, está basada en las preferencias determinadas por la posición ocupada por una persona o grupo.

En esta misma línea, la oferta está determinada por la lectura que hacen las empresas de este *target* de mercado específico conociendo estos esquemas de valoración del grupo, y alimentándolos y reactivados por medio de la publicidad (Bourdieu, 2000, p. 107). Para esto utilizan el lenguaje, los símbolos y los códigos compartidos por ese grupo para concretar el consumo. Estas relaciones tensionales van a generar que la industria en muchos casos imponga a las y los artistas un repertorio, una interpretación o un estilo de acuerdo con la

lectura de las tendencias del gusto. De esta manera tanto la oferta como la demanda son producto social o como lo plantea el autor en esta maravillosa síntesis: “No son los precios los que hacen todo, sino el todo el que hace los precios” (Bourdieu, 2000, p. 225).

Entendiendo la industria discográfica, como un campo de poder en permanente tensión de sus agentes, las diferentes reglas que garantizan el proceso de fabricación de un bien: la producción, distribución y consumo de bienes materiales y simbólicos, serán objeto permanente de esta disputa. En cada una de ellas hay elementos materiales de producción y decisiones que implican reflexiones de marketing, target y públicos con determinados *habitus* leídos por las empresas. De manera que existirán decisiones económicas y simbólicas en la construcción del bien.

En la producción es cuando se da la apropiación de bienes de la naturaleza para transformarlos en mercancía. Esto se realiza por medio de los factores de producción que son los recursos necesarios para la fabricación de un bien, como el capital (maquinaria, equipos, fábricas), el trabajo y los recursos o materias primas requeridas (Enríquez, 2017). En esta fase es necesario abordar la definición de reglas del campo en el periodo de estudio, y los principales agentes involucrados (Estado, otras empresas competidoras nacionales o centroamericanas). En el caso de este estudio implica analizar las condiciones comerciales ofrecidas en el país en ese momento para la producción y venta de discos que son las reglas básicas del campo. Además, se determinan las características principales de las empresas productoras (el origen de los capitales de las empresas, de las materias primas y tecnología utilizada), la cantidad de producción discográfica de música nacional, y el volumen de tirajes de música nacional.

También, será necesario conocer la lectura hecha por las empresas a cerca del gusto musical del contexto, es decir, de los esquemas de valoración de la música que construyeron sectores específicos desde su *habitus*. Esto se evidencia en el estudio de la selección del catálogo, que implicaba elegir dentro de toda la producción musical generada en un territorio algunos ritmos, artistas y canciones para ser grabadas, porque desde la perspectiva de las empresas podían coincidir con el gusto imperante.

En cuanto a la fase de distribución, en esta se lleva la mercancía producida a los puntos posibles de venta y se fija un precio a partir de la competencia y de las reglas del mercado, con lo cual entran en juego diferentes canales de distribución, empresas y

vendedores. En el caso de la industria de estudio, la cantidad de agentes, las relaciones y las disputas desarrolladas en el campo, se hacen más complejas en este punto, pues entran en juego las radios, televisoras y periódicos para la difusión de la música.

Finalmente, en la fase de consumo, tiene que ver con el uso del bien de acuerdo con la demanda existente. Es la satisfacción de una necesidad para un sector específico demandante de un bien y que tiene los recursos para pagar el precio fijado. Acá entran en juego elementos como los volúmenes de ventas y los géneros musicales más consumidos. También, en esta fase se concreta el consumo cultural, pues las personas se apropian, además, del valor simbólico del bien adquirido que les puede generar pertenencia y elementos de distinción frente a otros que no los pueden consumir. En este punto es importante recordar que tal como lo expuse en la introducción, de estas tres fases de elaboración mencionadas de un bien, en la presente investigación me centro en la fase de producción, de manera que los elementos analizados refieren a este primer momento del proceso.

De esta forma al estudiar esta dimensión económica de la industria discográfica, como un campo en disputa, puedo analizar la génesis de esta industria, el papel del Estado en la definición de reglas comerciales. También, las principales empresas, que en tanto agentes, disputan su lugar en el sector y ponen en juego los diferentes tipos de capitales que poseen. Y finalmente, puedo comprender los factores sociohistóricos presentes en la producción de un artefacto como un disco de vinilo.

Ahora, como señalaba al inicio del apartado, en la industria discográfica se fabrica un bien artístico, que sintetiza imaginarios sociales, y por tanto, existen reglas del campo artístico presentes que se deben contemplar. En el campo artístico existen reglas concretas y complejos procesos de consenso entre agentes para definir qué es arte y qué no lo es. Además, están presentes una serie de rituales de consagración y de usos de lenguaje para lograr la transformación de objetos en arte.

En el caso del campo artístico existen una serie de agentes. En primer lugar, está el Estado concretado en los agentes burocráticos en las instituciones, estos son relevantes, pues legitiman ciertas manifestaciones artísticas como: lo culto, lo bello o relevante, y generan “legitimidad artística”(Bourdieu, 2010, p. 26) . Pero como el Estado no es una institución única y uniforme, a lo interno existen diferentes grupos de presión que logran posicionar sus esquemas de valoración. En el apartado referido a la música académica en el país plantearé

cómo algunos de estos grupos de opinión lograron posicionar, por ejemplo, en el Estado costarricense, la necesidad de que existiera una orquesta sinfónica, haciendo uso de su capital cultural y simbólico para lograrlo.

El Estado opera entonces como legitimador de manifestaciones artísticas por medio de una serie de instituciones de consagración como: el museo, el teatro, el concierto, los festivales de las artes o los premios nacionales. Además, crea instancias para “producir artistas”, como las escuelas y las universidades, las cuales llevan implícito los cánones de lo aceptado o no como arte, aunque estos en algunos casos van a estar en disputa.

También, existe una serie de agentes de la consagración como: curadores, críticos, docentes, especialistas, que permanentemente fungen como jueces de lo que entra o no a los espacios de consagración, lo cual resulta particularmente evidente, en los espacios de la música académica. Y en el caso de la música popular, por otro lado, estos agentes de consagración serán otros como las emisoras, los críticos, los personeros de las empresas que deciden el catálogo. Estos van a estar más del lado del mercado al regirse por reglas de lo bello en términos de lo rentable y vendible al público, relacionado al tema del gusto.

Además, las empresas de la industria discográfica juegan de varias maneras definiendo las reglas de lo que es digno de ser grabado y lo que no, por medio de una serie de estructuras de valoración, siempre tratando con estas decisiones de lograr el consumo. Para esto el conocimiento de estas estructuras de valoración del público acerca de la música es fundamental (así como la publicidad tal y como veremos posteriormente). Evidentemente, las empresas están en permanente disputa entre ellas para posicionarse en el espacio, utilizando los diferentes tipos de capital que poseen (económico, tecnológico, simbólico, etc).

También, están dentro del campo en tanto agentes las y los artistas, moviéndose para lograr más poder y legitimación y desarrollando varios juegos de posición. Por ejemplo, el artista nuevo, el artista consagrado y el artista maldito, etc, o las luchas entre las vanguardias (Bourdieu, 1997, p. 60).

Incluso, en el campo del arte existen varios juegos de posición que el autor relaciona con el ámbito literario, pero que considero aplica totalmente en el ámbito de la música y es el del artista “puro” y el “comercial” (Bourdieu, 1997, p. 67). Cada campo tiene reglas diferentes, por ejemplo, en lo que se enciende por el artístico “puro”, en el caso de la música académica, al respecto existe una negación del mundo económico, es decir, de hablar del

precio de lo vendido como arte y el éxito en ventas puede ser una condena pues se pierde exclusividad (Bourdieu, 1997, p. 182). Mientras que en el campo de la música popular, se entregan discos de platino y oro por la cantidad de ventas, además se hacen galas de entregas de premios por ello. Dos juegos con reglas diferentes en temas tan concretos como el precio del arte y la disposición para nombrarlo.

Con estos planteamientos se entiende que al referir al tema de qué es un artista e incluso qué es el arte, esto lo definen los agentes mencionados a partir de la diversidad de espacios de consagración que han creado para tal fin. Como plantea el autor en una entrevista:

... el artista es aquel de quien los artistas dicen que es artista. O bien: el artista es aquel cuya existencia en cuanto artista está en juego en ese juego que llamo campo artístico. O incluso el mundo del arte es un juego en el cual lo que está en juego es la cuestión de saber quién tiene el derecho de decirse artista y, sobre todo, de decir quién es artista. (Bourdieu, 2010, p. 25)

De esta manera el campo artístico es un espacio de disputa que, al igual que el campo económico, está normado y los agentes juegan para moverse y tener más poder, a partir de su *habitus* y de sus capitales. En este caso, el capital cultural y simbólico son centrales, aunque el uso del capital económico y burocrático, también, tiene un rol protagónico.

Ahora bien, un debate en el campo de los bienes artísticos, en este caso en la música es el tema del gusto, pues la buena lectura del gusto imperante o de las tendencias que pueden impulsar, es fundamental para las empresas para seleccionar su catálogo. Según Bourdieu para que exista el gusto, es necesario que existan clasificaciones de buen gusto, mal gusto, vulgar etc, pues este implicar las propiedades que un grupo le confiere a algo, en este caso a ciertas músicas (Bourdieu, 1990b, p. 133). Dichas evaluaciones están jerarquizadas de acuerdo con la importancia y el valor social que ese grupo le da a un tema u objeto, y son etiquetadas con alguna denominación como bueno/malo, vulgar/culto etc.

Para construir este sistema de valoración es necesario que existan personas que hagan estas clasificaciones y que tengan el capital dentro de un grupo para que su criterio de clasificación sea tomado en cuenta. De manera que cuando se refiere al gusto en realidad estamos haciendo referencia a “objetos clasificados y sistemas de clasificación” (Bourdieu, 1990b, p. 137) de parte de agentes específicos dentro de la estructura social.

Dichas valoraciones que se hacen sobre un bien cultural pueden tener diferentes resultados. Por ejemplo, el hecho de que una música se denomine como “música del pasado”, puede generar que sea olvidada, o bien, que sea consagrada, como un clásico, dependiendo del contenido de la valoración y no solo de su etiqueta.

Pero además, toda esta estructura de valoración del gusto en el caso de la música tiene un uso social muy importante, pues se utiliza como recurso de distinción, ya que puede representar en la persona educación y refinamiento o todo lo contrario. Al respecto Bourdieu plantea: “Para empezar, el discurso de la música forma parte de las exhibiciones intelectuales más buscadas. Hablar de música es la oportunidad de por excelencia de manifestar la amplitud y universalidad de la cultura personal (Bourdieu, 1990b, p. 128)”.

Además, en el caso de la música las personas tienen acceso a una serie de espacios de sociabilidad contruidos a partir de ella, que permiten el vínculo social, las alianzas, los contactos y el “dejarse ver” en ciertos círculos. Así en el caso nacional, no era lo mismo ir a un concierto al Teatro Nacional que asistir a un salón de baile, no solo por el tipo de música que se escuchaba, la ropa, los códigos sociales, sino por los vínculos y alianzas que se podían hacer si la persona pertenecía a uno u otro espacio.

Estos recursos de distinción se desagregan en una gran cantidad de códigos que constituyen un capital simbólico y cultural diferenciado, el repertorio escuchado, el tipo de radios y programas seguidos, los dispositivos de escucha (no es lo mismo escuchar música actualmente en los parlantes de una computadora que escuchar discos de vinilo en un equipo *vintage*), la asistencia regular a conciertos, etc. Así, el gusto musical está determinado fundamentalmente por la educación de esto se desprenden las preferencias musicales, y las prácticas asociadas a ella:

El efecto de elevación del nivel de escolaridad, se ejerce, entre otras formas por medio de lo que llamo el efecto de asignación estatutaria (“nobleza obliga”) que determina a los poseedores de algún título académico, que funciona como título de nobleza, a realizar ciertas prácticas- como visitar museos, comprar un tocadiscos, leer *Le Monde*- que se inscriben dentro de su definición social, o quizá podríamos hablar de “esencia social”. (Bourdieu, 1990b, p. 139)

De esta forma, en nuestras sociedades existe un estatus determinado, al decir que se escucha música académica o jazz, y uno muy diferente al decir que se escucha cumbia, y los sujetos lo comprenden y lo moldean, pues esto genera “un beneficio de distinción” (Bourdieu, 1988, p. 29). En este sentido, como plantea la etnomusicología este arte puede hermanar a las personas, pero también puede generar complejos procesos de diferenciación simbólica y espacial, ya que como afirma Mendívil: “Los desencuentros musicales nacen frecuentemente de nuestra incapacidad para aceptar la alteridad” (2020, p. 41).

Incluso, en el caso de algunas músicas es necesario poseer un capital lingüístico, para generar una opinión formada y bien recibida por los escuchas. Como plantea Bourdieu si se quiere ejercer “una competencia social, la del locutor legítimo, autorizado para hablar, y para hablar como autoridad”(Bourdieu, 1990a, p. 16). Por ejemplo, en la música académica se debe conocer al menos de manera general períodos de la historia musical europea (barroco, clásico, romántico, moderno, etc), también se deben conocer algunos instrumentos sinfónicos (corno francés, viola, clarinete bajo, contrafagot, etc), elementos básicos de formaciones orquestales, algunos principios de estructuras musicales (la diferencia entre una sinfonía, sonata, fuga), los nombres de algunos compositores, incluso, cuando se debe aplaudir (o no) en un recital, etc. Por otro lado, en el caso de la música popular se puede conocer o no el desarrollo histórico del ritmo en cuestión para dar la opinión y los instrumentos utilizados son más conocidos de manera masiva (guitarra, batería, güiro, bajo, etc.), se puede dar la opinión desde el simple gusto, o incluso, desde la afición por el baile. De manera que ambas implican competencias de vocabulario y estructuras comunicativas y lingüísticas diferenciadas.

Además, estos habitus lingüísticos son utilizados en espacios sociales contruidos para permitir estos intercambios, pues para ambas músicas se construyen una serie de actos performativos de la escucha. Para reflexionar sobre esto basta hacerse algunas preguntas: ¿Cómo se ve un músico clásico? Y ¿cómo se ve un músico popular?, ¿dónde se escucha una y otra música?, ¿cómo se visten las personas para ir a un concierto en ambos casos?, ¿cómo se ubican espacialmente en los lugares de escucha ambos públicos? ¿Qué pasa con el manejo del cuerpo en estos espacios? Con esto se evidencia la división de actividades, de vestimentas, de modos de comportarse, que implica el habitus necesario en cada uno de los tipos musicales.

Pero, el gusto musical no es estático, pues es producto de agentes en constante movimiento. El gusto musical cambia justamente porque tienen una función distintiva, por ejemplo, conforme una persona aumenta su nivel educativo y se inserta en otros espacios sociales sus gustos pueden variar (dejar de escuchar reggae y escuchar jazz por ejemplo). También las élites que lo han utilizado como recurso de distinción van a irse moviendo conforme algunas músicas se masifican y ya no son exclusivas, pues “La rareza del producto y la rareza del consumidor disminuyen de forma paralela.” (Bourdieu, 1990b, p. 140). En este proceso el gusto se mueve de varias maneras: en algunos casos con una vuelta al pasado, a buscar músicas más antiguas, exclusivas y “raras” o por el contrario, hacia el presente en busca de lo más moderno, para mostrarse más de avanzada. Como señala Mendívil de una manera muy acertada sobre los gustos musicales de las clases altas:

Si en los sesenta el buen gusto se caracterizaba a las formas tenidas como cultas, hoy en día este se manifiesta a través del eclecticismo musical y por el gusto social de la tolerancia como factor inclusivo. De este modo nuestro joven de clase alta puede gustar ahora del *jazz* híbrido senegalés, del barroco tardío de Rameau, del heavy metal escandinavo y del reggae caribeño, sin que ello sea contradictorio. El gusto exclusivo, en cambio, ha pasado en la actualidad a ser propio de las clases más castigadas, quienes suelen sentirse representadas por un género musical específico, como el caso del hip hop de la costa occidental estadounidense o la cumbia de las villas miseria argentinas. Pero el amplio gusto musical de los nuevos sectores pudientes no debe llamar a engaño, pues la tolerancia omnívora- como la denomina Peterson y Simkus- siempre tiene un límite, excluyendo a ciertos géneros del canon cosmopolita (Mendívil, 2020, p. 115).

Así que de los planteamientos desarrollados, se desprende que el encuentro con una determinada forma de música y su elección como parte de las preferencias es complejo, pues está mediado por el gusto, definido por la educación y el lugar de origen, como expone el autor:

supone un acto de conocimiento, una operación de desciframiento, de decodificación que implica la aplicación de un patrimonio cognitivo, de un código cultural. Ese código incorporado que llamamos cultura funciona de hecho como un capital cultural porque, estando desigualmente distribuido otorga automáticamente beneficios de distinción (Bourdieu, 2010, pp. 233-234)

Con este recorrido por los principales aportes teóricos de Bourdieu a la comprensión de la génesis y desarrollo de un campo, la industria discográfica es una industria cultural, en la que convergen reglas de dos campos, el económico y el artístico. Para su existencia van a ser necesarios una serie de agentes económicos y culturales en disputa, una diversidad de habitus y capitales en juego, así como, un complejo proceso de mecanismos de consagración y construcción social del gusto.

Esta industria cultural construye objetos y artefactos estéticos, que circulan en medios masivos, y reproducen imaginarios sociales e intentan leer y moldear los gustos del público. Si bien esta industria intenta homogenizar el gusto y reproducir representaciones ideológicas acordes al sistema, este es un campo de disputa, donde los agentes pueden tener margen de acción. En primer lugar, las empresas están en disputa permanente para ganar consumidores y definen en el juego las reglas móviles, por lo que la industria no es un único actor, sino el cúmulo de ellos. Pero además, las personas como consumidoras pueden resignificar valores y usos alternativos al momento del consumo. Por ejemplo, el movimiento LGBTIQ ha resignificado muchas músicas que reproducen ideales del amor romántico burgués y las han convertido en cantos de libertad, lo cual evidencia la capacidad de reelaboración de un bien cultural como es una canción.

De esta forma la industria cultural, en el caso de la música, involucra diversas relaciones de poder entre agentes del campo, desarrollos tecnológicos, sonoridades y prácticas de consumo cultural diversas, que hacen de este espacio un campo de posibilidades.

Justamente, en relación con esta capacidad de la industria discográfica de sintetizar imaginarios sociales existentes, es que incorporo mi tercer clave analítica referida a los debates sobre imaginarios sociales. Como planteo a lo largo del presente documento, la industria concreta toda la lectura que hacen sus agentes sobre los gustos, los *target* de

mercado, los mensajes etc., en la elaboración de un bien material que es en este estudio un disco de vinilo.

En el caso del disco, encontramos, música, letras e imágenes y estos reproducen imaginarios sociales. El concepto de imaginario social es amplio y tiene límites difusos con otras categorías como representaciones entre otras, pero, en este estudio entiendo imaginarios sociales de manera acotada, como una red de símbolos y narraciones, a partir de los cuales una sociedad intenta representarse a sí misma y genera cohesión. Es decir, son esquemas organizadores del modo en que las sociedades imaginan y regulan su existencia social. Esta es justamente la diferencia principal entre imaginario e imaginación, pues como plantea Cegarra “La imaginación es representativa, el imaginario es interpretativo”(2012, p. 3).

Para Castoriadis la sociedad es “la urdimbre inmensamente compleja de significaciones que empapan, orientan y dirigen toda la vida de la sociedad y a los individuos concretos que corporalmente la constituyen” (Castoriadis, 2005, p. 60). Cada sociedad construye un sistema de interpretación del mundo y crea narraciones o símbolos alrededor de las cosas relevantes y las que no. Estos imaginarios son resguardados y la amenaza a estos se entienden como ataques a su propia identidad.

Para el autor son significaciones imaginarias, porque no son necesariamente racionales, sino que sirven como elementos explicativos que las personas dan por sentado para la organización de la vida. De esta manera algunos imaginarios sociales se crean a partir de nociones como: los dioses, la polis, la ciudadanía, el Estado, la mercancía, el dinero, el pecado o el ser hombre, mujer, hijo, etc (Castoriadis, 2005, p. 60).

Estos tienen además, un carácter socializante, en la medida que es en el juego social en donde cobran sentido y ganan legitimidad y, por tanto, al ser una construcción histórico-social pueden ser cambiantes. De esta manera no son condena, sino que también pueden ser posibilidad de cambio.

Así, como sociedad creamos símbolos y narraciones que nos permiten generar a nivel mental y social ciertas pautas de orden de cómo deberíamos ser y actuar. Una serie de instituciones y agentes sociales reproducen estos imaginarios y no los dejan morir, justamente, por esta capacidad de cohesión social que tienen. Sin embargo, dada su complejidad es difícil determinar quién ha generado construcciones imaginarias específicas, pero se puede ubicar cuáles instituciones ayudan a difundirlos, por ejemplo: “Por tanto, la

escuela, los medios de comunicación de masas y otros aparatos difunden imaginarios dominantes a fin de controlar la circulación de determinados símbolos, esquemas interpretativos y discursos legitimadores (Cegarra, 2012, p. 8)”

A pesar de esta dimensión relativamente difusa de los imaginarios, es necesario recalcar que estos son analizables desde referente empírico, pues quedan sintetizados en diferentes producciones de la cultura como: los documentos, los monumentos, la escultura, la literatura etc, de manera que a partir de su estudio se puede ubicar y estudiar su contenido.

Por ejemplo, en el estudio de las producciones de las diferentes industrias culturales, se pueden ubicar construcciones imaginarias. Concretamente, en el caso de la industria discográfica, sus objetos contienen narraciones que construyen esquemas interpretativos de dimensiones individuales o afectivas (sobre el amor, el dolor, la muerte, la familia) y otras colectivas (la patria, lo latino) que son analizables.

Muchos de estos imaginarios sociales están presentes también en producciones de las industrias culturales como: la música, las telenovelas, las películas etc, pero a su vez estos imaginarios los encontramos en espacios diversos como en discursos políticos o religiosos. Por esto acá planteó que la industria discográfica reproduce imaginarios existentes para concretar el consumo.

El concepto de imaginario permite analizar el hecho de que si bien las sociedades se basan en actos materiales de existencia y organización, solemos darle a estos significaciones que permiten su perpetuación. Por ejemplo, a la organización política vigente basada en el sufragio, le damos significaciones de unidad nacional, asignamos una serie de valores democráticos, llamamos al voto, como un deber con la madre patria, etc. Entonces, más allá del acto material del voto, se construyen narraciones y estas posibilitan que el acto perdure desde lo simbólico también.

Siguiendo este ejemplo, en el caso de la construcción del estado nación, existen una serie de narraciones del pasado de esa comunidad imaginada que ayudan a crear ideas de la sociedad costarricense. Según Sojo (2010) en el caso costarricense estos imaginarios se fundamentan en la noción de ser una sociedad igualitaria, blanca y pacífica. Encontramos en la literatura, la música folclórica, los himnos, los chistes, los discursos de personas en la política etc. una reproducción de imaginarios de identidad que sobre la base de la repetición son incorporados y perpetuados por la colectividad.

De esta manera analizar producciones como las canciones o las obras literarias ayudan a evidenciar los componentes de estas interpretaciones que no están normadas explícitamente, pero rigen las formas de entendernos como sociedad. Como señala Solares:

El imaginario social puede ser estudiado literalmente a través de temas, relatos, motivos, tramas, composiciones opuestas en escena, capaces de abrir un significado dinámico dando lugar siempre a nuevas interpretaciones dado que sus imágenes y narraciones son siempre portadoras de un sentido simbólico o indirecto (Solares, 2006, p. 130).

Justamente, en el caso concreto de la música analizada en este trabajo, accedo al estudio de los imaginarios por las representaciones visuales de los discos de vinilo. Como propongo en los últimos capítulos, se puede ver en el catálogo de los discos de vinilo reflejados una serie de imaginarios sociales sobre el amor, la vida, el estado, la identidad costarricense, la identidad latinoamericana, etc, que dan cohesión a la sociedad.

A partir de esta exposición de elementos teóricos, he definido las bases del análisis desarrollado que desarrollo en los siguientes apartados. La categoría industria cultural me permite ver el cambio del arte a partir de su masificación industrial. Además, la génesis y desarrollo de la industria discográfica, como un campo de disputa entre agentes, donde convergen elementos económicos y simbólicos. Finalmente, la categoría de imaginarios posibilita comprender la presencia de elementos simbólicos en estas producciones que permiten la cohesión social. En los siguientes capítulos haré uso de estas premisas para explicar la industria y el catálogo de la empresa CBS INDICA.

1.2 Elementos conceptuales e históricos para entender la génesis del campo de la industria discográfica a nivel mundial.

El proceso de la búsqueda de formas de captura del sonido cambió para siempre el tipo de conexión entre la persona que hacían música y el público. Se crearon una serie de

relaciones humanas y comerciales alrededor del soporte de captura del sonido, convirtiéndose en un protagonista central de la industria, pues permitió el disfrute en ausencia del músico de su arte. Además, se crearon nuevas sonoridades y prácticas alrededor del proceso en espacios como los estudios de grabación. Para comprender la dinámica de génesis del campo de la industria y los agentes que intervinieron en ella, en este apartado historizaré de manera sintética un proceso que ha tomado más de cien años en el que las empresas vinculadas al sector determinaron las reglas de dicho campo.

El proceso de captura del sonido modificó todo el ritual de disfrute y representación de la música para el público, pues implicó como expone Katz citado por Insunza (2016, p. 87) cambios como la tangibilidad al atrapar la música en un medio físico. Además, modificó la portabilidad al poder llevar la música a la casa o posteriormente a las calles con inventos como el Walkman, también, impactó la invisibilidad al poder vivir la experiencia sonora sin tener a músicos al frente. Asimismo, implicó cambios en la receptibilidad y el disfrute de lo escuchado cuantas veces fuera necesario. Adicionalmente, puso límites a la temporalidad de la música al redefinir la duración promedio de una canción para ser grabada en un disco, finalmente, aumentó la receptabilidad, y permitió la manipulabilidad del artefacto. Así, toda la experiencia con la música se amplió a una gama de posibilidades y su presencia en las dinámicas de sociabilidad se hizo inminente.

Las grabaciones, además, generaron un cambio de la relación de la persona ejecutante con su música por un elemento central: la capacidad de escucharse, que permitió acercamientos diferentes a su obra, a la calidad de sus interpretaciones y a la representación de sí mismos como artistas (Mendívil, 2020, p. 126).

El proceso de perfeccionamiento de la forma de captura del sonido que llega con el uso del vinilo, tomó varios años y marcó la masificación de las producciones y el crecimiento de la industria. Los discos de vinilo, tal como se conocen actualmente, surgen en 1948, pero la historia de ensayo y error data de 1877 con Tomas Alva Edison y el fonógrafo.

Este proceso estuvo acompañado de otros intentos como: el fonógrafo de 1855 de Edouard-Leon Scott Martinville, el grafófono de 1886 creado por Alexander Graham Bell, el gramófono (vitrola) de 1887 de Emile Berliner. Cada uno de los dispositivos implicó una búsqueda de materiales como: la cera o el caucho y tecnologías de creación de surcos y

agujas, pasando, además, por diferentes procesos químicos que permitieron la durabilidad del dispositivo y del material para la grabación y escucha (Picornell, 2015).

Asimismo, por este interés de captura del sonido se crea un escenario por excelencia, el estudio de grabación. Este espacio por primera vez aisló la música de su contexto: el baile, el parque, la velada y lo metió en un espacio controlado para su ejecución con reglas y tecnologías de grabación. Esto permitió aislar el ruido externo y priorizar con tecnología ciertos timbres (Mendívil, 2020, p. 130).

El disco de vinilo, el LP de microsurcos de 33,3 r.p.m lo lanza Columbia en Estados Unidos en 1948, y RCA Víctor en 1949 lanza el disco de 45 r.p.m. Inicialmente, el invento se utiliza con fines militares, pero posteriormente, RCA Víctor lo utilizó para lanzamientos comerciales ocasionales y fue extendiendo su uso con fines recreativos (Picornell, 2015, p. 37).

Posteriormente, en la búsqueda de la industria por mejorar el sonido y abaratar costos de producción, vendría el cambio de tecnología con el cassette y luego el CD, estas son más masificadas y de mayor éxito, aunque en el intermedio existieron otros intentos menos exitosos. Paralelo a esto, se crean aparatos para reproducir como: los tocadiscos, rocolas, walkman, discman, entre otros.

El desarrollo de esta industria discográfica estuvo fuertemente relacionada al desarrollo tecnológico. Incluso, hay vínculo con el desarrollo tecnológico que se da lejos de las industrias culturales, pues muchos avances en temas militares fueron utilizados por la industria discográfica para ser comercializados lúdicamente (Picornell, 2015). Para sintetizar una historia extensa que inicia desde 1877 se presenta como anexo (ver anexo 3) una cronología que refleja no solo los desarrollos tecnológicos, sino el surgimiento de empresas formadoras de esta industria cultural y de los repertorios venideros.

El desarrollo de la industria discográfica estuvo determinado por una serie de empresas en competencia entre sí desde finales de 1800 para elaborar artefactos y comercializarlos. Hago referencia a empresas como: Edison Speaking Phonograph Co., American Graphophone Co., Edison Phonograph Works., Columbia Phonograph Co., National Phonograph Co. y Deutsche Grammophon Gesellschaft, que entre 1877 y 1900 fueron las pioneras del sector.

Estas grandes empresas, ubicadas inicialmente en Europa y Estados Unidos, fueron los agentes principales y determinantes de las reglas del campo, fundamentalmente, porque tenían uno de los capitales más importantes para la industria: el tecnológico. Estas se mantienen en la punta de lanza de la industria, ya que eran las que innovaban con los descubrimientos posibilitando la adaptación de la tecnología a costos menores, lo cual les posibilitó definir las reglas del campo, pues como expone Bourdieu:

La empresa dominante tiene por lo común la iniciativa en materia de cambio de precios, introducción de nuevos productos y medidas de distribución y promoción; está en condiciones de imponer la representación más favorable a sus intereses sobre la manera conveniente de jugar las reglas del juego, por lo tanto sobre la participación en éste y su perpetuación (Bourdieu, 2000, p. 229).

Sin embargo, este poder de las empresas dominantes no era permanente, ya que debían estar constantemente a la vanguardia y mantener alejados a sus competidores. En el caso del sector algunas empresas, que en un momento determinado a inicios de 1900 estuvieron a la vanguardia, no logran sobrevivir con el paso de los años y otras se fusionan y crean grandes conglomerados.

Para inicios de 1900 el crecimiento económico del sector implicó, paulatinamente, un entramado de empresas más amplio que trató de lucrar con la música grabada en diferentes zonas del mundo y generaron la expansión a nuevos mercados, entre ellos hacia Latinoamérica. En términos de mercados en el periodo de estudio a nivel global Estados Unidos, Europa y Asia fueron los principales mercados de la industria discográfica. Mientras, América Latina se denominaba un mercado intermedio y África tuvo una relevancia mucho menor, esto determinado evidentemente por el poder adquisitivo de la población en cada zona (Insunza, 2016).

En relación con cómo se desarrolla globalmente la industria, considero fundamental abordar dos elementos que cruzaron transversalmente la producción de bienes culturales en esta industria y permiten comprenderla en su complejidad. Me refiero a los temas de la colonialidad y género, que influyeron en la génesis y desarrollo de la industria, tanto en la producción, como en la selección de catálogos y la reproducción de imaginarios.

Las repercusiones de la desigualdad de género en la industria se evidencia en varios aspectos: en el hecho de que la industria históricamente fuera dominada por hombres como señala Viñuela (2003, p. 91), ya que hasta hoy, limita a las mujeres a roles marginales fuera del dominio técnico, en labores de coordinación y asistencia. Y en que para el 2019 las mujeres representaban solamente 16% de los artistas, 12% de compositores y 3% de productores musicales (T. López, 2020). Pero además, los productos de la industria como: las letras, las portadas, los videos reproducen estereotipos y sesgos de género de manera recurrente.

El otro aspecto que me interesa destacar en estas interpretaciones de la realidad en los productos culturales, es la existencia de elementos coloniales en la representación de músicas de esas otredades como las africanas y en este caso las latinoamericanas, pues como se señaló en este apartado las industrias principales eran europeas y estadounidenses. Como bien lo expone Said (2008) existen una serie de mecanismos de construcción sobre el otro que se basan en discursos de superioridad y que pueden llevar a la descalificación o al exotismo, y las producciones culturales, centralizadas en urbes coloniales reprodujeron este tipo de representaciones estereotipadas. Por ejemplo, Cañardo (2017, p. 246) aborda en una investigación sobre la industria discográfica, alrededor del Tango argentino, que cuando este empieza a triunfar en Europa a partir del éxito discográfico de las primeras grabaciones en la década de 1920, se dan situaciones tan inverosímiles como que los músicos de este ritmo hacían presentaciones vestidos de gauchos de la pampa, para aumentar el exotismo, a pesar de que el tango era un ritmo inminentemente urbano.

Estos dos aspectos señalados son importantes, pues se debe recordar como lo exponía en el apartado anterior, siguiendo a Castoriadis, que en la construcción de los bienes culturales se reproducen imaginarios sociales anclados por medio del consumo cultural y de allí la relevancia de tener estos aspectos en cuenta para comprender el campo.

En cuanto al momento de más desarrollo de esta industria, esta pudo capitalizar las más grandes ganancias con la creación de la tecnología del LP. Este presentaba mejores condiciones, en cuanto a los costos de producción del disco y de la consola, para la escucha, y, también mayor durabilidad del dispositivo de captura. Otros dispositivos como los cilindros de cera por los materiales tenían una durabilidad mucho menor que dificultaba su comercialización.

También el sector como industria, como se puede observar en la cronología expuesta en el anexo 3, se ha comportado cíclicamente, definiendo cada ciclo por la creación de nuevos dispositivos tecnológicos que superaban al anterior: cilindro de cera, LP, cassette, CD, y el sector se reorganizó a partir de cada nuevo descubrimiento. La base siempre fue la misma: buscar a pesar de los altos costos de producción del original, tener bajos costos de producción de la copia, y para esto se depuraba cada vez más el proceso de reproductibilidad técnica de la música.

A nivel de agentes del campo existieron dos grandes tipos de empresas, la denominadas *majors*, estas consistían en grandes empresas transnacionales ubicadas en Estados Unidos y algunos países europeos como Inglaterra, que luego extendieron sus proyectos a nuevos mercados para captar otros públicos, abriendo pequeñas empresas subsidiarias para comercializar en estas regiones. Y por otro lado, en zonas periféricas a estos centros de la industria cultural existieron pequeñas empresas disqueras de capital local, denominadas por la industria *indies* (Calvi, 2006, p. 17). Sin embargo, rápidamente estos *majors* compraron muchas de estas empresas locales para monopolizar los mercados y se fusionaron con grandes capitales. Las grandes empresas pioneras como conglomerados en Estados Unidos fueron RCA y CBS y en el caso europeo Emi y Decca. (Torres, 2012, p. 128)

Sin embargo, en este campo de agentes en disputa las relaciones entre *majors* e *indies* fueron también de una especie de división del trabajo, donde los *indies* ofrecían elementos de innovación a la industria y lanzaban productos locales que luego las *majors* hacían de fama mundial (Mendívil, 2020, p. 144).

Es importante mencionar, también, que muchas de las grandes empresas, tempranamente, incursionaron en varias industrias culturales a la vez, relacionadas con los discos, como la televisión o el cine, creando conglomerados multimedia. Además, invirtieron y desarrollaron acciones en otras ramas de la industria de la música como: actividades en vivo, conciertos y giras (Calvi, 2006, p. 21).

En este sentido es relevante señalar como la industria discográfica a nivel mundial generó mucha información sobre sí misma para garantizar un estratégico uso de sus inversiones. Por ejemplo, para esta investigación se hizo revisión de un registro detallado y generado por la famosa revista estadounidense Billboard. Esta revista inició vinculada a

temas circenses, rápidamente, se conecta con la comercialización de tecnologías hasta que se especializa únicamente en la industria de la música. La revista publicaba de manera sistemática un número especial denominado *International buyer's guide*, en el cual a partir de reporteros ubicados en diferentes zonas, se hacía un análisis de los mercados locales se creaba un inventario de todas las empresas disqueras y las distribuidoras. Esto se hacía a nivel mundial y se incluían datos de países pequeños como los centroamericanos, pues en estas guías se encuentran datos de Guatemala, Costa Rica, Panamá, Nicaragua y El Salvador, utilizados más adelante en esta investigación. La finalidad de la guía era que los inversionistas que quisieran encontrar alianzas o invertir pudieran hacerlo en cualquier país de manera informada.

Este aspecto de la generación de información dentro del sector para que las empresas incursionaran en los nuevos mercados es muy importante, pues se evidencia la necesidad de poner a disposición estadísticas para tomar decisiones de negocios. De manera que la revista Billboard sistematizó y puso a disposición una gran cantidad de capital informacional, entendido este como: los datos, estadísticas, análisis y mapeos de agentes locales necesarios para los procesos de toma de decisiones (Bourdieu, 2000, p. 25), convirtiéndose así en un agente central en la génesis y desarrollo del campo.

Si bien existían estudios de mercado y mapeos como los de Billboard, para determinar las tendencias de mercado, el producto, en este caso, siempre implicaba un riesgo al ser lanzado al mercado. Por esto, las empresas discográficas trabajaron desde sus inicios con catálogos que agrupaban una diversidad de artistas y discos, pues las ganancias de unos y otros conformaban el capital de las empresas. Al apostar por varios productos culturales, simultáneamente, ampliaban la posibilidad de ganancia, pero además, debían contemplar el corto tiempo vigente de un disco al pasar de moda rápidamente, como plantea Calvi:

Según indican varios estudios clásicos sobre las industrias culturales, y en particular sobre el comportamiento del sector musical, de cada diez discos lanzados al mercado sólo dos tienen posibilidades de lograr éxito comercial, y los restantes están destinados al fracaso, pero un solo éxito comercial será suficiente para recuperar las pérdidas causadas por los discos que no han logrado venderse.(Calvi, 2006, p. 15)

Otro riesgo inminente para la industria, que implicó la creación de políticas de persecución y penalización fue el tema de la piratería, que se convirtió en un fantasma con las nuevas tecnologías de grabación como el casete. La industria tuvo dificultades hasta hoy para hacer frente a este proceso que implicó en países pobres (aunque no solo en ellos) la democratización de la obra artística al margen de la legalidad de los derechos, por las ventas callejeras de música. En este sentido, el sector buscó cada vez más apoyo del Estado para regular estas reglas del campo, para que hiciera uso del capital jurídico y pudiera adecuar las leyes y políticas públicas sobre protección de derechos. Por ejemplo, en Europa el Convenio de Berna para la protección de obras literarias y artísticas, fue firmado en 1886 y es un referente en el tema. Pero con el desarrollo de nuevas tecnologías la regulación se complejiza, entre otras por la creciente internacionalización de obras (Cerda, 2016, p. 28).

El proceso de regulación del tema de derechos se desarrolla para el caso de la música más en profundidad desde la primera mitad del siglo XX, solo fue posible en la medida que la industria discográfica tenía ya acumulado capital económico (un peso financiero importante en las grandes economías), capital cultural y simbólico (pues eran dueños de otros medios importantes como la radio). Con esto se convirtieron en interlocutores legítimos lo que les permitió hacer lobby para que los Estados intervinieran en el tema.

Justamente, para comprender la relevancia económica y política de la industria discográfica, se debe señalar que esta no solo movió grandes capitales, sino que impulsó, paralelamente, una diversidad de industrias tecnológicas. Por ejemplo, los micrófonos utilizados comercialmente a partir de 1922, así como los altavoces usados desde 1877, y los amplificadores a partir de 1890. Las compañías empezaron una ardua competencia para crear y mejorar los inventos existentes sin los cuales la industria sería impensable (Picornell, 2015).

Pero como la base de toda esta competencia entre agentes era lograr el consumo, se desarrollaron, también, múltiples estrategias publicitarias para difundir la música producida. Además, de las actividades en vivo, el vínculo con la radio y el cine para difundir la música, existe un elemento de la publicidad del disco emblemática, ya que la industria discográfica se articuló con el sector artístico para la invención de su elemento de marketing por excelencia: las portadas en los discos.

Aunque en sus orígenes el papel de las portadas de los discos se utilizaban para la protección de estos y no tenía ningún fin estético ni de marketing, rápidamente, se le ve su potencial para llamar la atención de públicos:

Como contexto histórico general, es importante señalar que las grabaciones comerciales producidas en las primeras décadas del siglo XX no incluían una portada decorada ya que la idea prevalente de aquel entonces es que lo único que vendía era la propia música. Los primeros experimentos realizados por Alex Steinweiss para Columbia Records generaron un aumento significativo en las ventas de discos en 1939-1940 y una década después la mayoría de registros sonoros mostraban una carátula, pues las discográficas se dieron cuenta de la existencia de una correlación entre las ventas de discos de 33 rpm y 45 rpm y las portadas con una ilustración llamativa. Desde entonces, la representación visual se convirtió en un elemento indispensable del embalaje que acompaña a una grabación sonora. (Pérez, 2015, pp 2-3)

De esta forma la portada se convierte en un “gancho” para que los públicos se detengan a revisar el contenido del disco. Inicialmente, las portadas eran más comúnmente fotografías de las bandas, con algunas referencias regionales o estéticas. Pero en la década de 1960 las portadas dan un paso al frente como objeto estético con la portada del disco *Sgt. Peppers Lonely Hearts Club Band* de *The Beatles*, ya que se empiezan a ver las portadas, como objetos artísticos no ortodoxos, que podían transmitir ideas y se empieza a conectar las portadas con el mundo del arte. Entonces, hacen aparición artistas como Andy Warhol, como diseñador de portadas o bien se utilizan fotografías y cuadros de otros artistas reconocidos como carátulas (López, 2014). Las portadas se transforman en referentes estéticos y objetos de culto para la cultura popular, ampliadas además, con los afiches, que figuraban a lo interno de algunos discos y se podían pegar como cuadros.

Las portadas fueron uno de los principales recursos de marketing en la época de los discos de vinilo. Se debe recordar siguiendo a Bourdieu (2000, p. 39) que la publicidad tiene

el rol de convocar estructuras de pensamiento preexistentes o generar nuevas, así como movilizar a partir de palabras e imágenes estos esquemas de valoración. De manera que este vínculo con las artes plásticas fue particularmente potente en esta capacidad de reproducir imaginarios.

Sin embargo, este sector entra en crisis a inicios de la década de 1980 con la aparición del videoclip como estrategia publicitaria. Con la aparición de MTV en 1981 la industria analizó el potencial de esta otra estrategia y gran parte de los recursos, que hasta ese momento se invertían en portadas, fueron canalizados para desarrollar propuestas más complejas en los videos. Además, llegó otra gran crisis con el cambio de tecnología del disco de vinilo al CD, que se adueñó del mercado, ya que el CD reduce el formato para el arte gráfico de los discos, se pasa del 30x30 cm al 12x12cm de los compactos y luego con las nuevas tecnologías como el mp3 con más razón los diseñadores entran en crisis (López, 2014).

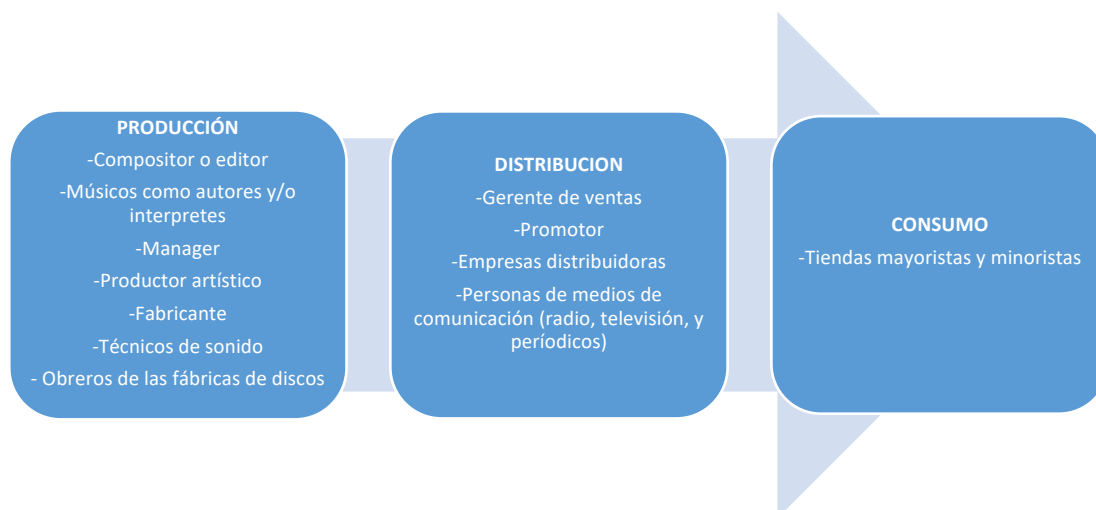
Como se puede observar en el recorrido realizado en este apartado, la articulación de diferentes industrias culturales alrededor de los discos fue muy potente: la radio, el cine, el diseño gráfico, los artefactos como los micrófonos, el video, la televisión, etc., fueron parte de un amplio engranaje posibilitando el consumo masivo de los discos, y evidencia las complejas relaciones entre agentes creadores de la génesis de la industria.

Ahora bien, una vez señaladas algunas de las características más importantes de esta génesis del campo, quisiera explicar algunos elementos de la parte más operativa de creación de productos de la industria discográfica.

Como mencioné anteriormente, la industria discográfica estuvo construida por dos tipos de agentes en disputa, las empresas denominadas *majors*, que se extendieron a diferentes latitudes haciendo sellos locales en zonas estratégicas. Por otro lado, existían las *indies*, pequeñas empresas locales que manejaban pequeños catálogos propios. La relación entre ambos fue diversa, pues los *indies* en algunos casos tenían relación con los *majors*, ya que prensaban y comercializaban hits de ventas de los *majors* en su zona de influencia local, y también, mapeaban nuevos talentos.

Para el caso de la industria discográfica, estas empresas (con las diferencias de las dimensiones de cada una) en términos generales organizaban la producción como cualquier otro bien en tres fases: producción, distribución y consumo, con diferentes agentes a lo interno de la empresa de la siguiente manera:

Diagrama No.1
Actores principales que participan en cada una de las
fases de elaboración de discos de vinilo



Fuente: Elaboración propia a partir de Insunza (2016, p 173-174)

En el caso de las grandes empresas o *majors* esta división era clara, existía mucho personal, diferentes oficinas y grandes plantas de prensaje de discos. Sin embargo, en el caso de los *indies* o pequeños sellos una misma persona tenía varias funciones.

En relación con el producto fabricado por estas empresas en el periodo de estudio, la industria creó discos para diferentes públicos: el LP, un disco de 12 pulgadas que se reproducía a 33 rpm, los EP, discos de vinilo de 7, 10 o 12 pulgadas que contenían dos o tres canciones por lado y se reproducían en 33 rpm o 45 rpm, y el single que tenía una o dos piezas (Insunza, 2016, p. 112) .

Cada uno de estos discos apuntaba a diferentes intereses de los consumidores, pues los singles eran de fácil venta, más baratos y contenían dos éxitos, estos para personas que no querían (o no podían) comprar todo el disco. El LP era más costoso y para un público que quería tener toda la experiencia de la propuesta del disco, y el EP era un disco de salida intermedia entre ambos. Paralelo a esto, en 1964 se empieza a producir el 8-Track, este es un casete de cinta magnética antecesor del casete, este último fue bastante más exitoso e implicó un avance en relación con el precio de venta más barato que tenía. En estas décadas entre 1960 a 1980 se crearon otros soportes de sonido que no tuvieron mayor impacto en el

mercado como: cassetes DAT, DCC (Casete Digital Compacto o Digital Compact Casete) o el Mindisc desarrollado por SONY (Insunza, 2016, p. 97) .

Aunque el vinilo y el cassette coexistieron en el tiempo para el periodo de estudio analizado, no existió gran rivalidad entre ambos dispositivos de captura del sonido, pues se utilizaron para prácticas cotidianas diferentes y hasta complementarias:

Para comienzos de los años 80 el mercado de la música grabada estaba establecido y dividido en dos soportes; el vinilo y el casete (OCDE, 2005). El casete no planteó una competencia directa al vinilo. Se puede decir incluso que convivieron en armonía cumpliendo funciones diferenciadas. El vinilo seguía siendo el formato dominante y era aceptado como mejor opción para escuchar música en casa o en locales de ocio. El casete en cambio se utilizaba más para escuchar música en el coche o en la calle (formato más portable). (Insunza, 2016, p. 113)

Sin embargo, este periodo de auge de vinilo como la tecnología principal de la industria, empezó a decaer por la reducción de las ventas ante la introducción de un nuevo dispositivo: el CD, introducido en 1982 por las empresas Sony y Phillips. (Insunza, 2016).

Así, para finalizar este recorrido realizado es contundente el papel que tuvieron los diferentes agentes: las empresas pioneras de finales de 1800, las industrias culturales como el cine, la radio y la televisión, las nuevas empresas tanto *majors* como *indies*. Además, posteriormente, se crean los conglomerados multimedia acaparadores del mercado, el Estado empieza a regular el tema de piratería y derechos de autor, y también, estaban las empresas conexas de tecnología fabricantes de micrófonos y otros objetos relacionadas con la industria. También, es central el papel cumplido por la publicidad para la venta de discos como es el caso mencionado del trabajo artístico de las portadas.

Todo esto evidencia la complejidad de agentes presentes en la génesis del campo y los diferentes tipos de capitales generados: el económico, con el crecimiento comercial del sector, el burocrático, con sus vínculos con los Estados para generar reglas, el informacional, con agentes como la Billboard generadores de datos para la toma de decisiones. Además, el

capital simbólico con la creación de discursos publicitarios reproductores de imaginarios de género, de clase, y de colonialidad, etc.

En el siguiente capítulo analizaré, desde el espacio más inmediato, es decir, América Latina, Centroamérica y Costa Rica, cómo llega esta industria a la región, ya que es necesario entender cómo se vincula la industria con los agentes locales y cómo se reacomodan las reglas del campo.

Capítulo 2: El establecimiento de la industria discográfica en la región en el periodo 1970 a 1986



Imagen 3.[Anuncio de la sección sobre Latinoamérica].
(1979, 3 de noviembre). *Revista Billboard*, p. 50.

En el capítulo anterior, expuse las premisas teóricas que me ayudan a comprender la industria discográfica, como productora de bienes materiales y simbólicos. Además de esto, señalé cómo se estructuró la génesis de este campo a nivel mundial. De manera que ahora, presento el análisis de los principales momentos del desarrollo de la industria discográfica en la región Latinoamericana. Esto desde la premisa expuesta por Bourdieu de que para la comprensión de los procesos económicos, se debe entender la historia social de creación del campo, así como su evolución (Bourdieu, 2000, p. 84).

El sector de la industria discográfica como otras industrias culturales inicia en los grandes centros del entretenimiento como Estados Unidos e Inglaterra, pero al llegar a América Latina se reconfigura. Esta reconfiguración estuvo determinada por un contexto de economías dependientes y coloniales, en el que entran en juego una serie de agentes locales, cuyo habitus incide en las reglas de juego.

Para analizar este proceso expongo los elementos más importantes del desarrollo de esta industria en el periodo de 1970 a 1986, primero en el contexto latinoamericano, posteriormente, en el caso centroamericano y finalmente, en el campo de la música en Costa Rica. Para cada caso ubico los principales momentos del proceso de desarrollo, así como los agentes.

2.1 Contexto Latinoamericano: inestabilidad política y las primeras industrias culturales

En las décadas de 1950 a 1980 la región estuvo marcada por cuatro procesos importantes: primero, un crecimiento de la industria por la vía de la diversificación de nuevos productos basado en el modelo de sustitución de importaciones promovido por la Comisión Económica para América Latina. Segundo, algunos intentos de mejorar las reglas de intercambio regional con iniciativas de integración como Área de Libre Comercio Latinoamericana (ALIC), o el Mercado Común Centroamericano (MCC), las cuales

pretendían mejorar las reglas de intercambio comercial entre los países (Reyes, 2000). Tercero, en lo político fue una época de cerramiento de vías democráticas, con acciones represivas ligadas a la instauración de dictaduras a lo largo del sur del continente: Argentina en 1976, Chile y Uruguay en 1973, Paraguay desde 1954, Brasil desde 1964. (Victoriano, 2010). Y como cuarto punto durante la década de 1980, una crisis financiera conocida como la crisis de la deuda.

Como una forma de tratar de solventar esta recesión, se inicia el proceso de reforma de los Estados a partir de los Programas de Ajuste Estructural, basados en las exigencias de los Organismos Financieros Internacionales como el Fondo Monetario Internacional. Estos condicionaban los préstamos con la implementación de algunas medidas económicas para estabilizar la economía, algunas de estas medidas comunes fueron: la privatización de empresas e instituciones del Estado, la apertura comercial, la desregulación del sistema financiero, y la desregulación del mercado de bienes.

Las industrias culturales originadas en la región estuvieron marcadas por estos acontecimientos que delimitaron las reglas del campo, por lo que tuvieron un desarrollo diverso. Esta diversidad dependió de varios factores entre los que se pueden citar: primero, el desarrollo económico de cada país, el cual hizo posible que al menos un sector de la población destinara parte de sus ingresos al consumo de artículos no indispensables. Segundo, el desarrollo tecnológico, por ejemplo, en la llegada y difusión de tecnologías como: la radio, el cine, la industria discográfica y posteriormente, la televisión como medios de entretenimiento. Y tercero, la estabilidad política en cada región que afectaba la economía y el intercambio de bienes culturales y la libertad de difusión de estos.

Las industrias culturales creadas en los inicios del siglo XX fueron: la radio, el cine, la industria discográfica y la televisión, medios fuertemente articulados en su desarrollo y que moldearon en gran medida el escenario cultural y los hábitos de consumo de la región.

La radio fue de las primeras industrias culturales de la región, en la década de 1920 (Hanna, 2017), y se convirtió en el principal medio, pues se utilizaba para difundir noticias e incluso, comunicaciones de gobierno. Otra industria cultural fundamental, en el desarrollo de la industria discográfica, fue la audiovisual, su vínculo inicia con el cine musicalizado en la década de los 30 y se fortalece con la llegada de la televisión en 1950.

La relevancia de estas primeras industrias culturales creadas en América Latina a inicios del siglo XX radica en que todas estaban en el proceso de generar públicos para consumir estos nuevos productos. Para esto dieron impulso, paralelamente, a las primeras acciones publicitarias con el fin de lograr que los artículos fueran consumidos y estos se asumen como referente de estatus para la población. Así, los bienes culturales se convierten en mercancía y con esto las industrias culturales se consolidan.

En el caso de la industria discográfica en América Latina, las primeras grabaciones de música latinoamericana se dan en Estados Unidos. Esto por el interés presentado por disqueras de ese país, tempranamente, por las músicas latinas para su comercialización tanto entre inmigrantes, como entre público estadounidense interesado en ritmos “exóticos” producto del turismo y la radiodifusión. Así, empresas estadounidenses como Columbia, RCA Víctor y Capitol, tienen desde sus inicios repertorios de música latinoamericana (Pérez, 2018).

En la región el inicio de las primeras industrias se da de dos maneras: por la creación de sellos nacionales propios, y por otro lado, por la creación de subsidiarias de grandes disqueras como Víctor o Columbia. De manera que las reglas del campo de la industria en este surgimiento son diferenciadas, pues en el caso de las subsidiarias dependían de un centro de poder ubicado en las bases de estas empresas que generalmente eran Estados Unidos o Europa. En el caso de los sellos nacionales, estos tenían cierta autonomía en la elección de los catálogos.

En ambos casos se empieza un proceso de redefinición de las reglas, pues por ejemplo, los sellos propios se enfrentan a la necesidad de crear las reglas del campo de la industria en temas como: acceso a maquinaria, procesos productivos con los recursos locales, pago de derechos, etc.

Por otro lado, en el caso de las subsidiarias de grandes consorcios transnacionales, estas empresas tenían sus reglas, pero también existía un margen de redefinición de estas acorde a las estructuras legales de cada país latinoamericano. Pero además, los funcionarios de estas empresas transnacionales debían aprender cómo moverse en el escenario musical de sus países para la definición de catálogos, vínculo con medios como la radio, o bien, la búsqueda de contactos, pues en esta relación centro-periferia los agentes se mueven en

función al capital acumulado y el margen de poder que este les permite (Bourdieu, 2000, p. 145).

Las primeras industrias discográficas se crean a finales de 1800 en países como Brasil y Argentina. En ese momento se producían las primeras grabaciones en cilindros de cera vinculadas al invento de Edison. De estas grabaciones se guardan pocos registros, pues se debe recordar que esta tecnología presentaba el problema de su rápido deterioro, sin embargo, se tienen los siguientes antecedentes:

En Río de Janeiro se grababan chorôes desde 1897, en Buenos Aires se grababa música criolla en 1902, mientras que en 1905 se grababan corridos en México, danzones en La Habana y tonadas y repertorio de salón en Santiago de Chile. En la década de 1910 se suma el resto de América Latina a partir de la importación del disco plano patentado por Berliner y la utilización de cilindros hasta los años 30. (González, 2010, p. 206)

La relevancia de estas grabaciones generadas en estas primeras décadas de 1900 es económica, pero también simbólica, pues en muchos casos estos repertorios se consagraron como lo que se conocerá en cada país como la música nacional, de manera que reprodujeron imaginarios en los diferentes países. Y segundo, porque las grabaciones modificaron las condiciones laborales de las y los músicos por la competencia entre música en vivo y las grabaciones. Además, generaron una diversidad de espacios de encuentro y sociabilidad en ausencia de músicos.

Un elemento importante de las grabaciones de artistas latinoamericanos en los inicios del siglo XX es que en algunos casos los y las músicas viajaban a Londres, Nueva York y París donde existían estudios de grabación cuando en la región eran casi inexistentes. Pero también, las empresas internacionales empezaron a organizar los llamados *recording trip*, que eran viajes para grabar con estudios portátiles a artistas latinoamericanos. Cañardo expone información sobre uno de estos viajes en el caso de la empresa Víctor que retrata claramente los procesos de grabado y posterior envió a Camden en Londres:

Para garantizar cierta regularidad de los lanzamientos, Víctor envió además estudios portátiles a partir de 1907 a través del continente sudamericano con la misión de grabar artistas populares en cada país que visitaban. Los técnicos asignados a estos proyectos (normalmente dos por viaje) partían de la central de Camden con los equipamientos necesarios e instrucciones de grabar en determinadas ciudades. En cada metrópoli, contaban con un contacto local que les ayudaba en la tarea de organizar las sesiones de grabación. Los registros se llevaban a cabo durante varias semanas en un cuarto de hotel especialmente acondicionado para la ocasión. En este lapso se trataba de que la mayor cantidad de artistas locales grabaran sus músicas. Con el objeto de optimizar los viajes, las sesiones incluían no sólo músicos del país, sino también otros venidos de países cercanos. Las “ceras” registradas eran mandadas luego a Camden para su procesamiento y prensado. (Cañardo, 2017, p. 48)

Estos viajes resultan interesantes para comprender el interés de las disqueras por estos mercados latinoamericanos, donde existió la necesidad no solo de ofertar los catálogos internacionales, sino, también, de ofertar música local. Por esto se daban a la tarea de desarrollar este tipo de “excursiones sonoras”, para captar otras músicas propias de cada zona.

Otro aspecto importante de los inicios de la industria en la región es que los empresarios locales firmaban acuerdos de representación con casas extranjeras y se vincularon a la industria del entretenimiento en diversas ramas como el cine y la radio, conformando incipientes conglomerados mediáticos. Cañardo (2017, pp. 40-41) expone el caso del empresario Max Glucksmann quien trabajaba con un circuito de salas de cine en Argentina, Uruguay, Paraguay y Chile. Este empresario, distribuidor y exhibidor de largometrajes de empresas como Columbia y Metro Goldwyn Mayer, tenía, además, una empresa discográfica. En las presentaciones de películas realizadas en la década de 1920 combinaba la proyección de las películas, con la presentación de las grabaciones de los músicos de su empresa discográfica, promocionando así ambos sectores (2017, pp. 40-41).

En 1940 llegaron las nuevas tecnologías y estas permitieron la mayor duración del artefacto que capturaba la música, con la llegada de la cinta magnetofónica, el disco de larga duración y el single (González, 2010). Con las opciones presentadas por el disco de vinilo se desarrolló de una manera más consistente una industria de la grabación y comercialización de música local, lo cual en la mayoría de los casos se da en 1950 y 1960 como queda en evidencia en el siguiente cuadro.

Cuadro 1. Algunos de los primeros sellos discográficos latinoamericanos.

Año	Sello	País
1900	Casa Edison	Brasil
1901	Fonografía Artística	Chile
1928	Gravações Elétricas	Brasil
1933	Discos Peerles	México
1934	Discos Fuentes	Colombia
1944	Panart	Cuba
1948	Discos Musart Copacabana	México Brasil
1950	Codiscos	Colombia
1954	Studio One	Jamaica
1957	Gema	Cuba
1958	Discos Orfeón	México
1959	Island Records	Jamaica
1960	Patria Asfona Gema Records	Uruguay Chile Puerto Rico
1962	Carumbí Arena Elenco	Uruguay Chile Brasil
1964	EGREM Fediscos	Cuba Ecuador

1965	Tonal Tuff Gong	Uruguay Jamaica
1967	Magenta Discos DICAP	Argentina Chile
1968	Upsetter Records Mandioca	Jamaica Argentina

Fuente: (Pérez, 2018)

En este desarrollo incipiente de la industria en la región existieron dos países en donde la industria alcanzó mayores dimensiones y fueron relevantes en las relaciones comerciales de la industria sur-sur: México y Argentina. La industria discográfica naciente México en la década de los treinta, crece de manera acelerada, y rápidamente este país ocupó un lugar fundamental en la oferta de repertorios. Sus artistas fueron ampliamente comercializados en las radios y alcanzaron fama en el mercado regional, y las empresas mexicanas se convirtieron en agentes centrales de la definición del campo en la región. Así, ya para la década de 1950 un o una artista que quisiera tener presencia a nivel regional intentaba ubicarse en ese país para tener impacto, como plantea Torres en relación con la industria discográfica mexicana (IDM):

Ejemplos como “la época de oro” de los años cincuenta, retrataban ya la fuerte incidencia de la IDM a nivel mundial, con grandes ventas de artistas como Pedro Infante, Jorge Negrete o Los Panchos que plasmaban la idiosincrasia tradicional mexicana en sus producciones; el fuerte posicionamiento del mariachi como símbolo de la musicalidad mexicana en el mundo; o el gran auge de la industria en la época de los ochenta, donde se realizaban grandes inversiones en artistas noveles y consolidados como Juan Gabriel, José José, Mijares o la mítica banda rockera mexicana El Tri, con la certeza de grandes triunfos financieros y discos de oro y platino. (Torres, 2012, p. 225)

En este proceso de construcción de la industria discográfica, las empresas locales se enfrentan al reto de cómo construir sus propios catálogos de ofertas musicales, frente a las

propuestas de grandes empresas internacionales, que ya tenían hits de ventas. Es importante recordar que muchas de estas empresas locales estaban creando públicos, de manera que grabar música sólo local implicaba un riesgo. Además, las radios manejaban programaciones de disqueras internacionales, reforzadas por el cine que incluía muchos de estos repertorios, por lo que las disqueras locales debían garantizar ciertas ventas.

La estrategia seguida por estas empresas discográficas locales fue buscar un balance entre contenidos propios de artistas nacionales, y “reprensar” algunos discos bajo licencia de estas grandes empresas internacionales. De manera que podían equilibrar y diversificar sus catálogos para garantizar la sobrevivencia financiera.

Así, a pesar de que a nivel regional se inicia una industria discográfica con sellos locales, estos eran dependientes de la industria estadounidense para la compra de materias primas y equipos fundamentalmente. Además, este incipiente mercado rápidamente es cooptado por los llamados *majors*, es decir, las grandes empresas disqueras que desde finales de 1960 empezaron a comprar los pequeños sellos disqueros existentes en la región. De manera tal que para finales de 1980 ya el mercado de industrias discográficas estaba muy centralizado:

Una constante dentro de las particularidades principales de la industria de la música en Latinoamérica, es el pujante proceso de concentración en manos de las discográficas transnacionales (EMI, Sony, Universal, Warner), operando desde la década pasada como empresas nacionales a la vez que en el resto del mundo, buscando rentabilizar los mercados de consumo y la reducción de la competencia de las empresas menores. Esta expansión de las Majors se ha apoderado del mercado latinoamericano sin precedentes, ya a mediados de la década de los noventa controlaban el 80% del total de las ventas, tanto en repertorio internacional como el local. (Torres, 2012, p. 204)

En cuanto a los catálogos construidos por las disqueras tanto internacionales como locales fueron variados, pero siguiendo los planteamientos de González (2010) existieron

varias líneas de comercialización de ritmos musicales latinoamericanos que conformaron esta oferta que hizo bailar al continente en el periodo de estudio:

1. Ritmos románticos: posiblemente, el primero y más masivo de estos fue la época dorada del tango, posteriormente, en la década de 1950 toma fuerza el bolero con músicos como Agustín Lara o el Trío Los Panchos (creados en 1944). Desde 1960 la balada toma protagonismo en el repertorio a partir de cantantes como; Sandro, Palito Ortega, Roberto Carlos, José José, Los Galos, Juan Gabriel, etc. Así como algunos cantantes italianos, franceses y españoles y por supuesto las licencias de reproducción al español de música en inglés de este tipo.
2. Ritmos bailables: lo cual inicia con la presencia de músicos cubanos en la década de 1950 que aparecieron también en el cine como Benny Moré y Pérez Prado, con ritmos como mambo, guarachá, cha cha chá. A partir de 1960 aparece con fuerza la salsa con músicos que después se articularán al sello Fania, y orquestas como la venezolana Billo's Caracas Boys.
3. Ritmos juveniles: donde a partir de 1950 destaca el rock, posicionado con apoyo del cine, primero con grupos ingleses y estadounidenses de los grandes catálogos con licencia. Posteriormente, con interpretación de canciones del inglés al español, y algunas músicas propias con cantantes como Enrique Guzmán. Luego, a partir de 1970 con la aparición del rock argentino con grupos como Sui Géneris, o rock mexicano con bandas como El Tri, y desde 1980 con otros ritmos como el punk, etc.
4. Ritmos folclóricos: con producciones chilenas, argentinas, peruanas y venezolanas, que la industria empieza a grabar para atender algunos gustos más locales y muchos se hacen internacionales, como: Alfredo Zitarrosa o Atahualpa Yupanqui. Además, con el impulso de la nueva canción o trova que retomaba elementos del folcklore. Sin embargo, esta por su contenido, generalmente, tuvo sellos propios u otros apoyos que no fueron la gran industria discográfica.

De esta forma la industria discográfica generó un amplio catálogo de música regional, ubicando nichos de mercado y seleccionando dentro del amplio repertorio cultural latinoamericano, aquellos ritmos que podrían ser rentables para la venta. Con esto reprodujeron una serie de imaginarios sobre la música latinoamericana que circulan hasta hoy alrededor del mundo.

Como estrategia de crecimiento las empresas disqueras latinoamericanas se publicitaban de distintas maneras para lograr que los *majors* contrataran con ellas la elaboración de prensajes locales a bajo costo y con la finalidad de comercializar algunos hits de ventas de esas grandes empresas en el mercado local. Por ejemplo, a continuación se muestra un anuncio de la empresa colombiana Codisco en la Revista Billboard, en el cual refería aspectos como la agilidad de la empresa en su proceso de producción, a la seriedad y entusiasmo en su trabajo y a la diversidad de ritmos del catálogo. Por lo que se puede comprender las características buscadas en el mercado para una empresa local en la región.



Imagen 4. [Anuncio de la disquera colombiana Codiscos]. (1981, 24 de octubre). *Revista Billboard*, p. 89.

Así, las principales reglas de conformación del campo discográfico en la región se basaron por un lado, en empresas extranjeras que abrieron subsidiarias en la región, y por otro lado, por empresas locales. Estas definieron las reglas del mercado de ventas de discos, por un lado, las empresas locales marcaron una pauta, y por otro, las subsidiarias adaptaron las reglas de sus casas matrices a los contextos culturales latinoamericanos. Sin embargo, ya para la década de 1980 estas grandes empresas internacionales poco a poco compraron empresas pequeñas monopolizando la producción en la región, incluso, en casos como Argentina y México donde las empresas locales fueron muy importantes.

En este campo de disputa entre empresas, se fueron creando una serie de catálogos diversos entre producciones locales y éxitos internacionales que les permitieron tener permanencia. Con esto generaron una noción de música latinoamericana, marcada por ritmos como: música romántica, músicas juveniles, bailables y *flocklore* difundidas como nuestras músicas en el mercado internacional. Esta industria cultural se consolidó como una de las más importantes y musicalizó la historia popular desde ritmos como: el tango, el bolero, el mambo, la guarachá, el cha cha chá, la salsa, la balada, el rock, el reggae, el punk, etc.

2.2 Contexto centroamericano: conflicto armado y los retos de la incipiente industria discográfica

El periodo abarcado en esta investigación en términos de la industria discográfica, evidentemente, coincide con una de las épocas más convulsas en la historia centroamericana. Un contexto marcado por los conflictos armados, por los intentos de integración comercial regional y por un auge de producciones culturales que trataban de testimoniar y explicar lo ocurrido en la región. Como lo señala Rafael Cuevas si algo determinó el desarrollo de la dinámica cultural en Centroamérica fue la política (Cuevas, 1993, p. 15). En este escenario complejo se crean las primeras disqueras en cada uno de los países, y por esto, para entender esta industria cultural en su contexto, es necesario referir a algunos rasgos de este momento de la historia.

A nivel político la década de 1960 da inicio en la región a una serie de conflictos internos que posteriormente afectarían el desarrollo regional de forma alarmante. En El

Salvador, Nicaragua y Guatemala se inicia en esta década un proceso complejo de creación de organizaciones armadas, en un contexto donde las élites de muchas maneras habían roto cualquier posibilidad de diálogo con los sectores sociales. Centroamérica era en ese momento una zona con profundas desigualdades (Torres Rivas, 2007).

En esa misma década, paralelo a estas escaladas de conflictividad social, se da inicio a un proceso de organización del comercio regional cuando en 1960 El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua firman el “Tratado General de Integración Económica Centroamericano” y se establece la creación del Mercado Común Centroamericano (MCCA), y al cual Costa Rica se adhiere en 1962 (Cabrera et al., 2016).

Este acuerdo pretendía impulsar el comercio y la industrialización regional, basado en las ideas promulgadas por la Comisión Económica para América Latina (CEPAL) y bajo la lógica del modelo de sustitución de importaciones. El modelo de sustitución de importaciones pretendía con una serie de medidas de protección del mercado interno como aranceles e incentivos, promover la sustitución de bienes importados por productos elaborados en los propios países. Además, implicaba el desarrollo de una institucionalidad regional que a nivel político acompañara el desarrollo de estas relaciones, a partir de la creación de instancias como el Banco Centroamericano de Integración Económica (Cabrera et al., 2016).

Es importante señalar que entre los bienes que regulaban las reglas del Mercado Común Centroamericano estaban los “artículos de consumo duradero” y las “materias primas y bienes intermedios para la industria”, de manera que los discos de vinilo posiblemente estaban normados bajo estas reglas, así como los materiales para su producción.

Ahora bien, las medidas tomadas a nivel de aranceles y reglas de intercambio entre 1970 y 1980 por el MCC generaron mejoras en las condiciones macroeconómicas a nivel regional:

En esta etapa se logró perfeccionar la zona de libre comercio, la formulación de una tarifa externa común, dinamizar el comercio exterior intrarregional e iniciar acuerdos en temas de política económica. Durante los primeros veinte años, el MCCA dio pruebas de fomentar el comercio entre los socios y de incentivar la producción

industrial. Las exportaciones intrarregionales crecieron a una tasa promedio anual de 19,8% entre 1960 y 1980, como se observa en el gráfico I.1. Los compromisos iniciales implicaban una liberalización inmediata del 95% de los productos comprendidos en el intercambio mutuo y una liberalización de la totalidad del comercio intrarregional en 1966. En esta etapa, también se implementaron mecanismos financieros y monetarios que ayudaron a intensificar la integración comercial de Centroamérica. (Cordero, 2017, p. 12)

Si bien a nivel macroeconómico, el MCC logró generar una mejora en las condiciones de indicadores regionales, hubo dos grandes temas que afectaron su permanencia: primero la desigualdad en el desarrollo de las industrias entre los países, lo cual generó dificultades en los procesos de negociación. Pero la condición que más afectó el desarrollo alcanzado en estas dos décadas fue la falta de políticas redistributivas de la bonanza económica generada hacia la población, lo cual fue deteriorando las estructuras políticas y sociales al tener un alto porcentaje de la población en condiciones de pobreza. Como plantea Govaere:

El paradigma de la sustitución de importaciones se intentó aplicar con medidas meramente arancelarias y de políticas financieras, sin programas agresivos de reforma de la tenencia de la tierra, de mejoramiento de la competitividad y de aumento de las capacidades adquisitivas de la población.

Todo lo contrario, la expansión de las exportaciones se vio acompañada de concentración de la riqueza y aumento de la pobreza, con lo que la demanda interna quedó estancada. (Govaere, s.f, p. 7)

En este contexto de aumento de la pobreza y de desigualdad, las organizaciones guerrilleras que se empezaron a generar desde la década de 1960 encontraron más apoyo de los sectores populares y la vía armada fue el camino seguido por algunos de estos países para tratar de cambiar la situación.

A nivel regional el proceso del conflicto armado fue devastador, “300 mil muertos de los cuales solo el 10% murió en las filas de combate” (Torres Rivas, 2007, p. 110). Pero además, producto de la violencia de lo sucedido, quedaron economías destruidas por la guerra, miles de desplazados a nivel interno, migración forzada internacional y luego con el proceso de desmovilización tanto de las guerrillas como de los ejércitos queda una gran cantidad de población sin empleo en mercados laborales incapaces de brindarles opciones.

El proceso y los logros alcanzados por el MCC se paralizan, se da una lógica de economía de guerra y la inversión extranjera directa abandona estos países. Si bien formalmente el Mercado Común Centroamericano sigue operando en estas décadas, y permanecen los intercambios fundamentalmente bilaterales entre varios de los países (Govaere, s.f), el deterioro de las condiciones de vida y la afectación de las estructuras políticas y del tejido social son evidentes en el proceso.

En este contexto convulso a nivel social y político, es difícil pensar el escenario de creación de producciones culturales y la construcción de un campo nuevo, como es la industria discográfica. Sin embargo, justamente, a partir del contexto político existieron muchas relaciones de solidaridad e intercambio cultural. Por ejemplo, los partidos y agrupaciones de izquierda, tanto regionalmente como internacionalmente, participaban en intercambios culturales y festivales, pues muchos de estos procesos armados dieron a la cultura un papel fundamental (Cuevas, 1993).

Para Rafael Cuevas (1993) el desarrollo de la dinámica cultural en la región estuvo fuertemente influenciada por el contexto político, y marcada por tres tendencias: en el caso de Guatemala, El Salvador y Honduras se da la confrontación de dos proyectos sociales y culturales que se considera totalmente antagónicos. En Nicaragua se da una reorganización de la cultura como apoyo para la conformación de un proyecto antiimperialista y revolucionario y en el caso costarricense se crean una serie de políticas culturales y el desarrollo de institucionalidad cultural (Cuevas, 1993, p. 16).

En todas las manifestaciones del mundo de la cultura se evidenció el peso del contexto social y político, y las producciones culturales fueron espacios de producción de sentidos y formas de explicación de lo sucedido, tanto en la literatura, como en el cine, la música y las artes plásticas.

En el caso de la literatura hubo una serie de escritores y escritoras sobresalientes a nivel internacional que retrataron los procesos vividos en estas décadas. La literatura fue un espacio de reflexión y debate durante y después del conflicto armado para pensar política y humanamente lo que estaba pasando. Así, el conflicto armado y sus secuelas fueron tema necesario en la narrativa centroamericana incluso hasta el día de hoy (Ortiz & Mackenbach, 2008, p. 83).

Otro ejemplo del impacto de estos procesos en el escenario cultural, lo encontramos en el auge del cine en la región, pues según lo analizan Cortés (2005) y Cabezas (2018) el surgimiento del cine se da en la década de 1970 de la mano del conflicto armado, teniendo como objeto también temas bélicos. Además, con un fuerte protagonismo de las producciones documentales y del testimonio, en la misma línea que la literatura para trata de registrar lo sucedido y sacar a la luz pública los acontecimientos que por los cercos informativos no se conocía fuera de los propios países.

El arte plástico fue otro espacio cultural donde se plasma la violencia de la época y es un tema recurrente en las representaciones artísticas. Sólo por citar un ejemplo durante la Primer Bienal Centroamericana de Pintura de 1971, organizada por el Consejo Superior Universitario Centroamericano, se premia la obra titulada “Guatebala” del pintor Luis Díaz que remitía a la violencia en ese país, esta pintura luego de ser itinerante es desaparecida (Montero, 2015, p. 109).

En el caso de la música esta tuvo históricamente diversos usos políticos desde el ámbito religioso, como recurso de distinción de las élites, como herramienta de construcción de tradición para ayudar a conformar la identidad nacional, o bien, como recurso lúdico. A partir de esto se crearon una serie de repertorios mestizos generadores de una diversidad musical amplia. Con el desarrollo de los conflictos armados en la región a partir de 1970, la música evidencia mucho más un rol relevante como herramienta de resistencia, con la aparición de la música protesta, también denominada nueva canción latinoamericana o música trova.

Al generarse las primeras disqueras en Centroamérica en 1960, se empieza a seleccionar repertorios de toda esta oferta mencionada y las disqueras locales, también, tratan de balancear repertorios (como las grabaciones de marimba en el caso de Guatemala), con repertorios por licencia de grandes empresas internacionales. Algunas de estas empresas de

capital local luego son compradas por grandes industrias como es el caso de INDICA que luego es comprada por CBS y posteriormente por Sony. Para 1970, como lo sintetizan datos de la Revista Billboard (1970) en el *International Market Report*, existían ya en la región un entramado de empresas de importación, exportación y producción de música amplio, así como una dinámica de representación de casas disqueras internacionales, como presento en el siguiente cuadro:

Cuadro 2. Algunas características del mercado discográfico en Centroamérica en 1970.

País	Empresas disqueras	Marcas internacionales representadas por la disquera local	Empresas importadoras y exportadoras de discos en cada país
Costa Rica	-Industria de Discos Centroamericana S.A. (INDICA)	Intl labels represented: Art, Atlantic, Audio, Belart Billo, Disc'AZ, Dot Fonograma, MGM, Montilla, Onyx, Orfeon, Palacio, Peerless, Polydor, Reprise Seeco, Velvet, Viva, Warner Bros. Intl rep.: Worldwide (CBS).	-Almacen Philco -Discolandia
El Salvador	-Discos Centroamericanos (DICESA)	Label: DCA. Intl labels represented: A&M, Disneyland, Falcon, Fuentes, Hispavox, Motown, Musidisc, RCA.	-Almacenes Kismet -Casa Cueva -Casa de la Música -Casa Flores -Estereolandia
Guatemala	-Discos de Centroamérica (DIDECA)	Intl labels represented: Capitol (USA), Liberty (USA), Musart (México), Rex (México), UA Latino (USA), United Artists (USA), Zeida Colombia).	-Casa Avelar -Dist. Electro Musical -Hits Musicales -Instrumentos Musicales -Cadena Philco
Honduras	-		-Carrousel -Casa de la Música -Litografía Suarez Romero -Palacio de la música
Nicaragua	-Discos S.A., DISCOSA. -Discos Murra, MURRADIS	-Label: Discosa Intl labels represented: Crescendo, Pickwick, Zafiro-Novola, Cisne, Alegria, Audio Mex, Microfon, Dorado.	-Discolandia -Discos S.A. -Discoteca Universal

	-Sonido Industrial S.A	-Label: Sonido Industrial Intl labels represented: ABC (USA), Borinquen (Puerto Rico), Capitol (Mexico), Chantecler (Brazil), Command (USA), Discomoda (Venezuela), Dunhill (USA), EMI (worldwide), Grand Award (USA), Palobal (Spain), Sonus (Venezuela).	
Panamá	-Discos Istmenos SA, DISMENO S. -Discos de Panamá SA (PADISCO),	-Label: Padisco. Intl labels represented: A&M, Bronco, Discuba, Disneyland, Falcon, Fuentes, Hispavox, MAG, Modiner, Motown, Musart, Musidisc, RCA, RCA Camden, Tito, United Artists, Velvet, Virrey, Vista. -Discos Istmenos SA. Labels: Latino, Taboga. Intl labels represented: Ansonia, Canal 625, Capitol, Continental, Cotique, Fania, Gema, Kubaney, Monument, Panart, Roulette, Sono Radio. Intl rep.: Peru (Sono Radio).	-Almacen Greche -Almacen Reco, -Artelec SA, - Discolandia SA -Distribuidora de Discos Electra SA -Guardia & Cia, -Indica -Panamá Radio SA -Panamá Sonido SA -Sonido Industrial

Fuente: (Billboard, 1970).

Posteriormente, en la década de 1980 se crean en la región otras disqueras como Discos Lyra (Panamá), Onda Nueva (Panamá), Fonoindustrias de Centroamérica (Guatemala). Además, en el contexto de la revolución Sandinista se tiene la particularidad de la creación por parte del gobierno de la Empresa Nicaragüense de Grabaciones Artísticas y Culturales (ENIGRAC), fundada en 1980 la cual tenía como objetivo:

- a) Producir y realizar toda clase de grabaciones y ediciones de audio para radio, cine y televisión, por medio de discos, cintas, cartuchos, y cualquier otra clase de medios de grabación sonora. Estas grabaciones serán efectuadas, primordialmente, de y con artistas nicaragüenses;

- b) Distribuir comercialmente dentro y fuera del país su producción sonora, por sí, por delegados o agentes;
 - c) Ser representante y concesionario de empresas extranjeras, estatales o privadas, que desarrollen actividades semejantes;
 - d) Participar en la formación de nuevas empresas conjuntamente con entidades similares o particulares cuando lo crea necesario para el logro de sus objetivos.
- (Decreto No. 402)

La creación de esta empresa pública es el único caso en la región centroamericana financiada por capital estatal, el resto de empresas eran de capital privado y con vocación claramente comercial, como lo reflejan los anuncios publicados en este apartado.

En términos de la construcción de este campo, se debe recordar que la población en la región para 1980 era de casi 21 millones de habitantes, siendo el país con más población Guatemala con 7.262.417 habitantes, y el menos poblado Costa Rica con 2.278.506 habitantes (Baires, 1984, p. 174). Sin embargo, en el contexto del conflicto armado la posibilidad adquisitiva de esta población era limitada, por lo que las empresas trataron de ampliar sus opciones de mercado trabajando regionalmente.

Para la década de 1980, el mercado centroamericano estaba dominado por las cuatro empresas disqueras más importantes que eran: DICESA (El Salvador), DIDECA (Guatemala), FONICA (Guatemala) y CBS INDICA (Costa Rica). Pero estas tenían también relación entre sí, ya que en algunos casos las empresas vendían discos de otros de estos sellos regionales. Además, algunas de estas empresas abrieron oficina en otros países de la región o tenían encargados de ventas para comercializar mejor sus productos (Román, 2018). Existió, entonces, todo un entramado comercial con varios competidores, que trataron de sobrevivir al fuerte contexto económico y social en medio del conflicto armado.

Asimismo, estas empresas mantuvieron relación con otros sellos internacionales siendo parte de la industria cultural de la música a nivel Latinoamericano, con vínculo con sellos como Capitol, Motown, RCA, Polydor, pues reproducían bajo licencia discos y artistas con contratos con dichos sellos.

En el caso de CBS INDICA, al pertenecer a CBS Music Publishing Group era parte de un entramado que para 1978 tenía presencia en países como: Argentina, Australia, Brasil, Bélgica, Canadá, Francia, Grecia, Japón, México, Estados Unidos, etc (Román, 2018, p.

86). Como se muestra en el siguiente anuncio de la compañía para 1982, había aumentado su presencia mundial y en América Latina tenía con sedes en Argentina, Brasil, Centroamérica (cuya sede se localizaba en Costa Rica), Colombia, México, Venezuela y además, anunciaban su nueva subsidiaria en Chile. En esta publicidad se hace referencia, justamente, a esta presencia en diferentes espacios como el fuerte de la compañía al señalar como elemento central del anuncio “La más grande y la mejor. Con más compañías en más países”.



Imagen 5.[Anuncio de la empresa CBS]. (1981). *Revista Billboard*, p. 178.

Los aportes de la revista *Billboard*, particularmente, de sus números especiales titulados *International Buyer Guide* son centrales, ya que estos no se realizaban para fans de la música, sino para empresarios del sector. Los análisis sobre los mercados y los anuncios eran mensajes claros para inversionistas y reflejaban la lectura del mercado a nivel mundial. Este es un elemento relevante, pues evidencia el interés del campo de empezar a generar capital informacional (Bourdieu, 2000, p. 25), es decir, datos, estadísticas y estudios para la toma de decisiones informada de inversionistas. Para esto desde la revista sistematizaban

información empresarial como las ventas, pero también de análisis de la situación de los países realizadas por sus delegados sobre aspectos que afectaban el mercado.

Para la década de 1970 y 1980 se puede afirmar que las empresas disqueras de la región eran agentes de un entramado de industria discográfica a nivel mundial, a pesar de ser parte de un mercado pequeño. Incluso, se anunciaban ocasionalmente en revistas como la *Billboard* en estos números especiales para inversionistas, con la finalidad de atraer sellos internacionales para que las contrataran como representantes en la zona. Como se puede evidenciar en los anuncios expuestos a continuación, empresas como DIDECA hacían referencia a su capacidad de internacionalización, o bien, en el caso de DICESA, remiten su trabajo en toda la región centroamericana.

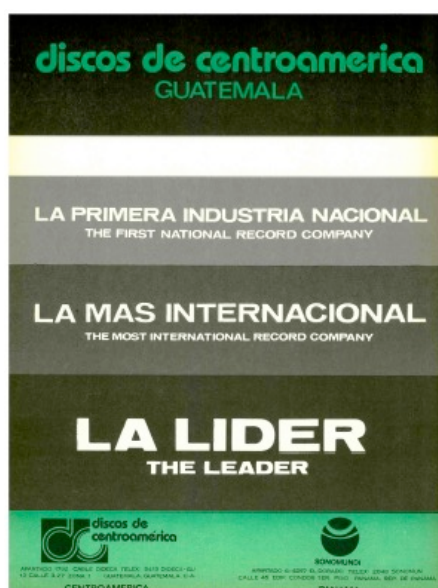


Imagen 6.[Anuncio de la disquera guatemalteca DIDECA]. (1981, 24 de octubre) *Revista Billboard*, p 52.

Si bien no existen investigaciones que analicen el repertorio de lo grabado a nivel regional por estas empresas, esta industria vino a dinamizar el repertorio regional, en algunos casos como el nicaragüense, con una empresa con claro vínculo político y en otras con vocación comercial. Así, en este contexto se fundó una incipiente industria cultural de la música en la región.



Imagen 7. [Anuncio de la disquera salvadoreña DICESA]. (1981, 24 de octubre). *Revista Billboard*, p. 94.

Sin embargo, para 1980, la escalada del conflicto armado vino a afectar fuertemente al sector. En el análisis realizado en dos números de la revista *Billboard* de la época se ubican dos artículos de los delegados en la región, donde se analizan la situación de la industria y refieren a la afectación por la situación política. Como planteaba anteriormente, la relevancia de estos artículos es que los periodistas de la zona presentan un análisis de las condiciones de inversión en un contexto de inestabilidad y les hablan directamente a posibles inversionistas, por lo que considero relevante analizar estos documentos. En el primero de ellos publicado en 1979 y titulado *Making music amid political turmoil* se reflejan dos panoramas distintos en la región. En el primero, se señala que CBS INDICA se ha posicionado de manera ventajosa frente a sus competidores, y además, menciona el crecimiento de DIDECA en Guatemala. Sin embargo, se señala la afectación de la inestabilidad política con el triunfo de la revolución sandinista en Nicaragua, que impactó a la industria, pues en junio de ese año el sector tuvo cero ventas, y además, algunas tiendas de discos y empresas fueron afectadas al ser destruidas y robadas durante todo el proceso de las manifestaciones en las calles.

En el segundo artículo publicado dos años después por Estrada (1981), titulado *Central America: troubled market seek stability*, se afirma que las medidas de restricción a las exportaciones en el caso de El Salvador afectaron las dinámicas de las empresas. También, se señala que la suspensión de garantías constitucionales producto del conflicto

armado limitaron las posibilidades de hacer actividades promocionales para la industria. En el caso de Nicaragua señalan la incertidumbre política luego del triunfo de la revolución, y como generó crisis en las posibilidades de crecimiento de la industria a nivel regional y señala como otro de los retos enfrentados fue la aparición de la piratería de música.

En cuanto a Costa Rica se expone como uno de los mejores mercados en esa época, pero que CBS INDICA estaba monopolizando el mercado y que las otras empresas estaban en crisis en sus propios países tenían dificultades para competir con ella. En este mismo texto de la revista Billboard se señala que las limitaciones en el poder adquisitivo de la población y el poco desarrollo tecnológico, también, eran limitantes para el crecimiento del sector discográfico. Por ejemplo, sobre Guatemala se planteaba que aunque es un país con una población de 7.5 millones de habitantes para ese año, el 40% de la población era indígena y vivía con ingresos mínimos por lo que el mercado no era suficiente para la industria (Estrada, 1981).

De esta manera se evidencia que en el sector de la industria discográfica, existía interés por invertir en la región, pero el escaso poder adquisitivo de la población aunado a las afectaciones por los conflictos sociales y políticos de la época, crearon incertidumbre en el mercado y limitaron las oportunidades de difusión de la música. El único mercado estable fue el costarricense.

Como se puede apreciar en este apartado en el caso centroamericano, todo el escenario cultural estuvo fuertemente influenciado por el contexto político y a pesar de la crisis hubo un auge de producciones culturales significativo. Los diferentes espacios de las artes se enfocan en crear producciones que evidenciaran lo que sucedía en la región.

En estas épocas convulsas se desarrolló una incipiente industria discográfica que empezó la selección de un catálogo local y trabajó en la creación de públicos para la música producida regionalmente. En esta zona se consolidaron cuatro empresas como las más fuertes: DICESA, DIDECA, FONICA, CBS INDICA y otras menores (Discos Lyra, Onda nueva, ENIGRAC). Estas conformaron el campo de relaciones de fuerza del sector de industrias discográficas y establecieron relación entre sí para comercializar sus discos. Además, tuvieron relación con sellos disqueros internacionales para ampliar sus catálogos por la vía de las licencias.

Este sector estuvo fuertemente impactado por el contexto político y sus consecuencias económicas en los mercados, lo cual la hace entrar en crisis durante la década de 1980 por la contracción del mercado y las dificultades de hacer actividades de difusión de sus producciones. La empresa disquera costarricense CBS INDICA tuvo algunas ventajas por la estabilidad política existente frente a sus competidoras más grandes en Guatemala y El Salvador.

Ahora bien, una vez expuesto el proceso histórico de conformación del campo de la industria de la música en el caso latinoamericano y centroamericano, en el siguiente apartado referiré a la construcción del mercado de la música en Costa Rica en la cual se gesta el surgimiento de la empresa CBS INDICA.

2.3 Contexto costarricense: la creación de dos campos diferenciados para la música.

Comprender el establecimiento de campos de relaciones de poder entre actores en el caso de la música en Costa Rica es un elemento fundamental para esclarecer el surgimiento de una industria discográfica local. El objetivo de este apartado es mostrar cómo se forman dos campos en el país, el de la música académica y el de la música popular, con actores y reglas diferenciadas. Estos, posteriormente, se vinculan a la industria discográfica también de manera distinta.

Por un lado, la música académica, por el uso político, fue de interés del Estado y como se verá a continuación estuvo marcado por apoyo de políticas estatales. Apoyos para la creación de espacios de ejecución, formación y difusión, con agentes que determinan las reglas del campo a partir de su capital cultural eurocéntrico propio de contextos coloniales. Y, por otro lado, el campo de las músicas populares estuvo más definido por el consumo y por la creación de diversos espacios de sociabilidad. Con actores comerciales como: empresarios de radio, salones de baile, los primeros estudios de grabación, y los primeros esfuerzos por hacer empresas discográficas, y además, sin apoyo del Estado en su forma de difusión y comercialización.

Para plantear la historización de ambos campos expongo los principales momentos y agentes del escenario cultural de la segunda mitad del siglo XX. Se desarrolla el análisis del campo de la música a partir de ese periodo, porque con la Revolución de 1948 se dan dos procesos que vienen a cambiar el escenario cultural nacional:

Primero, el auge del proceso de industrialización en el país, pues se debe recordar que la primera medida tomada por la Junta Fundadora de la Segunda República es la creación del Instituto Costarricense de Electricidad, institución base para el desarrollo de los pequeños industriales de los cuales Figueres era un representante. Con esta decisión se da el auge de desarrollo de estas empresas y con esto la migración del campo a la ciudad, y el crecimiento de los barrios obreros, los cuales como veremos posteriormente fueron la base cultural para las músicas populares.

Segundo, con los gobiernos posteriores a la revolución, a partir de la postura socialdemócrata, se da un impulso mayor al tema de la cultura y las acciones de apoyo estatal desarrolladas se articulan hasta consolidarse con la creación del Ministerio de Cultura en 1971. Estas acciones realizadas en la segunda mitad del siglo XX fueron la base impulsadora de la música académica y el folclore que fueron campos diferenciado de este arte en el país.

Inicialmente, se expone la conformación del mercado de la música académica y el folclore y la música popular por separado, pero al final del capítulo evidencio algunos puntos de encuentro entre ambos, pues en un escenario cultural pequeño como el costarricense, los espacios mantuvieron alguna cercanía.

2.3.1 Música y poder: la construcción del campo de la música académica y el folclore con apoyo del Estado.

En este apartado me interesa caracterizar los principales momentos de desarrollo del campo de la música académica y posteriormente, del folclore y los usos políticos que ambas tuvieron, así como los principales agentes que le dieron forma. Esto con el fin de poder comprender los juegos de relaciones de poder presentes en este proceso.

Como se verá a continuación se evidencia el papel del Estado como agente en la definición de las reglas del campo musical. Como plantea Bourdieu el Estado sintetiza una serie de capitales acumulados desde el capital militar, económico, cultural, simbólico, informacional, etc, a partir del cual puede determinar el funcionamiento del campo (Bourdieu, 2000, p. 25). En este caso, como se verá el Estado costarricense generó una serie de apoyos al sector de la música de origen europeo poniendo a disposición su capital económico con apoyos financieros para una institucionalidad de la enseñanza de la música y un ministerio. Además, dispuso de su capital simbólico, con recursos de legitimación en rituales y actos sociales, el capital cultural y técnico de funcionarios para concretar políticas de apoyo. Y finalmente, el capital jurídico para crear instituciones, exoneraciones de impuestos, etc.

Además se evidencia el papel de otros agentes en el campo que ponen en juego su capital cultural y simbólico, como por ejemplo los Clubes Rotario, organizaciones culturales y una primera dama que inciden directamente para organizar la primera sinfónica. Otro ejemplo, es el de figuras que pudieron capitalizar mucho poder para canalizar fondos e interés político en la inversión en estas músicas como la figura de Guido Sáenz o Alberto Cañas. Se evidencia en esta definición de reglas, el interés de las élites en tener un campo musical, que sirviera como elemento de distinción para ellos, pero también que sirviera como arma civilizatoria para los gustos de los sectores populares.

Para iniciar este recorrido es necesario recordar brevemente, que la construcción del campo en el caso de la música académica estuvo precedido por la construcción de un canon de lo que se entendía como música “cultura”. Este proceso operó por una serie de mecanismos sociales de legitimación de las prácticas musicales europeas sobre las prácticas indígenas desde el momento de la invasión española. Además, de la imposición de reglas políticas y religiosas, que generaron que el espacio de la cultura fuera utilizado en el caso concreto de la música como mecanismo de dominación.

Desde las bandas militares posteriores a la independencia, pasando por los cantos escolares, y los himnos que reprodujeron imaginarios sobre la identidad costarricense, la

música de origen europeo conformó discursos sobre el poder y sirvió de legitimación para el Estado. De manera que este invirtió en su profesionalización y en la creación de instituciones que sirvieran de base para seguir haciendo uso de este recurso cultural.

A inicios del siglo XIX paralelo a la relación de la música europea con el poder político y religioso, se empezó a desarrollar el consumo de música privado, vinculado a una pujante clase cafetalera con capacidad de consumo y con necesidad de actividades lúdicas cerradas para sí, que las distinguieran del resto (M. Vargas, 2004, p. 48). De esta forma el escenario cultural se amplía así como las opciones de consumo, se evidenciaron diferencias de clase y espacios de sociabilidad para los distintos estratos, la nueva clase cafetalera estimula la música en espacios públicos como símbolo del proceso civilizatorio. (M. Vargas, 2004, p. 97)

El canon racializado de la música, dividido en la época de la colonia entre la música española religiosa y la música de indígenas y mestizos, sigue siendo reforzado ahora amparado en el discurso civilizatorio del Estado. Las élites miraban a Europa para la escogencia de instrumentos, ritmos, vestimentas, creación de teatros, barrios, centros recreativos, clubes, etc. Este proceso de europeización del gusto y la construcción de un nuevo consumo a partir de él, se debe entender, también, en un contexto de importantes migraciones de europeos y estadounidenses al país que fueron comerciantes, artesanos, intelectuales y profesionales y que si bien no fueron tan numerosos, sí impactaron cualitativamente a las élites cafetaleras. Muchos de estos migrantes asumieron roles como: artistas, docentes, abrieron imprentas que creaban boletines y periódicos, ocuparon cargos estatales, ejercieron profesiones de gran relevancia para la época como medicina y derecho. Estos roles les permitieron vincularse de diversas maneras con el poder político y económico y marcaron el ideario nacional (I. Molina, 1995, p. 171).

Así, desde la conquista española hasta la primera mitad del siglo XX, existió un interés de las élites políticas de apoyar la creación de espacios musicales oficiales basados en el canon europeo con dos finalidades: primero que acompañaran la conformación de la identidad nacional con las bandas, los cantos escolares y los himnos. Por otro lado, las músicas de origen europeo sirvieron como recursos de distinción en actividades privadas

de las élites, en espacios sociales, claramente diferenciados. Esto es importante para comprender el funcionamiento del campo, pues las acciones del Estado y de sus agentes burocráticos de promover ciertas músicas en detrimento de otras implicaba procesos de legitimación.

Con la llegada del siglo XX se tenía, entonces, un entramado cultural y una serie de instituciones de la cultura en el país, a las cuales se les siguió dando apoyo desde el poder político. Con la conformación de un nuevo modelo de Estado por el proceso político de la Revolución de 1948, se continuó con el impulso a la música de origen europeo, pues desde la perspectiva de los teóricos socialdemócratas, el acceso a la educación y la cultura eran elementos que contribuían a la movilidad social y al “refinamiento cultural” (Vargas et al., 2012, p. 19). De manera que en el espacio de la música encontraremos la creación de dos instituciones que van a consolidar el estatus de estas músicas en el imaginario cultural: la Orquesta Sinfónica y el Conservatorio Nacional de Música.

Desde 1940 se inicia un proceso de conformación de una orquesta, impulsada por el violinista Héctor Reyes y la contralto Consuelo Reyes quienes “entusiasmaron con el proyecto a varias damas importantes, entre ellas a Ivonne Clays, Primera Dama de la República.” (M. Vargas et al., 2012, p. 20). Esta primer orquesta estuvo formada con personas de escuelas privadas de las bandas y músicos extranjeros con el apoyo del Club Rotario y a partir de 1943 recibe apoyo estatal (M. Vargas et al., 2012). En este proceso tiene un rol estratégico la Asociación de Cultura Musical, que entre 1934 y 1946 impulsa la creación de conciertos de música de cámara, una biblioteca musical, una orquesta sinfónica y un conservatorio de música y con esto se empieza a institucionalizar el repertorio clásico:

A finales del siglo XIX y en la primera mitad del siglo XX, el público costarricense conocía primordialmente un tipo de repertorio compuesto por arreglos de música lírica y de piezas bailables. En este lapso comienza a formarse más rigurosamente un grupo de músicos jóvenes, elemento clave para que empezara a aparecer, primero tímidamente y luego más decididamente, el repertorio clásico en los programas. El

proceso de aceptación de este nuevo tipo de música no fue rápido. La prensa, las escuelas de música y diversas asociaciones formadas por músicos y aficionados prepararon el terreno para que poco a poco este tipo de repertorio se consolidara en el país. (Vargas et al., 2012, p. 20)

Este suceso evidencia algunos de los agentes, que entraron en juego en la conformación del campo de esta música académica, pues ubica la existencia de grupos organizados como el Club Rotario organización, que en sus inicios era de empresarios hacían labores humanitarias. Además, otros agentes como la Asociación Cultural Musical que tenían el suficiente capital cultural, simbólico y económico para acceder a dialogar con una primera dama para hacer incidencia con el fin de que el Estado apoyara la creación de la Sinfónica. Estos agentes continuaron incidiendo para posicionar estas músicas con otras agentes del medio cultural como en la prensa, las escuelas y las organizaciones de músicos aficionados.

Aunado a la creación de la Orquesta Sinfónica, en 1942 surgió el Conservatorio Nacional de Música, con presupuesto de la Cartera de Educación Pública, el cual, ya en 1944 fue adscrito a la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Costa Rica, también, recientemente fundada. (Vargas et al., 2012). Además, se creó el Conservatorio Castella en 1953, el Coro Universitario en 1955, y la Orquesta Sinfónica de Heredia en 1962. Todas estas instituciones financiadas con fondos estatales.

Las bandas, también tuvieron un cambio importante en este período, pues en 1948, a raíz de la abolición del ejército, pasaron a depender del Ministerio de Seguridad Pública, de manera que los músicos que hasta ahora debían asumir compromisos militares, pudieron dedicarse sólo a la ejecución musical.

En cuanto a la difusión de la música académica se crearon varias emisoras que incluyeron en su programación este repertorio como: Radio Universitaria, Radio Fides y Faro del Caribe (Vicente, 2012, p. 65), acercando con esto al público de clases medias a esta música que era también símbolo de diferenciación y estatus.

Uno de los eventos más relevantes del periodo fue la creación del Ministerio de Cultura Juventud y Deportes en 1971 bajo la dirección de Alberto Cañas, durante la administración de José María Figueres Ferrer. Como bien lo relata Cañas en sus memorias,

la creación y desarrollo del Ministerio fue un complejo proceso de negociaciones y acuerdos políticos tanto con el presidente como con algunos miembros de la Asamblea Legislativa que le brindaron su apoyo. Por ejemplo, al crear el ministerio se hacen negociaciones, pues se trasladaron direcciones que ya existían en el Ministerio de Educación a esta nueva entidad:

El Ministerio no existía legalmente, pero le serían traspasados una serie de organismos existentes, ubicados entonces en el de Educación. Llegamos a un acuerdo con el Ministro de Educación, Lalo Gámez, para que el de Cultura asumiera, de facto y a partir del 9 de mayo, la autoridad sobre esos organismos: Dirección General de Deportes, Dirección General de Artes y Letras, Dirección de Bibliotecas, Teatro Nacional y Orquesta Sinfónica (Cañas, 2006, p. 390).

Con la creación de este ministerio se dio un mayor impulso a las institucionalidades existentes, pues se inició una reforma a la Sinfónica a cargo de Guido Saénz, se incorporaron músicos extranjeros de mayor experiencia y se hizo el Programa Juvenil para formar a niños y niñas, esto permitió la profesionalización de la música académica en el país. Este momento de creación del Ministerio y de inversión en la Orquesta Sinfónica evidencia como el tema de la música es asunto de política pública.

Es importante señalar que dentro de las labores de este ministerio, se creó un Departamento de Publicaciones que en coordinación con el Departamento de música impulsaron grabaciones de discos que incluía: un disco en homenaje a Jorge Debravo, un disco de Concherías de Aquileo Echaverría, un disco de piano de Julio Fonseca, un disco de la violinista Dylana Jenson (Cañas, 2006, p. 397). En estas primeras grabaciones vemos la tendencia de producción estatal de música de priorizar la música académica y al folclore como se expone más adelante.

Al referir a los agentes conformadores del espacio de la música académica, sin duda existieron algunos de ellos que lograron centralizar gran poder y moverse en el escenario político con su capital cultural y burocrático, sin duda, Guido Saénz y Alberio Cañas fueron dos de ellos. Por ejemplo Saénz fue creador del Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes junto con Alberto Cañas en la década de 1970, fue encargado de la reforma de la Orquesta Sinfónica en 1971, creó el Museo de Arte Costarricense en 1978, creó el Teatro Popular

Mélico Salazar en 1980 y fue director de Sistema Nacional de Radio y Televisión de 1996 a 1998. Además, fue director y productor de programas de cultura oficial como Atisbos, permanente generador de opinión en materia de cultura oficial en el país. Esa capacidad de canalizar fondos del Estado para la creación y desarrollo de estas instituciones en el país responden a una figura con gran capital cultural y burocrático, y con fuertes vínculos políticos que permitieron esta incidencia.

En el caso de la música y aprovechando la referencia a Sáenz como agente cultural, es claro el papel relevante de esta música académica en el escenario cultural. Esto se evidencia cuando en diciembre de 1970 se grabó el primer disco de música académica en el país, por parte de estudiantes universitarios en homenaje a los 200 años del nacimiento de Beethoven. Guido Sáenz escribió en el periódico La Nación una nota sobre la relevancia de esto que él denomina “música seria”. La nota titulada “La hazaña del disco” señalaba que:

Jamás en Costa Rica se había dado un experimento de tan singular calibre como la grabación de este disco. Ningún profesional de la música ha intentado hasta ahora realizar, dentro del complejo sistema, el registro de sus posibilidades interpretativas tanto para beneficio de sí mismo como de la posteridad (Sáenz, 1970).

Este evento de grabación del primer disco de música académica fue, sin duda, relevante para las élites y tuvo cobertura de prensa, pues además según se señala en algunas notas era el primer disco de esta música realizado en Centroamérica. Por ejemplo, en la Nación además de la nota de Sáenz señalada anteriormente, se publicó una entrevista a Manrique Sánchez que fue el director técnico de la grabación («Cómo se grabó el disco “Recital de Bethoveen”», 1970) y también, se hizo una entrevista a los músicos sobre la grabación y al respecto señalan que si bien existieron otros esfuerzos antes que eran dos discos de don Guillermo Aguilar Machado editado por José Santos Chocano, estos “no respondía a los requisitos de fidelidad sonora que exige un disco”, y señalan que como existía mucha actividad de grabación de música popular, quería aportar al introducir esta música en la escena cultural. El tiraje de este disco constaba de 150 ejemplares y era vendido en el Teatro Nacional a 30 colones (Loaiza, 1970).

Así, estos agentes que centralizaron el poder en el espacio de la cultura fueron creando mecanismos de consagración, como escuelas, teatros, museos, etc, y además, generaron opinión utilizando medios de comunicación para referir a los avances de esta “música seria”. El arte, la danza, la música, el teatro tuvieron más espacios para la legitimación social y para seguir operando como mecanismos de distinción.

Otro ejemplo de este mecenazgo del Estado a la música académica, lo encontramos en la década de 1970 con una medida de exoneración de impuestos para este tipo de música. En la noticia del periódico Prensa Libre de 1972 se afirma plantea que por las gestiones de un círculo de intelectuales ante el gobierno, se exonera del impuesto de 30% a la música “clásica” importada con el fin como se menciona en la noticia de “estimular el desarrollo cultural de Costa Rica”. Para esto se asigna al Ministerio de Cultura Juventud y Deportes y al Ministerio de Hacienda la elaboración de una lista de los autores de este tipo de música para su respectiva exoneración:

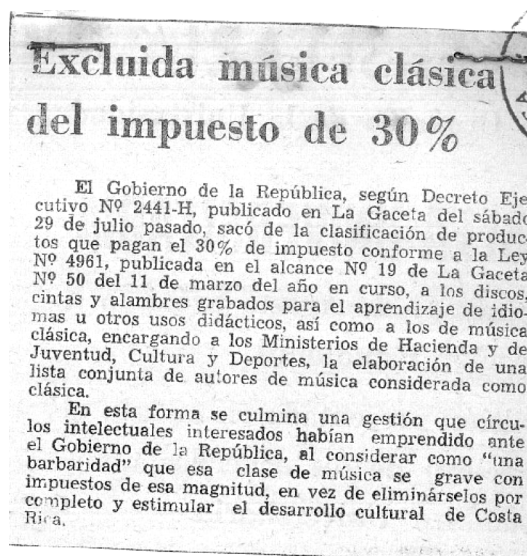


Imagen 8. Excluida música clásica del impuesto del 30%. (1972, 6 de agosto). *La Prensa Libre*, p 8.

Lamentablemente, no se encuentra disponible información de quiénes eran los miembros de este círculo de intelectuales que 1972 incidieron en la Asamblea Legislativa. Pero se evidencia de nuevo la presencia de algunos agentes dentro del espacio cultural que eran activos generadores de opinión, que exigían acciones estatales para estas músicas, e,

incluso, tenían los capitales económicos y simbólicos necesarios para acceder a este espacio político.

En este sentido es fundamental señalar la importancia del apoyo estatal y del desarrollo de una institucionalidad, que fomentó el sector de la música académica en el país. Pero se plantea este vínculo político para evidenciar el apoyo desigual a ciertas músicas sobre otras, que implicaron la generación de mercados diferenciados.

Como planteo más adelante cuando analice el repertorio de la disquera CBS-INDICA durante el periodo de estudio, la grabación de música académica se dio siempre con apoyo de instituciones estatales por el interés de difundir este tipo de música entre los públicos. Por tanto, fue un mercado de la música diferenciado (aunque pequeño), al contar con apoyos que la música popular no tuvo, y, por tanto, su grabación y circulación no dependió de las dinámicas de mercado, pues el fin fue la difusión de estas músicas como elemento civilizatorio y no con fines de lucro.

Finalmente, para terminar con este apartado sobre la creación del campo de la música con apoyo del Estado, es importante referir a otro espacio, que fue producto de estas instituciones de la cultura y es el tema del folklore. Considero necesario referirlo, ya que cuando analice el catálogo grabado por parte de la disquera en estudio, es evidente el papel que tuvieron instituciones como: el Ministerio de Cultura, el Instituto Costarricense de Turismo, el Instituto Nacional de Seguros, entre otras, en el pago por grabaciones de obras de esta música folclórica.

El folclore es una forma de construcción de identidad que genera la invención de tradiciones, a partir de la representación de prácticas del pasado, en el que un grupo social (en este caso personas funcionarias públicas), define una representación o una práctica como folclórico para crear sentimientos de unidad nacional. Como plantea Hidalgo:

... el “folclor” es una estrategia socio-cultural y política de algunos grupos sociales, el cual posee una funcionalidad identitaria y comunicativa, ya que es producto y productora de un conjunto simbólico específico que permite la significación de una

identidad, de una visión de mundo. En segundo lugar, el “folclor” como estrategia tiene que advertirse como una creación específica de un grupo particular, es transmisible y mutable (ya que las circunstancias-contextos lo reconstruyen), pero siempre bajo la lógica de una “estereotipia generalizada” que es propia del grupo, sin la cual no sería “folclor”(Hidalgo, 2018, p. 91).

En el caso de la música costarricense existieron dos momentos en la historia en las cuales la institucionalidad de la cultura reprodujo estos imaginarios, y consolidó un repertorio de música folclórica. Posteriormente, esta fue grabada y difundida en actividades culturales y en el sistema educativo.

El primero momento acontece en la década de 1920 bajo la influencia del movimiento nacionalista latinoamericano que buscaba incorporar elementos de la identidad indígena o mestiza de estas sociedades en el arte. En 1927 el Secretario de Educación Pública, envió una misión de tres músicos por recomendación de Julio Fonseca a Guanacaste a Nicoya, Santa Cruz, Filadelfia y Liberia para buscar un ritmo nacional. A partir de estos procesos se editaron una serie de folletos de música nacional o “criolla” eligiendo la música guanacasteca como base del folclore. Para su difusión el Estado generó conciertos y actividades, quedando oficializados estos ritmos como la música popular nacional (Vargas, 2004).

El segundo momento es en 1969, cuando la Dirección General de Artes y Letras (que a partir de 1971 pasa a llamarse Departamento de Proyección del Folclore, en el Ministerio de Cultura Juventud y Deportes recientemente creado) empezó un proceso de investigación sobre música folclórica partiendo de la premisa de que en el Valle Central existía otra vertiente amplia de música folclórica de origen campesino, esto bajo la responsabilidad de Emilia Prieto (Hidalgo, 2018). Este proceso fue muy relevante dentro del proyecto socialdemócrata, pues amplió los referentes identitarios musicales en el país, incluyendo otras poblaciones y no solamente Guanacaste, como había ocurrido a inicios de siglo.

A partir de este momento se creó todo un repertorio de música folclórica que debía ser difundida en el sistema educativo para generar sentimientos de identidad y fue reproducida a través de actividades públicas en momentos relevantes de festividades nacionales. Además, las universidades e instituciones estatales crearon grupos folclóricos con piezas dancísticas con estas músicas, también, se publicaron cancioneros con estos repertorios. Asimismo, se grabaron como veremos más adelante, discos de vinilo para difundir algunas de estas canciones, incluso, incorporando después calipsos limonenses con las primeras grabaciones de Walter Ferguson. En la nota de prensa adjunta, se lee sobre la grabación de un nuevo disco de música típica costarricense financiado por el Ministerio de Cultura Juventud y Deportes en la década de 1980. Esto se debe entender como un proceso en el que la música se ha utilizado como mecanismo de representación de idearios políticos, como expone Mendívil:

...la aparición del folklore en los círculos intelectuales no respondió a la valoración repentina de productos culturales antes injustamente ignorados, sino al despertar de proyectos oficiales para su apropiación por parte del Estado (2020, p. 59).

En este sentido, toda política, en este caso cultural, es normativa y construye reglas y un canon que por definición incluye ciertas manifestaciones y sectores en el imaginario nacional, y, por ende, excluye o pone en desventaja a otros. Por tanto, el tema del folcklore ha sido parte importante de la construcción de todos los estados nacionales, pues lo relevante no es la tradición, sino la creación de usos musicales para ciertos fines.

De esta forma, la construcción del folcklore fue parte de este accionar estatal para generar identidad nacional popular desde la música. Fue seleccionado y difundido desde instancias como el Ministerio de Cultura y el Ministerio de Educación, y oficializado en actos del Estado para la reproducción en el imaginario colectivo.

Para finalizar este apartado, es relevante señalar la construcción de parte de los grupos de poder de un canon de música que si bien va mutando rítmicamente en el tiempo, desde la música sacra de la colonia, pasando por las bandas militares y sus conciertos en los parques en el naciente Estado, la música de las veladas y conciertos, y las óperas en el Teatro Nacional

de inicios de siglo XX, a la música académica de la Orquesta Sinfónica y el Conservatorio Nacional. A partir de la segunda parte del siglo XX todas estas músicas vinculadas a estos grupos siguieron teniendo como referencia a Europa y fueron utilizadas para generar referentes de identidad y de distinción, según la ubicación en la estructura social.

De esta manera la institucionalidad cultural del siglo XX tuvo un rol central en la creación de repertorios oficiales, espacios y rituales de consagración. Por un lado, la música académica como referente civilizatorio y canon, y por otro, la creación de músicas populares bajo la denominación del folclore como referente de identidad nacional. Estos repertorios se insertaron en el mercado de la música grabada en condiciones particulares, pues no dependían de las dinámicas de oferta y demanda del mercado, sino de una finalidad social identitaria. En muchos casos fueron instituciones estatales las que financiaron estas grabaciones y se encargaron de su difusión por medio de instituciones como el sistema educativo.

2.3.2 De la cantina a la discomóvil: La construcción del campo de la música popular

El desarrollo del campo de la música popular estuvo vinculado al proceso de auge de poblamiento y urbanización de San José en el siglo XX. La creación de barrios obreros fueron la base para nuevas músicas y nuevos espacios de sociabilidad, generadores de un mercado de músicas populares. Incluso, estuvo relacionado con la aparición de otros agentes del campo cultural entre ellos, los primeros empresarios de las incipientes industrias culturales como: la radio, el cine y la televisión, los empresarios de los salones de baile, etc. Además, a partir de este periodo aparecen en escena dos agentes colectivos muy relevantes que dinamizaron el espacio cultural: las y los músicos de estos barrios obreros y la juventud como agente colectivo.

Desde finales del siglo XIX con el auge del cultivo del café y su comercialización, San José se convierte en el principal centro de poblamiento desarrollando algunos servicios públicos, y los inicios de un proceso de planificación urbana producto de las migraciones del campo a la ciudad. En los inicios del siglo, ya la ciudad contaba con instituciones de

desarrollo urbano básico y se consolidó como un centro de población. Prueba de esto es que en la capital la población aumenta de 50.580 habitantes en 1927 a 141.996 habitantes en 1950.(Carvajal & Vargas, 1987, p. 74)

Como lo aborda Marín entre 1860 y 1940 bajo la influencia de los liberales se desarrollaron una serie de medidas para incorporar valores a las clases subalternas con el fin de “civilizarlos”, desde la noción eurocéntrica que estos sostenían, pero también con la finalidad de que fueran trabajadores saludables y obedientes. Sin embargo, el espacio de la cultura popular siempre entró en conflicto con estos nuevos valores, ya que mientras las élites invertían en realizar actividades públicas para llevar estas músicas a esos sectores como los recreos, las retretas, la música militar, las misas de tropa, en los sectores populares se multiplicaban las taquillas, las cantinas y las pulperías (Marín, 2009, p. 19).

Posterior a la Guerra de 1948, hubo dos procesos que dieron un auge al desarrollo de la industrialización en el país y modificaron el perfil ocupacional, y el patrón de poblamiento del Valle Central. El primero de ellos se da con la Junta Fundadora de la Segunda República, la creación del Instituto Costarricense de Electricidad y la consecuente ampliación de la red eléctrica, que impulsó la industria. El segundo factor es la vinculación del país al Mercado Común Centroamericano en la década de 1960 que impulsaba los procesos de industrialización regional, con esto se dio un auge mayor del sector que vino a sustituir a los pequeños talleres de inicios de siglo. Por ejemplo, entre 1963 y 1975 se establecieron en el país más de 100 compañías de capital extranjero (I. Molina & Palmer, 2017, p. 121).

Producto de esto se dio la creación de barrios obreros poblados por personas migrantes del campo buscando mejores opciones laborales en la industria. Se crearon y ampliaron barrios populares fundados en las décadas de los cuarenta y cincuenta como: Barrio Luján, Calderón Muñoz, Cristo Rey, Barrio Cuba, Carit, Gonzáles Víquez, Barrio México, etc. Paralelo a este proceso de urbanización se crearon instituciones para ordenar el proceso de crecimiento urbano, tales como el INVU (1954), y el Servicio Nacional de Acueductos y Alcantarillados (1961), entre otras. Además, se crearon leyes para controlar el crecimiento de los barrios obreros principalmente políticas de saneamiento urbano y social para erradicar los tugurios, y cuerpos policiales para su control (Fumero, 2015).

El proceso de crecimiento de la ciudad como espacio cultural y político en las primeras décadas del siglo XX se conformó a partir de una clara división urbana, pues

paralelo a esto se crearon barrios de las clases adineradas como Amón con reglas de urbanización diferenciadas como señala Dormond:

Asimismo, la diferencia de clases se reflejó también en la organización espacial de San José, pues mientras los políticos -prósperos profesionales y comerciantes- construyeron sus nuevas residencias en el norte, este y luego oeste de la ciudad, hacia el sur fueron contruidos poblados para obreros, artesanos y sectores más desposeídos. Las nuevas residencias de los más acaudalados fueron construidas según un nuevo concepto de vivienda que reflejara su prosperidad, y a su vez, “incorporaron la normativa antisísmica del nuevo código de construcción dictado por Cleto González Víquez” después del terremoto de 1910. Ello implicó el abandono del bahareque, la teja y el adobe como materiales de construcción (Dormond, 2010, p. 48).

El crecimiento de los asentamientos obreros fue clave para el campo de las músicas populares, pues muchos de los primeros músicos de orquestas del país salieron de este espacio cultural convirtiéndose en agentes que dinamizaron la cultura. A partir de un trabajo de análisis de las entrevistas realizadas por Mario Zaldívar (2013) en su libro *Costarricenses en la música: conversaciones con protagonistas de la música popular de 1939 a 1959*, muchos de los integrantes de las primeras orquestas venían de zonas rurales como: Tarrazú, Puntarenas o Puriscal, que al llegar a la capital se ubican en estos barrios obreros. Mientras que otros eran originarios de estos barrios como: Barrio Los Ángeles, Barrio Luján o algunos barrios de Desamparados. En ese proceso de entrevista de este libro se evidencia, también, los oficios alternos que muchos de estos músicos tenían como mecánicos. Incluso, al momento de las entrevistas cuando muchos de ellos eran personas mayores de 60 años, sus lugares de habitación eran algunos de estos barrios obreros, lo cual evidencia también las pocas posibilidades de movilidad social que tuvieron al ser músicos populares (Ver anexo 4).

Con la creación de los asentamientos obreros al sur de la ciudad se empezaron a generar, además, diversos espacios de sociabilidad en los que las músicas populares tuvieron

un rol central. Entre ellos se pueden citar los cines (para 1940 existían 12 salas de cine en San José), bailes en los parques, los salones de baile, los teatros, las actividades vinculadas al fútbol, las fiestas patronales y los eventos escolares entre otros. (Fumero, 2015)

Por ejemplo, los salones de baile registrados desde 1939 (Zaldívar, 2013), tienen como antecedentes las cantinas y burdeles de inicios de siglo. Refiero a salones emblemáticos de los sectores populares urbanos como: Los Molinos, Los Jocotes, El Huracán, El Gran Parqueo, Los Higuerones, El Jorón. Estos espacios llegaban a concentrar gran cantidad de personas, pues los más grandes tenían capacidad para entre mil y dos mil personas, y se llegó a tener en el país salones en todas las provincias, lo cual evidencia su relevancia como espacios de sociabilidad. Por ejemplo, para 1985 se tienen registrados cerca de 56 salones en todas las provincias (H. Vargas, 2015).

A mediados del siglo XX los barrios obreros del sur de la capital fueron protagonistas de la vida cultural del país, espacios dinámicos de encuentro de migrantes de diferentes zonas con una amplia capacidad de creación de producciones culturales. Asimismo, fueron espacios políticos que protagonizan importantes luchas a partir de la creación de organizaciones como las Juntas Progresistas en 1950, o la Alianza de Mujeres Costarricenses en 1952 (I. Molina & Palmer, 2017, p. 130).

Como refiero en el apartado anterior sobre el desarrollo de la industria en América Latina, en nuestro país, también se crearon en la primera parte del siglo XX una serie de industrias culturales que cambiaron la dinámica de sociabilidad. Estas industrias como: la radio, el cine, la televisión y las disqueras fomentaron el consumo de una serie de artefactos culturales que hasta el momento no estaban presentes.

Justamente, con la llegada de la radio en 1923 el espacio de las músicas populares se dinamiza, y amplía su difusión. Poco a poco se van creando radios importantes como: Alma Tica, Nueva Alma Tica, Estación X, Para Ti, La Voz de la Víctor, Columbia y Atenea, entre otras (Vargas et al., 2012).

En cuanto a los repertorios programados en estas radios existía presencia de músicos de toda América Latina. Sin embargo, un papel relevante que tuvo la radio fue empezar a

difundir algunos músicos locales, primero como aficionados y luego con sus grupos y orquestas, como plantea Vargas et al:

Algunos de los intérpretes latinoamericanos que hacían furor en esas décadas fueron los mexicanos Pedro Vargas, Alfonso Ortiz Tirado, Agustín Lara, María Luisa Landín; los cubanos Olga Guillot y el Trío Matamoros; el puertorriqueño Daniel Santos, y los argentinos Hugo del Carril, Libertad Lamarque y Carlos Gardel, por mencionar solo algunos. Entre los norteamericanos, algunos de los más escuchados fueron Bing Crosby, Frank Sinatra, Louis Armstrong, Dina Shore y las orquestas de Glenn Miller, Artie Shaw y Guy Lombardo.

Este repertorio fue transmitido con asiduidad por las estaciones costarricenses. Pero además, las estaciones locales también jugaron un papel determinante en la consolidación de agrupaciones costarricenses, puesto que producían programas “en vivo”, en los cuales solistas y grupos musicales alternaban con humoristas. Entre las estaciones que más apoyaron a los artistas nacionales está “Nueva Alma Tica” que destinaba el horario del mediodía y de la noche a esa programación en directo. Posteriormente, “Radio Crystal” también se dedicó a este tipo de difusión, con el programa *Costa Rica y sus artistas*, transmitido al mediodía. En los programas participaron los pianistas Paco Alvarado, Julio Barquero y Óscar Murillo, además de muchas agrupaciones (Vargas et al., 2012, p. 32).

Muchos de estos músicos que se empezaron a programar en las radios, hacían estas grabaciones en las mismas centrales de radio. También, más adelante grabaron en las primeras salas como el Estudio Tassara propiedad del doctor Carlos Manuel Tassara Godoni ubicado en Barrio México (Zaldívar, 2013).

Con la creación de estas industrias culturales aparecen una serie de nuevos agentes del campo cultural: los dueños de radio, los programadores, los dueños de salones de baile,

y de las salas de grabación. Estos fueron relevantes en la definición de las reglas del campo de la música popular, pues eran quienes definían lo que se escuchaba y por medio de los mecanismos de consagración, que en este caso fueron la radio, los salones, la selección para la grabación, legitimaban y hacían públicos los repertorios.

Pero además, de estos agentes del campo cultural mencionados en la segunda mitad del siglo XX aparece un agente colectivo: las personas jóvenes. Con la creación de una mayor cantidad de colegios en el país se da un aumento de la matrícula y una gran cantidad de jóvenes estudiantes se politizan en esos espacios. Con esto empiezan a ser un actor colectivo relevante en la vida pública, siendo uno de los ejemplos más emblemáticos las luchas estudiantiles contra la empresa estadounidense ALCOA en 1970 (I. Molina, 2018, p. 52).

Este protagonismo en la vida pública de las personas jóvenes se da en diferentes espacios, desde lo interno de los partidos de todo espectro político hasta en la cultura, con nuevas estéticas y hábitos de consumo. Producto de esto surge la preocupación desde partidos políticos en la Asamblea Legislativa de atender a esta población y de canalizar sus manifestaciones por la vía institucional para el control. Justamente, el Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes fue el encargado de impulsar algunas labores de promoción y de control de sus formas organizativas (Salazar, 2018).

Esta aparición de un sujeto juvenil tuvo, además, una representación sonora, pues desde 1950 el repertorio musical se amplía con la aparición de una música juvenil por excelencia: el rock and roll. En 1958 aparece una noticia del diario la Nación titulada “Formado conjunto costarricense de rock n roll”, que refiere a la creación del grupo llamado los “Perros calientes”, grupo que según señala la noticia fue conformado por estudiantes universitarios capitalinos. En la década de 1950 y 1960 se tiene registro también de otras bandas como: Apple Band, The King cats, Los Blue Jets, Los Rufos, Los Thunder Boy’s y Los Vikingos. En la década de los setentas y ochentas encontramos una escena del rock más grande, en la cual muchos grupos tocaban música original y no tanto covers, y por lo tanto, eran grupos que cantaban música en español. Algunos de los que se tiene registro son: Hebra, Microwave, Shenuk, Distorsión, Shenuk, Igni Ferroque, La Silla Eléctrica, Tramontana, Electrónico, Eterno presente, Luz Fría, etc (Carballo, 2017).

Con la llegada de la televisión al país en 1961 y posteriormente con la apertura de programas para la música como Las estrellas se reúnen de Canal 7, y posteriormente en la

década de 1980, programas como Hola Juventud, las posibilidades de difusión de músicas locales se ampliaron. Estos programas ponen en la escena el tema de los videoclips y con ellos la construcción de todo un lenguaje visual de la música, que hasta ese momento solo contaba con las portadas para trabajar con los públicos.

En la década de 1980 la economía costarricense entra en crisis por un aumento en las tasas de interés, una alza en los precios del petróleo y una caída en los precios del café. A partir de esto, los efectos sociales de la crisis se hacen sentir fuertemente pues el salario decae, y aumenta el desempleo y la inflación (I. Molina & Palmer, 2017, p. 145). Para tratar de solucionar la situación, se toman una serie de políticas económicas por los gobiernos que abandonan el estado benefactor y dan un giro a las medidas neoliberales de recorte del Estado social.

Como reacción a estas medidas surgieron una serie de luchas sociales que tienen como base geográfica y política nuevamente muchos de estos barrios obreros. Como lo retrata Alvarenga (2005) en su libro *De vecinos a ciudadanos: movimientos comunales y luchas cívicas en la historia contemporánea de Costa Rica*, parte de las luchas de estas décadas fueron protagonizadas por estas barriadas politizadas por los trabajos que hacían diferentes sindicatos y partidos políticos de izquierda, Así como por los procesos de autoorganización no partidaria en estas zonas.

Muchas de estas luchas urbanas de la década de 1980, junto con las desarrolladas en las zonas rurales como las zonas bananeras, fueron retratadas por músicos de lo que Barzuna (1997) denomina “Nueva Canción Costarricense”. Estos cantores como: Rubén Pagura, Juan Carlos Ureña, Dionisio Cabal narraron y cantaron las experiencias de estas barriadas y pueblos. Esta generación de músicos, con claro compromiso político, tuvieron pequeños circuitos musicales de circulación en la capital como el bar “La Copucha” en San José y otros locales aledaños a las universidades. Además, tuvieron sus propios circuitos de grabación y circulación de producciones vinculados a los partidos de izquierda en la región.

Para la década de 1980 período de cierre de esta investigación, los espacios de socialización y difusión de las músicas populares se ampliaron cada vez más y se crearon centros comerciales como el Centro Colón en 1971, el Centro Comercial El Pueblo en 1982, y en 1983 el Centro Comercial del Sur. Con la creación de estos comercios se incorporó un nuevo espacio de difusión de la música, las discotecas, que eran fenómenos urbanos que de

alguna manera venían a modernizar los referentes de los antiguos salones de baile. Estas discotecas sumaron elementos como: los DJ, efectos especiales de luces y humo, músicas nuevas como la música disco, etc. Se pueden citar algunas de las más relevantes como Cocoloco, Kilates, Dynasti, Partenon, Leonardos, Zadidas, Salsa 54, Túnel del tiempo, Plaza Disco Club (H. Vargas, 2015).

Para finales de la década de 1980 se contabilizaban en el país alrededor de 22 discotecas, pero se evidencia que eran principalmente fenómenos urbanos, pues al analizar su ubicación estaban centralizadas entre San José y Heredia, ya que solo en esas provincias había 16 (H. Vargas, 2015), aunque también, existieron otras en zonas rurales, pero en menor cantidad. Estas, además, tenían al menos como tema aspiracional, un carácter más cosmopolita y atraían clases medias de la capital, como se puede observar en el lema de la discoteca Leonardo's de 1979 eran espacios “Para gente de mundo”.



Imagen 9.[Anuncio de la discoteca Leonardo's]. (1979, 1 de noviembre). *La Prensa Libre*, p. 24.

También, aparecieron las discomóviles en 1985 que, como señala Vargas (2015), dinamizan los espacios de sociabilidad en otras zonas del país, pues llevaban una experiencia similar a las discotecas, pero a las zonas rurales. Las discomóviles entraron en disputa con los grupos nacionales, pues reproducían su música sin pagar derechos, y existió un fuerte

conflicto entre los dueños de las discomóviles con los músicos de grupos nacionales, ya que estos últimos vieron afectadas sus contrataciones.

En estos espacios de sociabilidad se construyeron en el siglo XX los repertorios musicales de los sectores populares y estuvieron marcados por los ritmos tropicales de origen latinoamericano. Ritmos mestizos, que durante la primera mitad del siglo eran: mazurca, vals, bolero, corrido, paso doble, foxtrot y el tango, luego se da paso al chachachá y mambo en la década de los cuarenta y cincuenta. En los sesentas como señalé, anteriormente, apareció el *rock and roll* y el *twist*. Posteriormente, con la radio y las migraciones de latinoamericanos a otras latitudes como Inglaterra y Estados Unidos se crearon nuevos ritmos variantes del rock, luego llegó la salsa, el merengue, reggae etc. Y a finales de los ochentas con gran apoyo de una industria musical consolidada en la región aparecieron otros ritmos locales internacionalizados como en vallenato o la bachata (Valle, 2015). En esta misma década el repertorio en el caso costarricense estuvo marcado por la aparición de un ritmo denominado chiqui chiqui que, como mostraré en apartados posteriores, representó la posibilidad de éxito comercial para muchos grupos nacionales. Aunque en estas latitudes se tiene influencia de ritmos norteamericanos, el predominio del esquema musical y dancístico fue de estos ritmos mestizos para festividades, bailes y celebraciones de manera que el repertorio estuvo marcado por ellos.

Un último elemento que quisiera señalar en este apartado para entender el desarrollo del campo de la música popular es que sin duda, la compra de discos y fundamentalmente de un artefacto para la escucha en las décadas de 1970 y 1980 era un artículo relativamente de lujo. Para establecer una relación de los costos alrededor de los artefactos de escucha utilizo los datos del salario promedio de un operario de máquinas de industria textil, tomando como referencia un oficio común en la población de estos barrios obreros como lo he señalado a lo largo del apartado.

Cuadro 3. Precio de los dispositivos de escucha de discos de vinilo en relación con los salarios para los años 1970, 1975, 1980, 1985.

Año	Salario mensual de un trabajador operador de industria textil	Costo de una tornamesa o artefacto de escucha
1970	360 colones (15 colones por día)	Consola 1.600 colones
1975	618 colones (25,75 colones por día)	Equipo de sonido 7.000
1980	1.230 colones (51,25 colones por día)	
1985	6.134 (255,60 por día)	Equipo de sonido 24.000

Fuente:

Decreto No 1261-TSS del 25 de septiembre de 1970.

Decreto No.4337-TSS del 24 de noviembre de 1974.

Decreto No. 11361-TSS del 7 de abril de 1980.

Decreto No. 16413 TSS del 15 de julio de 1985

Periódico La Republica. 1 de diciembre de 1970

Periódico Prensa libre. 10 de diciembre de 1975.

Periódico Prensa libre. 25 de noviembre de 1987

Estos datos evidencian el costo de los aparatos de escucha en comparación con los salarios de la época, por lo cual se compraban generalmente a pagos. Como pude constatar en la revisión del periódico La Prensa Libre para este estudio los almacenes de la capital ofrecían estos artículos a pagos semanales o mensuales. Por ejemplo, en el siguiente anuncio del Almacén El Seguro S.A. de 1975, se ofrecen artefactos de sonido a 10 meses plazo con precio de contado.



Imagen 10. [Anuncio de venta de artefactos de sonido]. (1975, 13 de noviembre). *La Prensa Libre*, p.3.

De esta forma, como he señalado en este recorrido, los procesos políticos desde la Revolución de 1948 definieron las reglas del campo, con la aparición de varios agentes relevantes. Por un lado, surge una generación de músicos salidos de los barrios obreros como espacio cultural importante para las músicas populares, y la aparición de un sujeto juvenil que dinamizó la cultura. Además, con la creación de las primeras industrias culturales como: las radios, cines, televisión que generaron mecanismos de consagración de las músicas populares y una serie de nuevos agentes del espacio como: los dueños de radios, de salones de baile, y de discotecas, creadores de la música popular.

Ahora bien, para finalizar este apartado sobre Costa Rica, quisiera señalar que si bien existieron dos campos para la música diferenciados, uno vinculado al canon europeo de las élites con apoyo estatal y otro de los sectores populares más vinculado a las reglas del mercado. Al ser el espacio cultural costarricense limitado, pude ubicar algunos puntos de encuentro entre ambos espacios, que evidencian la existencia de diálogos y tránsitos entre los músicos de estos sectores. Quiero referirme al menos a algunos que he ubicado en la revisión de investigaciones sobre música, por lo que presento algunos ejemplos.

Marín aborda en su investigación sobre la música popular a inicios de siglo XX, que el tránsito de músicos de un espacio a otro era recurrente y que esto generó preocupaciones de algunas personalidades de la política. Por ejemplo, se refiere a las reflexiones del exalcalde de Pacayas y periodista cartaginés Ernesto Ortega, quien cuestionaba que la inversión realizada en formar músicos con el apoyo del Estado, terminara en antros:

En los lupanares, tabernas y centros de diversión descritos por Ernesto Ortega, se podían hallar desde radios hasta orquestas constituidas por músicos de bandas. Lo anterior llama la atención, pues los mismos ejecutantes que pocas horas antes deleitaban con interpretaciones europeas auspiciadas por el mismo Estado, llegaban en la noche a esos centros de perdición dispuestos a amenizar los "bailantines" y "bailongos" en especial con melodías pecaminosas como eran las congas, los blues, los danzones y las rumbas (Marín, 2009, p. 28).

Siguiendo esta misma línea, otra personalidad pública Mario Alberto Jiménez, planteaba en 1956 que las músicas de retretas estaban desapareciendo, pues los músicos de bandas y filarmónicas preferían ir a burdeles, cantinas y hosterías a ganar dinero tocando esas músicas. Este personaje plantea desde premisas absolutamente racistas “al son de mambos los danzantes se zangolotean con gentes reminiscentes de nuestro primo el orangután...” (Marín, 2009, p. 27).

Por otro lado, Dormond (2010) en su investigación sobre la guitarra en Costa Rica, señala que este instrumento ha sido posiblemente el que más ha coexistido en espacios de música académica y popular. Dormond menciona algunos ejemplos de personajes que transitaron en ambos espacios, como el del compositor Abelardo Álvarez Berrocal nacido en 1895 quien era de oficio zapatero, pero componía de manera autodidacta obras para guitarra y piano. Plantea que el compositor evidencia en sus trabajos conocimiento de la música clásica, aunque no tuvo formación, a partir de lo cual el autor afirma “que tuvo que existir en Alajuela un grupo de cultores de música clásica, quienes se reunían a escuchar la música de los grandes maestros” (Dormond, 2010, p. 62). Estos espacios al parecer eran diversos en su constitución, pues se reunían personas con conocimiento de estas músicas europeas y con

recursos para tener equipos de reproducción sonora, pero asistían, también, personas de oficios populares como este zapatero que posiblemente no contaba con recursos para escuchar esta música por sus propios medios.

Otro ejemplo de estos tránsitos entre la música académica y la popular es el del músico Luis Alberto Castro quien funda en 1956 el primer mariachi del país, denominado Mariachi Tico Mex. Castro cuenta en un libro de memorias, que sus primeras nociones de música las tomó de un breve paso por la Filarmonía de su pueblo en San Juan de Tibás, además, de su paso por la Escuela Militar de Música y la Banda Militar de Puntarenas (Castro, 2009, p. 19). De esto se desprende que estos espacios creados por el Estado para la formación de música, de manera indirecta alimentaron el espacio de la música popular, inclusive de ritmos como el mariachi.

Un caso similar es el del músico Gilberto Hernández, quien fue un destacado intérprete del bolero en el país, en las décadas de 1960 y 1970. Hernández expresa que sus primeros conocimientos en música (pues nunca tuvo educación musical académica), se debieron a que su padre fue saxofonista de la Filarmonía de San Mateo en Alajuela, así como un tío suyo. Señala que ambos lo fueron introduciendo a la música y luego le regalaron una guitarra y un libro con un método para aprender el instrumento (Zaldívar, 2013, p. 24).

Más adelante, ya en la década de 1970 y 1980, encontramos que estos puentes entre lo popular y lo académico no cesaron, pues se pueden ubicar músicos de rock, salsa e incluso de chiqui chiqui, que estudiaban instrumento en la Universidad Nacional o en la Universidad de Costa Rica. Es decir, que se nutrían del canon de música académica, pero que su práctica artística era de la música popular donde coexistían con músicos empíricos. En el caso del rock, músicos como Bernal Villegas estudiaba guitarra clásica en la UCR, y fue integrante de importantes agrupaciones de rock en la historia del país (Carballo, 2017).

De esta forma, si bien existió una mayoría de músicos empíricos en el espacio de la música popular, en muchos casos los espacios creados por el Estado para la formación a partir del canon europeo, también, alimentaron indirectamente el espacio de las músicas populares, existiendo un diálogo constante entre ambos. Las filarmonías, las bandas, y luego el conservatorio y las carreras de música de las universidades formaron músicos que al estar en contacto con otros en sus barrios y pueblos permearon el escenario cultural, dieron aportes a

otros músicos empíricos y fueron un puente entre ambos espacios de construcción del campo de la música en el país.

Así, los agentes culturales fueron altamente móviles en un campo cultural pequeño como el local. A partir de la formación en universidades se nutrió el espacio de la música popular, esto evidencia la autonomía de los sujetos al construir las reglas del campo musical costarricense.

Como cierre del capítulo quisiera subrayar que las tendencias generales señaladas del mercado de la industria discográfica en América Latina en el primer apartado, referidas al inicio de la industria con presencia tanto de empresas locales, como transnacionales se da en el caso de Centroamérica. Pero al igual que en la región latinoamericana en el istmo poco a poco las grandes empresas van monopolizando el mercado, y empresas como CBS INDICA representan un claro ejemplo de esta tendencia a comprar empresas locales.

Estas empresas centroamericanas, al igual que en el resto de América Latina, trataron de buscar un equilibrio en sus catálogos para tener grabaciones de música local. Pero también optaron por re-pensajes de *hits* internacionales a partir del vínculo con empresas internacionales, por medio de la promoción en medios internacionales como las revistas Billboard. Sin embargo, la inestabilidad política de la región en las décadas de estudio limitó el desarrollo de las empresas, no solo por la dificultad de ampliar el mercado interno frente al bajo nivel adquisitivo de la población, sino por los retos de atraer inversionistas, como se pudo observar en los discursos hacia inversores en los reportajes citados.

En el caso costarricense se dieron desarrollos del espacio musical diferenciados en el caso de la música académica y el *flocklore*, que tuvieron el apoyo del Estado, pues este invirtió, aunque tímidamente en la grabación de algunas de estas músicas para su difusión y preservación. Por otro lado, las músicas populares se dan con base en el mercado, pues con la ampliación de los barrios obreros y de espacios de sociabilidad, así como con las mejoras en el poder adquisitivo de la población, se pudo empezar a comercializar actividades alrededor de la música.

La creación de dos campos para la música en Costa Rica y los espacios de sociabilidad que estos generaron, fueron originando la necesidad de grabar música nacional con más frecuencia, y poco a poco se empezó a experimentar más para hacer grabaciones en el país.

Los equipos tecnológicos de las radios fueron la base para las primeras grabaciones, pero también empiezan a aparecer las primeras salas de grabación con equipo de mayor calidad en 1950, e incluso, algunos empresarios se aventuran a intentar armar un sello disquero. A esta parte de la historia de las primeras grabaciones, así como al proceso de creación de la empresa Industrias Discográficas Centroamericana, dedico el siguiente apartado.

Capítulo 3: El proceso de producción de discos en la empresa CBS INDICA

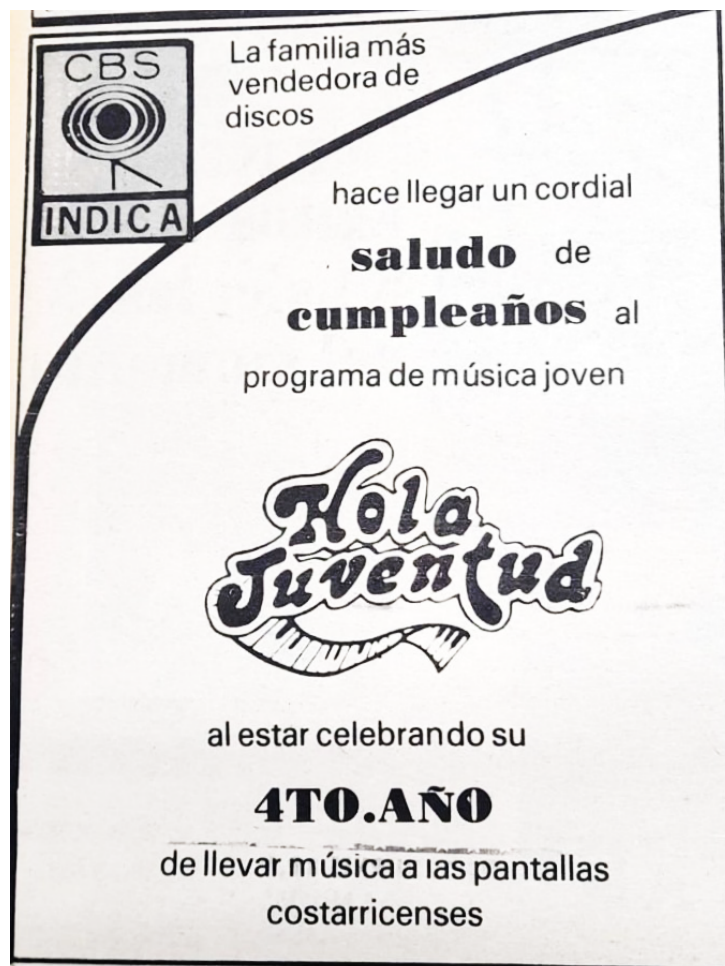


Imagen 11. [Anuncio de INDICA felicitando al programa Hola Juventud]. (1984, 7 de diciembre). *La Prensa Libre*, p 6.

Una vez que he explorado el desarrollo de la industria discográfica a nivel latinoamericano y centroamericano y me he detenido a explicar la conformación del espacio cultural costarricense, en este capítulo presento una reconstrucción histórica y una caracterización de la empresa CBS INDICA. Para esto tomo en cuenta algunos de los rasgos comerciales fundamentales de este agente cultural que definió con su accionar y sus gestiones las reglas del campo de la industria discográfica en el país.

Para contextualizar la aparición de la empresa inicio haciendo un recorrido por las primeras experiencias de grabaciones realizadas en el país, fundamentalmente, desde las radios, así como los estudios de grabación pioneros. Además, refiero a los primeros intentos de armar un sello discográfico, ya que estas experiencias fueron los antecedentes de la existencia de una empresa disquera en el país. Posteriormente, con la revisión realizada, explico los principales momentos del desarrollo de la empresa desde su surgimiento en 1963, además, de algunos elementos centrales de su funcionamiento.

Es importante mencionar que esta reconstrucción ha implicado un amplio trabajo de revisión de fuentes, fundamentalmente del periódico La Prensa Libre, de los 16 años, que comprende el período de estudio, desde anuncios, hasta notas de prensa nacionales de sus secciones de los días viernes sobre espectáculos. También, revisión de la revista internacional Billboard, para reconstruir elementos fundamentales de este capítulo.

Asimismo, el proceso ha implicado un meticuloso trabajo de entrevista con actores para triangular la información de la empresa y contrastarlos con fuentes. Para el primer apartado sobre las primeras experiencias de grabación en el país, los aportes de Mario Zaldívar, como uno de los más destacados investigadores de las músicas populares, resultan claves. Para la síntesis de la historia el trabajo con exfuncionarios de la empresa o bien músicos, que tuvieron relación comercial con ella, fue un recurso de reconstrucción de memoria significativo. A continuación se exponen los motivos para la escogencia de las personas entrevistadas, pues en trabajos como estos la visibilización del proceso metodológico considero que es central:

- Rafael Rojas, ocupó varios puestos en la empresa desde 1969 en el área de ventas y como asistente de Luis Salas quien fue el encargado del Departamento de Arte y Repertorio de la empresa. Este departamento definía

el repertorio de lo que se prensaba en la empresa tanto de la oferta nacional como internacional. Rojas trabajó con la empresa hasta el año 2000 cuando era parte de Sony.

- Lilliana Hernández, quien fue asistente del Departamento de Arte y Repertorio de la empresa, en temas de regalías de pago de derechos a personas músicas y compositoras. Hernández entró a trabajar a la empresa en 1973 y permaneció hasta 1984.
- Alfredo Chino Moreno, es baterista, fue locutor de radio y manager de bandas como La Banda, fue uno de los creadores del género musical llamado chiqui chiqui.
- Gerardo Duarte, músico y docente de la Escuela de Artes Musicales de la Universidad de Costa Rica, e hijo del músico Urpiano Duarte de la Marimba Dirιά, quien grabó con la empresa varios discos de folklore.
- Ricardo Molina, músico integrante de bandas importantes desde 1960 hasta la actualidad. Con el grupo Karibú grabó varios discos con esta empresa.

Con la triangulación de información de las entrevistas y la revisión de periódicos y documentos de archivo se reconstruyen a continuación los momentos más importantes de esta empresa.

3.1 Las primeras grabaciones en el país

La tecnología de reproducción de música llega al país relativamente pronto, pues como lo plantea Vargas (2004), desde 1896 se registran los primeros aparatos de fonógrafo y en 1915 se introducen las vitrolas. Con esto se da la venta de discos de cera, luego discos de baquelita y vinilo, fundamentalmente, en el área metropolitana del país. Estos artefactos de reproducción de sonido eran promocionados tanto para diversión como para aprendizaje de idiomas, como lo ejemplifica este anuncio de la empresa Macaya y Compañía, esta ofrecía gramófonos marca Víctor en varios modelos así como fonógrafos y cilindros.



Imagen 12. [Anuncio de venta de gramófonos y fonógrafos]. (1905, 15 de diciembre). *La República*, p. 3.

Para la década de 1920 las empresas Piza e hijos y la oficina Vicente Lines eran agentes distribuidores de catálogos y repertorios, estos vendían discos de los sellos Columbia y RCA Víctor. De hecho como plantea el investigador Mijail Mondol en su libro sobre el tango, la disquera RCA Víctor realiza una producción discográfica con una selección de música nacional en 1928 (Mondol, 2015, p. 50).

En este contexto de incipiente industria, el acceso a los equipos de reproducción de música era difícil, ya que se debían importar y los precios estaban al alcance de pocas personas, pues por ejemplo en 1934 se importan al país 1240 radios con un precio tan elevado como 176 colones, y 11 fonógrafos con un precio de 1951 colones (Marín, 2009, pp. 46-47). Sin embargo, poco a poco se amplía la cantidad de consumidores, fundamentalmente, porque los negocios de la capital ofrecían estos entretenimientos y algunas familias los adquirían con fines recreativos.

Una estrategia importante de difusión y ampliación del mercado de la música en la primera mitad del siglo XX en el país fue la impresión de cancioneros donde se presentaban los éxitos del momento. Estos fueron producidos por algunas de las imprentas comerciales más destacadas, por ejemplo entre 1932 a 1949 imprentas como la empresa de Agustín

Castro, Borrásé Hnos., Cartín Hnos., Gutember, Torno, Ujueta y Universal, regalaban y/o vendían cancioneros donde aparecían también anuncios. Vale destacar que para crear estos cancioneros las empresas invitaban a algunos conocedores de la música popular, que cumplían el rol de críticos, para decidir lo que se incluía en el impreso. Estos cancioneros contenía una diversidad de ritmos como: rumba, son, foxtrot, bolero tango, danzón, paso doble, música mexicana, etc. siendo los más populares en estas publicaciones el tango y el bolero (Marín, 2009).

En las décadas de 1950 y 1960 con la masificación de las radios en los hogares, y con la difusión de las consolas se amplió el mercado de consumidores, además, existían más lugares para la compra de discos en la capital. Por ejemplo, la Librería Lehmann vendía discos y partituras de música popular a las orquestas. Asimismo, otras tiendas como: Discolandia, Coronado y compañía, Almacén El Emporio, fueron parte de este proceso de comercialización de este artefacto cultural (M. Zaldívar, comunicación personal, 31 de mayo de 2021).

Si bien durante la primera mitad del siglo XX, ya existía un mercado de radios, consolas y ventas de discos, la grabación local de música nacional fue un poco más compleja en la historia del país, por el reto que implicaba tener la tecnología necesaria ya no sólo para reproducir música, sino para grabarla. A inicios de siglo en relación con tecnologías más antiguas como los discos de cera, se tiene poca información de grabaciones de músicas nacionales, pero existen registros por ejemplo de grabaciones de Mélico Salazar en esta tecnología que datan del año 1912 («Melico sigue cantando», 2000). Sin embargo, desconocemos si fueron realizadas en el país, por el carácter internacional de este artista.

Sobre las grabaciones realizadas en el país con posteriores tecnologías como los discos en sus diferentes materiales (baquelita, vinilo), la información existente data de la década de 1920 en adelante con la llegada de la radio. Desde el inicio de la radio con los proyectos de Amando Céspedes en 1923, se empezaron a organizar programas de aficionados y de estos salieron los músicos que conformaron las principales orquestas de las décadas de 1930 a 1950 del país, programas como “La corte suprema del arte” o “Costa Rica y sus artistas” fueron pioneros en posicionar el talento nacional en las radios (Zaldívar, 2013). En estos programas se impulsaban artistas, que interpretaban diferentes ritmos musicales como los boleros, también, otros ritmos como el tango con grupos como el Cuadro Buenos Aires,

que fue el primer grupo costarricense en dedicarse a tocar tango en esa misma década (Mondol, 2018).

Emisoras como: Radio Atenea, Radio Cristal, Alma Tica, La voz de Víctor, Radio Para ti, Radio América Latina, Monumental, Columbia, La voz del trópico, La voz de la República, Radio San José, grabaron con sus equipos durante la década de 1940 y 1950 a varios de los artistas nacionales. Sin embargo, estas grabaciones eran para uso interno de las radios para programar estos músicos en sus emisoras, y no para fines de ventas comercial. Las grabaciones, generalmente, se hacían en carretes de cinta y con sólo un micrófono para los cantantes y la orquesta, y posteriormente se enviaban a México o a Colombia para que los prensaran en discos de baquelita o vinilo. (M. Zaldívar, comunicación personal, 31 de mayo de 2021).

En este contexto, también, se habilitaron otros espacios de grabación, como por ejemplo los cines, donde se realizaban conciertos de manera frecuente, por ejemplo, en el cine Raventós, cine Capitolio y el cine Moderno, se grabaron presentaciones de orquestas, pero lamentablemente no quedaron registros de estos conciertos (M. Zaldívar, comunicación personal, 31 de mayo de 2021).

Dentro de estas experiencias de grabaciones locales de bandas en 1946 se realiza una grabación muy particular, pues la Orquesta de Lubín Barahona, que fue una de las más importantes del país en ese momento, realizó una grabación en el Teatro Nacional sin público, aprovechando la acústica de este espacio. Sobre esta particular inmersión de la música popular en este espacio, Zaldívar asegura que uno de los hermanos de Lubín Barahona, llamado Roger Barahona, era empresario con buenos vínculos políticos, y posiblemente por esto logra que le presten el teatro para hacer estas grabaciones (M. Zaldívar, comunicación personal, 31 de mayo de 2021). Al respecto el cantante Jorge Duarte recuerda de esta sesión de grabación lo siguiente:

Las primeras grabaciones fueron en 1946, en el Teatro Nacional. Las melodías fueron: Noche azul y Donde tú estás. Solo se disponía de un micrófono para el cantante y toda la orquesta. La grabación la hizo Roger Barahona, y un señor de apellido Garnier tomó la cinta y la mandó a prensar a México. Él también se encargó

de la distribución y yo no recibí ningún ingreso de estas interpretaciones. Después se hicieron otras grabaciones en radio Cristal y otras emisoras. No eran grabaciones para la venta, sino acetatos para el uso exclusivo de la emisora. (Zaldívar, 2013, p. 39)

El Teatro Nacional fue, sin duda, un espacio añorado para hacer grabaciones por la acústica ofrecida, pues a partir de la revisión de periódicos para esta investigación el primer disco de música académica hecho en el país (al que referí en el capítulo anterior) utilizó este mismo espacio para las grabaciones. Como señala una nota de La Nación del 21 de diciembre de 1970, donde se reconstruye el proceso de grabación de este disco, al inicio se intentó grabar con el apoyo de Radio Universidad en su auditorio. Sin embargo, la acústica del espacio en relación con la calidad de los micrófonos disponibles generó un mal sonido, y por esto, tuvieron que realizar gestiones con Guido Saénz quien en ese momento era miembro de la Junta Directiva del Teatro para que les permitiera hacer las grabaciones en dicho espacio («Cómo se grabó el disco “Recital de Bethoveen”», 1970).

Así, durante la primera mitad del siglo XX la grabación local de músicos fue limitada, los estudios de las radios, algunas grabaciones en cines, y estas experiencias de grabación en el Teatro Nacional son algunas de las registradas. Sin embargo, los fines no eran tanto para fabricar copias para la venta, sino para difundir a los artistas.

En 1950 aparecen dos salas de grabación una del señor Álvaro Mora ubicada en Barrio Amón, y otra que es la más conocida el Estudio Tassara de 1956 ubicada en Barrio México, propiedad de Carlos Manuel Tassara Gordoni. Este estudio tenía una sala de conciertos con 150 butacas y resulta un espacio muy interesante, pues se presentaba tanto ópera como música popular. (M. Zaldívar, comunicación personal, 31 de mayo de 2021). Además, de estas dos primeras salas se tiene registro para 1960, de otro estudio de grabación llamado Audiocentro ubicado también en Barrio Amón (A. Moreno, comunicación personal, 6 de noviembre de 2021).

Con estas salas de grabación de la segunda mitad del siglo XX se da un avance hacia la profesionalización de las grabaciones en el país, pues eran espacios con más equipo y condiciones para captar la música. Pero para terminar el proceso de captura del sonido siempre se debía enviar las cintas al extranjero para ser trasladadas a un dispositivo.

Ahora bien, la primera experiencia de un intento de sello disquero nacional, que pude registrar se da en 1956, cuando los señores Roberto Aragón y Gonzalo Paéz fundan el Sello Arpa, estos empresarios tenían una tienda de venta discos y por esto quisieron incursionar en esta actividad. Con este sello realizaron algunas grabaciones en Radio Monumental y enviaron los discos para prensaje a México. Por ejemplo, en 1957 grabaron un disco de canciones del compositor Ricardo Mora cantado por Rafa Pérez, y otro disco de La Orquesta Murillo de larga duración en 1959, que diez años después fue reimpresso por INDICA, (Zaldívar, 2013, p. 14). Como manifiesta el cantante Rafa Pérez, este sello luego vende algunos derechos de la música grabada a INDICA (Zaldívar, 2013, p. 136).

Otro intento de armar un sello discográfico se da, también, en la década de 1950 por parte del empresario estadounidense Perry Girton (M. Zaldívar, comunicación personal, 31 de mayo de 2021). Este empresario fue relevante en el espacio cultural, pues estuvo vinculado a varias industrias culturales, por ejemplo, tenía el Teatro Raventós y el Moderno. Además, era el dueño de la emisora La voz de Víctor, y traía películas al país como se puede observar en el anuncio que presento a continuación (Gutiérrez, 1999, p. 168). Girton hizo grabaciones para comercializarlas, pero ambos intentos de sellos disqueros realizaron pocas producciones por la dificultad y los altos costos que implicaba tener que enviarlas al exterior para hacer los discos.



Imagen 13. [Anuncio del empresario Perry Girton promocionando películas]. (1922, 5 de marzo) *Diario de Costa Rica*, p 8.

En cuanto a la grabación de música académica, se inicia en las radios dedicadas a este tipo de arte, por ejemplo, Radio Nacional. Gerardo Duarte profesor jubilado de la Escuela de Artes musicales de la Universidad de Costa Rica, señala que el problema que tenían en la década de 1970 era que se hacían grabaciones en cinta en esta radio, pero estas eran reutilizadas, lo que generaba que se perdiera el material (G. Duarte, comunicación personal, 3 de junio de 2021).

Al igual, que en este ejemplo citado por Duarte, tanto en la música popular como en la académica, mucha de la música creada en estas décadas o no se grabó por las dificultades técnicas y económicas existentes, o bien, no se conservan registros. Por ejemplo, las grabaciones de las radios se pierden al cerrar algunas de ellas o, incluso, en incidentes como incendios, tal es el caso de Radio Casino de Limón fundado en 1945, pero en 1970 sufrió un incendio, con lo cual se perdió un amplio registro de material inédito. Lo poco que queda de grabaciones de música popular de esas épocas está en manos de coleccionistas privados, sin apoyo estatal para la conservación de este patrimonio sonoro (M. Zaldívar, comunicación personal, 31 de mayo de 2021).

La música popular costarricense, fundamentalmente, de las grandes orquestas de las décadas de 1940 y 1950 tuvo mucho vínculo internacional, y algunas de las mejores orquestas tocaron en otros países. Por ejemplo, la Orquesta de Lubín Barahona fue de gira a Colombia, Venezuela, Aruba y Curazao (Zaldívar, 2013, p. 8), por lo que la música nacional estuvo posicionada en otros países y logró crear algunas redes para hacer giras y ser conocida por otras disqueras. De manera que algunos de los grupos y cantantes más destacados grabaron con disqueras como: Codisco y Sonolux en Colombia y a otras con sede principalmente en México como RCA Víctor, Capitol, Columbia, Ondeón (Zaldívar, 2013). De manera que estoy haciendo referencia a grabaciones realizadas en Costa Rica, pues fuera de las fronteras si existieron grabaciones de músicos nacionales.

Inclusive se registran en el país algunas experiencias de ejecutivos de estas compañías que hacían giras en la región y pasaban por Costa Rica buscando talentos, al estilo de los *Recording trip* mencionado en el capítulo anterior de la investigación. Por ejemplo, Otto Vargas de la orquesta que lleva su nombre, comenta que al país llegaban ejecutivos de algunas compañías para buscar música para grabar. Al respecto plantea:

Cerca de 1967, visitó el país el famoso compositor Mario de Jesús, autor de grandes éxitos latinoamericanos. Él venía en gira por toda Latinoamérica en calidad de ejecutivo de la compañía grabadora Columbia con la misión de detectar el talento de cada país. En Costa Rica escuchó una canción mía llamada *Te esperaré*, interpretada por el Trío Los Josefinos. La grabación le llamó la atención y pidió a Guillermo López ejecutivo de INDICA, que me contactara con él (Zaldívar, 2013, p. 16).

Esto demuestra el vínculo de la música popular costarricense a nivel internacional y las posibilidades de grabación en el exterior que algunas de estas orquestas aprovecharon. De manera que el reto que enfrentaba un proyecto de creación de una disquera exitosa, como proyecto comercial en ese momento, era fundamentalmente los altos costos de enviar las cintas fuera del país para pasarlas al disco, lo cual encarecía el precio del producto y lo hacía poco rentable.

De esta forma, la historia de la grabación de música en el país se inicia en las radios de las décadas de 1920 a 1950, que enviaban las cintas para prensajes al exterior y tenían como finalidad ser usadas en las emisoras. Posteriormente, en la década del cincuenta se empiezan a crear estudios de grabación y los primeros intentos de empresas discográficas con sellos como ARPA, los cuales no logran armar un proyecto comercial sostenible en el contexto.

Con este recorrido queda en evidencia que la génesis del campo de la música grabada en el país estuvo basada en el accionar de agentes concretos como: empresas importadoras de equipos, empresas impresoras de cancioneros, librerías vendedoras de partituras, las radios que hicieron los primeros programas de música local y grabaron a los primeros músicos, los empresarios de las industrias alternas como el cine que poco a poco incursionaron en la música, los dueños de los primeros estudios de grabación, y los primeros empresarios que intentaron hacer sellos de grabación. Todos estos agentes locales tuvieron vínculo con agentes internacionales para importar bienes culturales y equipos, pero las reglas del campo se definían localmente de acuerdo con las tecnologías que se iban incorporando, y la capacidad de posicionar los bienes en el público local.

3.2 Caracterización de la empresa disquera CBS INDICA.

Con base en el recorrido planteado queda claro que la Industria Discográfica Centroamericana fue la primer empresa de este tipo con planta de producción local de discos como proyecto comercial perdurable en el tiempo, por lo que se constituyó en lo que Bourdieu denomina *first movers* (Bourdieu, 2000, p. 229), es decir, la empresa que abrió camino en el país y fue referente de competencia para las posteriores, de allí su relevancia.

Para iniciar es importante señalar que esta empresa fue constituida en 1963, como Industria Discográfica Centroamericana Ltda. y el capital inicial de la empresa era del empresario costarricense Oscar Stupp, cuya inversión inicial fue para la época de más de dos millones de colones («Poderoso impulso al arte dará nueva empresa local productora de discos», 1963). Como se dice en la noticia adjunta, los equipos de la empresa fueron comprados en enero de ese año en Estados Unidos a la marca Finebilt Manufacturing Co., y para esto viajaron Oscar Stupp, quien era presidente de la compañía y Álvaro Mora gerente de producción. En la nota se recalca la calidad de los equipos adquiridos pues: “están a la altura de los instalados en compañías como Decca, Capitol Records, R.C.A Víctor y otros nombres famosos en la industria de las grabaciones” (Balter, 1963).

Desde su creación la empresa como se evidencia en las declaraciones del presidente en la noticia adjunta, se anuncia que su objetivo no era sólo trabajar a nivel nacional, pues analizaban las posibilidades regionales, tomando en consideración el proceso de Mercado Común Centroamericano. Además, desde sus inicios buscaron negociar contratos con firmas extranjeras como algunas disqueras mexicanas y Warner Brothers. Por ende queda en evidencia el vínculo con agentes internacionales que esta empresa desarrolla desde el inicio de sus labores.



Imagen 14. INDICA grabará los discos de mayor suceso mundial. (1963, 11 de febrero) *La Prensa Libre*, p. 3e.

La apertura de esta empresa tuvo amplia cobertura de la prensa local durante el primer semestre de 1963 y en un contexto nacional donde el proceso de industrialización era central en el modelo de desarrollo. Las notas de prensa referían, fundamentalmente, a la tecnología adquirida, a la velocidad de producción de las máquinas y al tamaño de la planta de producción de 120 metros cuadrados. Al parecer realmente, la empresa fue un referente de interés general, pues en una nota de *La Prensa Libre* se expresa:

La fábrica ha notado el interés del público en general por conocer personalmente tan interesante proceso artístico e industrial y por este motivo está proyectando para más adelante un programa de invitaciones para que le visiten instituciones, organizaciones, clubes y otros grupos representativos de la cultura y el público en general. (*Rápidamente progresa la instalación de fábrica de discos en el país*, 1963)

De esta forma la empresa representó para la Costa Rica de ese momento un avance en dos sentidos: primero como industria, ya que implicaba alta tecnología de punta en la

materia, además una industria que desde su fundación buscaba la internacionalización. Y como segundo aspecto, al ser una empresa comercializadora de bienes culturales, representaba la posibilidad de aportar al espacio social poniendo a circular más música local.

Un dato relevante ubicado con la revisión de periódicos para este trabajo, es el primer disco producido en el país por parte de la disquera, que fue de música internacional. Como se observa en el anuncio siguiente fue de la artista mexicana Eva Garza, y la creación del disco cubría todo el proceso, pues: “Es el primer disco hecho totalmente en Costa Rica. Desde la rendición artística hasta el empaque”. Con esto se evidencia la rapidez con que la empresa empezó a producir discos, pues en enero compra los equipos y para julio de ese mismo año, lanzó el primer disco producido en el país.



Imagen 15. [Anuncio de primer disco realizado por la empresa INDICA]. (1963, 15 de julio). *La Prensa Libre*, p 6C.

A pesar de que el primer disco producido en el país fue de una cantante internacional, se pudo constatar que desde la creación de la empresa existió interés de sumar talento costarricense. Por ejemplo, en un anuncio publicado por INDICA en *La Prensa Libre* para abril de ese mismo año, se hace un llamado a cantantes, ejecutantes, compositores, orquestadores, solistas, conjuntos y orquestas, tanto aficionados como profesionales, a que enviaran una presentación por escrito de sus talentos y éxitos alcanzados, para ser considerados para contrataciones, posterior a una entrevista («Anuncio de INDICA convocando artistas nacionales», 1964). De este anuncio de la empresa llama la atención dos elementos: primero, la apertura a buscar talentos de diferentes ritmos musicales; por tanto,

implicaba la posibilidad experimentar con varios ritmos para conocer los gustos del público comprador de discos de música nacional Y segundo, la flexibilización en la búsqueda tanto de músicos profesionales como aficionados, lo cual implica que la empresa estaba abierta a mapear nuevos talentos.

En este sentido, una entrevista del periódico La Nación del 30 de abril de 1963, realizada al director artístico José Tasies, afirmaba que el repertorio de música nacional iba a incluir tanto música “clásica y selecta como la popular” y señalaba algunas de las principales ventajas para los artistas nacionales de grabar con ellos:

Bueno yo diría que hay ventajas en tres aspectos: artístico, profesional y económico.

En cuanto al primer debo hacer resaltar la calidad de la instalación y las facilidades completas y profesionales que ofrece. Como el mismo equipo hará por contrato la impresión de discos de marcas famosas no nos es permitido otra cosa que no sea lo más moderno y perfecto en equipo. De hecho el equipo de nuestra instalación fue elegido bajo las especificaciones rígidas de las compañías internacionales que nos encargarán fabricación de sus discos aquí. Así, el artista encuentra condiciones óptimas tanto para la perfecta grabación de su rendición artística como para su perfecta reproducción en discos fabricados de manera que hagan justicia a su talento.

En cuanto al aspecto profesional diré que con nuestra capacidad de 10.000 discos por semana y eficiente red de distribución dirigida primordialmente hacia Centro América, Estados Unidos y Europa, el artista respaldado por el sello INDICA, tiene abierta la puerta a la fama internacional de acuerdo con sus méritos prestigiando al mismo tiempo nuestro país y Centroamérica como representantes de su cultura. Naturalmente esta circunstancia se refleja de inmediato en el aspecto económico, pues tiene a su disposición un público de millones que sabrá apreciar su talento y

esfuerzo artístico.(«Poderoso impulso al arte dará nueva empresa local productora de discos», 1963)

En estas manifestaciones del director artístico de la empresa se evidencia la forma como se estaban promocionando con los artistas nacionales y el interés de la empresa de aparecer en los medios promocionando el vínculo con el talento local. Sin embargo, siempre con la salvedad de que tenían dos líneas de producción, la venta de servicios a grandes disqueras y una línea de trabajo con música local. Esto como se aseveró en el apartado sobre industria discográfica en América Latina fue la constante de la estrategia de las empresas en este contexto para garantizarse su sobrevivencia financiera.

En las declaraciones del personero de la empresa, es evidente, además, la separación existente entre “música clásica y selecta” y “música popular”. Esto evidencia la presencia de dos mercados de música diferenciados y que de manera inicial se preveían como dos *target* de mercado, sobre la base del conocimiento de las estructuras de valoración del gusto musical del público que tenía la empresa.

Aunque en esta investigación no analizaré la fase de comercialización de discos, considero importante señalar que la empresa desarrolló desde su creación alianzas con otros agentes locales para comercializar estos bienes culturales, lo cual se evidencia en el siguiente anuncio de la empresa Universal para diciembre de 1963. En este por la compra de un tocadiscos Philips se le regalaba a la persona uno o varios discos de 45 de la marca INDICA para que iniciara su colección, la cantidad de discos entregados dependía del precio del tocadiscos adquirido. Asimismo, en las décadas de 1970 y 1980 la empresa vendía discos a precio de costo a las empresas administradoras de rocolas en el país, pues esto les servía para vender discos, pero también, para difundir las novedades musicales que se publicaban (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021). De modo que estos agentes locales con capital económico fueron aliados clave para ir creando mercado.

Comience su discoteca GRATIS!

LE REGALAMOS
DISCOS **INDICA**
CON LA
COMPRA
DE ESTOS
TOCADISCOS
PHILIPS

ADENASÍ SIN COSTO EXTRA!
Todos los tocadiscos
PHILIPS traen aguja
estéreo de diamante, que
sirve para toda clase
de discos: tanto para los
comentarios como para
los estéreos. Así Ud. no
tendrá que comprar
equipos adicionales!

GRATIS!
El disco INDICA de 45,
que Ud. seleccione!

"EL CHICO" tan pequeño que usted no
creerá a sus ojos! Tan musical que usted
no creerá a sus oídos! Transistorizado:
usa 6 pilas de local.

CONTADO: ₡ 359 MENSUAL: ₡ 50

GRATIS!
2 discos INDICA de 45,
los que Ud. seleccione!

Práctico modelo portátil, de 4 veloci-
dades, con altavoces extraplano de gran sen-
sibilidad. Eléctrico, o de baterías. Ambos:

CONTADO: ₡ 469 MENSUAL: ₡ 56

GRATIS!
3 discos INDICA de 45,
a su gusto!

Estéreo Portátil! Con altavoces separa-
dos para perfecta estereofonía. Cuatro
velocidades. Cambio de discos automá-
tico. Hi-Fidelity.

CONTADO: ₡ 995 MENSUAL: ₡ 82

GRATIS!
5 discos de 45, los que
usted prefiera!

Radio-tocadiscos estéreo! Radio de cuatro
bandas y dos amplificadores de gran
calidad tonal, tanto en el radio como en
la reproducción de discos estéreos o cor-
rientes.

CONTADO: ₡ 1795 MENSUAL: ₡ 85

**UNA DOCENA DE DISCOS DE 45 GRATIS
CON CUALQUIER MODELO DE CONSOLA.**
Hay una gran variedad de modelos. El ilustrado tiene un
radio de 5 bandas y tocadiscos automático y estereofónico.
Una obra maestra de la ingeniería de sonido PHILIPS! Su
elegante mueble armonizará con el resto de su mobiliario.
CONTADO: ₡ 4275 MENSUAL: ₡ 195
OTROS MODELOS DESDE ₡ 112.00 MENSUALES.

OFERTA LIMITADA HASTA DICIEMBRE 25

VEALOS EN **Universal**
O EN LA AGENCIA PHILIPS DE SU LOCALIDAD

Imagen 16. [Anuncio de venta de tocadiscos y regalo de discos de INDICA], (1963, 20 de diciembre) *La República*, p 3.

Como he abordado en otros apartados de la investigación, la empresa fundada en 1963, es comprada por CBS en 1966. De acuerdo con la entrevista realizada a Rafael Rojas, pude constatar que esta manejaba desde su creación varios sellos disqueros internacionales, pero la principal relación comercial era CBS. Esta era el soporte comercial, puesto que trabajaba con casi todos los artistas mexicanos de la época, más vendidos en la región. Con este antecedente de relación comercial y como expuse en apartados anteriores, por la tendencia en la década de 1960 y 1970 a monopolizar mercados por parte de las *majors*, ya para 1966, esta empresa es adquirida formalmente por CBS.

Como señala la siguiente nota de prensa sobre la venta de INDICA, el interés de la multinacional de comprar el sello local radicaba en que era la primera y más grande empresa en Centroamérica, la cual trabajaba en un mercado de 12 millones de personas, y además, para esa fecha, representaba las marcas de discos más importantes en la región.

CBS to Open Vienna Subsid; Buys INDICA, Costa Rica Co.

LONDON—Peter de Rougemont, in charge of CBS European Operations, announces that CBS Records is opening its own subsidiary, CBS Schallplatten gesellschaft m.b.H., in Vienna, on April 15. At that time the present license with Amadeo record company expires.

The new company will be managed by Hans van Gron-delle. Max Wijngaard, who has been in Vienna setting up the company, will continue to supervise on behalf of de Rougemont.

Decision to form its own company was dictated by the need to have its own operation in such an important classical mu-

sical center where many of the CBS artists perform and record with growing regularity.

Bernard Mikulski of CBS in Frankfurt will function closely with the new Vienna company in a&r, promotion and sales.

SAN JOSE, Costa Rica — After conversations which took several months, CBS bought Industria de Discos Centroamericana (INDICA), the first and biggest record company in Central America. INDICA was founded in 1963 by Oscar Stupp, owner of a leading record shop in San Jose. The company has all the necessary services for manufacturing records

(actually eight presses are working) and has a distribution net all over the six Central American republics (with a population of about 12 million).

Most of the important international labels with the exception of RCA, as well as many Mexican catalogs, are represented by INDICA. RCA is pressed and distributed by Discos Centroamericanos, S.A. (DICESA), a company founded last year in El Salvador.

In the near future a manager of INDICA will be appointed. Its president is Manuel Villarreal, vice-president of CBS International in charge of Latin American operations.

Imagen 17. [Noticia de la venta de INDICA a CBS]. (1966, 26 de marzo). *Revista Billboard*, p. 30.

Rojas argumenta que en el proceso de venta se realiza el acuerdo de no perder el nombre de la marca, pues ya estaba posicionada en el medio y por esto la empresa pasa a llamarse CBS INDICA. Es relevante señalar que, incluso, pasados varios años de la venta a CBS, algunas personas del medio seguían llamando a la empresa únicamente INDICA, como se verá reflejado en algunas de las entrevistas citadas. Para 1978 el director era Guillermo López y el gerente general era el ingeniero Eduardo Soto, y en un anuncio publicado en la revista *Billboard* de CBS y todos sus filiales, se plantea que CBS INDICA cubría toda Centroamérica y trabajaba en Honduras, El Salvador, Guatemala, Nicaragua y Panamá.

Por lo tanto, la empresa desde sus inicios tuvo relación con agentes internacionales, pues les vendía servicios. Pero con la compra por parte de CBS se inserta de manera absoluta en una serie de relaciones comerciales con agentes internacionales, al ser parte de una trasnacional con presencia mundial.

En cuanto a la relación con la casa matriz a partir de la venta; aunque, la empresa principal de CBS estaba en Estados Unidos, el vínculo más cercano para materia prima y otros asuntos mercantiles se daba con México, filial que se encargaba de Centroamérica y Suramérica (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021).

Con la venta de la empresa se mantiene el personal original, posiblemente, porque estaba muy capacitado en una industria donde no existían más personas con experiencia a

nivel nacional. Este personal debía manejar proceso de producción y máquinas de prensaje de discos, esto requería conocimientos de obreros y técnicos calificados. Justamente, en este sentido, la mayoría del personal aprende a manejar los equipos y a gestionar el proceso en la propia empresa.

Además, es interesante que mucho del personal de puestos gerenciales era local, incluso, en puestos clave como el Departamento de arte y repertorio, que era donde se seleccionaba la música nacional e internacional, prensada para Costa Rica y para Centroamérica. Posiblemente, esta decisión empresarial se basaba en que los funcionarios locales podrían tener más facilidad para moverse con sus hábitos en el medio local y tendrían mejor “sentido de juego”. Pero también porque conocían la construcción social del gusto de la población y podían tomar decisiones más informadas en el momento de seleccionar dichos repertorios.

En cuanto al proceso de fabricación de discos, la compañía cubría todo el proceso de producción y distribución, pues tenía áreas diferenciadas: Departamento de arte y repertorio, Departamento de ventas, Departamento de Promoción, Departamento de grabación, Departamento contable, Departamento de encuadernaje, Área de prensas, Área de galvanoplastia, el estudio de grabación, y un estudio pequeño donde se graban anuncios y otras producciones para radio. En el período de estudio de 1970 a 1986 la empresa producía tres bienes: discos de 45, discos LP y cassette (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021).

En las décadas de 1970 y 1980 la empresa crece considerablemente, por el auge en el consumo de estos bienes, y se tiene que trasladar a otro local. La empresa inicial en 1963 estaba ubicada en Paseo Estudiantes y para 1970 trabajaban más de 100 personas. Conforme la compañía sigue creciendo se busca otro espacio y se traslada para Moravia, y ya para 1980 trabajaban cerca de 300 personas (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021).

Con el crecimiento de la empresa, aumenta la cantidad de sellos disqueros que esta representa para la región centroamericana. Evidentemente, la principal producción era de la marca CBS, además, manejaba sellos internacionales como: Onix, Epic, o Fannia All Stars (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021).

En cuanto al papel de la producción de música nacional dentro del total de producción de la empresa, es importante señalar que al inicio la empresa manejaba, fundamentalmente

prensaje de música extranjera, pero poco a poco empieza a incorporar en el catálogo alguna música nacional. En la década de 1960-1970 se experimenta con algunos grupos de música tropical y rock (como referiré en el siguiente capítulo), pero para 1980 se trabaja de manera más permanente con música nacional. Del total de producción para Costa Rica de esta empresa en la década de 1980, según Rojas, aproximadamente, el 30% del catálogo era de música costarricense (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021).

Un elemento central para entender cómo funcionaba el trabajo realizado por la empresa con esta música nacional es cómo se articulaban los diferentes medios de soporte de grabación producidos (Lp, discos de 45 r.p.m y cassette). Al respecto Rojas asevera que lo más vendido de música nacional en el mercado local eran discos de 45 r.p.m, y los LP se lanzaban, fundamentalmente, al final del año, para garantizar las ventas. Esto apoya la idea de que los discos eran un bien relativamente costoso y que era en la época de más bonanza como la Navidad, cuando aumentaba su consumo. En este sentido los discos de 45 r.p.m ayudaban a medir la recepción del público de la música y generaban expectativa para posteriormente sacar un LP. Como asegura Rojas refiriéndose a músicos importantes del escenario musical costarricense como: La orquesta de Otto Vargas, Solón Sirias, Paco Navarrete y el Pibe Hine:

Cada año en diciembre cada uno de estos artistas sacaban un disco Otto, Solón, Paco, Pibe no, y algunos otros grupillos que estaban por ahí, hacían un lanzamiento, un LP. Lo que pasa es que la compañía no era solo una compañía de LP, eran discos de 45 que era lo que se vendía, cuando uno lograba colocar discos de 45, entonces en diciembre esos discos que salían en 45 se metían dentro de ese paquete del LP para vender. Entonces era cuando salía la ganancia, pero lo que se vendía primero eran discos de 45, pero en diciembre se vendía todo. (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021)

De esta manera los discos de 45 eran “el gancho” para los compradores de los discos LP que salían posteriormente y esta combinación de ambos garantizaba la ganancia de la empresa con música nacional. Además, los discos de 45 tenían otra función relevante y es

que la selección de las dos canciones publicadas llevaba implícito la necesidad de que fueran *hits*, y por tanto, el trabajo con las radios para la difusión eran clave. Por ejemplo, Rojas dice que en algunos casos le daban a ciertas radios la exclusiva por varias semanas de algún nuevo lanzamiento, y esto era una estrategia de mercadeo muy importante (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021).

En cuanto a la cantidad de tirajes de música nacional eran variables en el caso de cada grupo y en el caso de los 45 o los LP. Por ejemplo, en la década de 1970-1980, se tiraban, generalmente, entre 250 y 500 discos de 45 r.p.m. o LP como base para probar la demanda del mercado y conforme se vendía se podían hacer dos, tres o más tirajes. Moreno asevera que esas eran las cantidades mínimas, pues menos de eso no era rentable por lo complejo del proceso de hacer las matrices para producir un disco (A. Moreno, comunicación personal, 6 de noviembre de 2021).

Con la revisión de periódicos confirmé que se hacían varios tirajes a partir de la demanda, y por ejemplo, en una nota de prensa se señala para el año 1972, los LP de los grupos Le Maire y su Clan, Otto Vargas y su orquesta, Los Hicsos y Alfa 7, alcanzaron tirajes de tres mil unidades cada uno, convirtiéndose en éxitos de su época («Excepcional venta de discos nacionales», 1972). Posiblemente, la cantidad de tirajes suene baja, pero se debe recordar que en 1970 la población del país era de 1.779.655 y para 1980 era de solamente 2.315.705 (Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2008).

Con estos datos de tiraje de discos es evidente que la base económica de la compañía no era la producción de música nacional; sin embargo, llama la atención que se mantuvieran estas líneas de producción, lo cual hace pensar que los réditos no eran económicos. Posiblemente, el interés de mantener una producción nacional era para posicionar a la empresa en el espacio local con otros agentes culturales y políticos, como: ministros de cultura, empresarios, artistas, universidades, dueños de radios, lo cual les permitía acumular diferentes tipos de capital simbólico, cultural, informacional, entre otros, para moverse en el medio local.

En cuanto al volumen de ventas no se encontraron datos exactos, solamente, una nota del periódico La Prensa Libre de 1976 donde se señala que para el mes de noviembre la empresa logró ventas por un millón de colones (La Prensa libre, 27 de noviembre de 1976).

Un aspecto que quiero mencionar para finalizar el apartado es que para mediados de la década de 1970 estaban en el país empresas centroamericanas como DIDECA y DICESA que abre oficinas en 1975 («No se ponen de acuerdo Dicesa y sus artistas», 1975). Estas graban poco música nacional, pero lograron grabar discos exitosos dentro de la música local. Por ejemplo, DICESA grabó el primer disco de la banda Vía Libre que vendió muchas copias durante varios años (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021)

3.3 El proceso de fabricación de discos de vinilo.

Como señalé en el apartado teórico, las industrias culturales se encuentran conformadas por las reglas de dos campos, el económico y el artístico y en este apartado referiré a la parte más básica del proceso económico; o sea, el proceso de producción del bien cultural en estudio.

En cuanto al proceso de fabricación de discos este quedó registrado en un pequeño documental realizado en 1978 cuando la empresa cumplió 15 años de existencia, donde se observan las máquinas y el proceso. Con base en este audiovisual se sintetiza a continuación las principales fases del proceso de fabricación de discos de vinilo (Saborío, 1978).

El proceso de producción se puede sintetizar en 6 fases de la siguiente manera:

1. Grabación: para el año de 1978 como se tiene el registro del video se utilizaban cintas de una pulgada, y los equipos de grabación eran una grabadora Ampex de 8 canales y una Consola Electrodyne de 4 canales.
2. Creación del acetato: Una vez realizada, la cinta se colocaba en una reproductora de sonido para que fuera transferida a un acetato, en el cual una máquina por medio de la aguja corta el acetato creando los surcos.
3. Creación de la matriz: el acetato era la base para crear la matriz construida con varios procesos químicos, con insumos como: agua destilada, cloruro estaño, nitrato de plata, níquel. La matriz creada era cortada, calibrada, pulida y la capa de plata se desprendía de la matriz para ponerse a secar. Se elaboraba una matriz para cada lado del disco. El acetato se guarda por si es necesario

hacer luego otra matriz. Una vez realizadas las dos matrices, que contienen la música de ambos lados del disco, iniciaba la producción masiva.

4. Prensaje del disco: Con máquinas hidráulicas que contenían planchas con temperatura regulada y con las matrices se colocaba la materia prima del disco, que era un plástico llamado cloruro de polivinil, que era aplastado y prensado para crear el disco. En las máquinas de la empresa según el documental en 30 segundos se podía prensar un LP.
5. Control de calidad: El disco pasaba al área de control de calidad para detectar defectos de la matriz.
6. Empaque: el disco ya revisado era empacado en una funda y se metía en el sobre de cartón del disco que contenía la carátula, y se sellaba con plástico. Para esta fase la empresa tenía sus propias máquinas de impresión de portadas de discos.

La materia prima requerida era traída de México y Argentina, las filiales más grandes de la empresa en América Latina, por ejemplo, la pasta de cloruro de polivinilo era importada de México. Como CBS era una trasnacional, la importación de materiales se realizaba desde las mismas filiales. Además, otros químicos necesarios para el proceso de producción se compraban en Costa Rica (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021).

Es importante señalar que la empresa en el período de estudio también producía cassettes, y tenía un departamento solamente para esta tecnología, pero como planteó desde el inicio de la investigación me centro, fundamentalmente, en la producción de discos de vinilo.

3.4 Las reglas para el proceso de las grabaciones: regalías, contratos y registro de obras.

Otro de los elementos centrales de la creación de la industria en su dimensión de campo artístico, es las relaciones artísticas y comerciales establecidas con las y los músicos locales, las cuales se concretaban en los contratos. En los contratos se establecían temas

financieros de pago de regalías, igualmente, elementos de protección y registro de obras y por esto es importante conocer la forma de establecimiento de estas reglas del campo.

En el caso de la empresa CBS INDICA el porcentaje dado a cada grupo musical como regalía oscilaba entre un 1% hasta un máximo de 5%, que era lo recibido por los grupos más famosos del momento. Este porcentaje se calculaba sobre el monto total de la cantidad de discos vendidos. La empresa pagaba vía cheque al representante del grupo, este podía ser el dueño de la banda o un músico que hacía además el rol de manager. Con este pago vía cheque a lo interno del grupo se definía cómo se distribuía ese dinero, ya que en ese aspecto la empresa no tenía injerencia (L. Hernández, comunicación personal, 17 de marzo de 2022).

Como se comentó en apartados anteriores al inicio la empresa se llamaba INDICA y era solamente de capital costarricense, pero a partir de 1966 es parte de CBS y las relaciones comerciales cambian. En el proceso de revisión de documentos en el Archivo Nacional se localizó un “machote” de contrato de la empresa sin fecha, pero como aparece en todas sus cláusulas, este se registra con el nombre Industria Discográfica Centroamericana, de manera que posiblemente es del período 1963-1966, cuando la empresa llevaba ese nombre, antes de pasar a CBS. En ese contrato se establecían reglas muy concretas y rígidas para las personas artistas. A continuación enumeraré algunas de ellas:

- Cláusula primera: la persona artista se comprometía a grabar de forma exclusiva para la empresa “con el objeto de que sean grabadas por está en matrices fonográficas, magnetofónicas y otras conocidas o por conocerse, para su reproducción por cualquiera de los medios que esta estime más adecuados y bajo los nombres, marcas de fábrica u otros distintivos o etiquetas que INDICA determine, sean ahora de su propiedad o lleguen a serlo, o bien de la de sus compañías afiliadas, asociadas, subsidiarias cedentes o cesionarias o de aquellas con las que tenga suscritos o llegare a suscribir convenios o licencias de uso y explotación de tales nombres, marcas de fábrica, distintivos o etiquetas”. En esta misma cláusula se menciona que si la persona artista debía salir por un período de más de tres meses de la ciudad debía convenirlo con la empresa.

- Cláusula segunda: se definía la exclusividad con la empresa, no solo con su nombre, sino con el seudónimo que tenía o que podía usar en el futuro. Además, “el artista se obliga a no grabar durante el tiempo de diez años a partir de la fecha de conclusión de este contrato ni solo ni acompañado en ninguna parte del mundo ni para nadie que no sea INDICA o sus concesionarias, por ningún procedimiento ni para ninguna clase de explotación en ninguna parte, las mismas selecciones que al amparo de este contrato hubiere grabado para INDICA.”
- Cláusula tercera: establecía el derecho de la empresa de elegir la selección que grabaría el artista y el derecho de aprobar o rechazar la matriz resultante.
- Cláusula cuarta. El artista debía seguir las instrucciones de los técnicos y se comprometía a repetir las grabaciones las veces necesarias, así como aceptar las decisiones de la empresa en temas de portadas o cubiertas de discos.
- Clausula quinta: la persona artista cedía a la empresa el 50% de derechos por ejecución pública en cualquier parte del mundo de los fonogramas.
- Clausula sexta: se cedían derechos de fabricación y venta, se cedía también el derecho exclusivo de autorizar o prohibir transmisiones en radio, televisión y audiciones públicas. Así como autorizar o prohibir el nombre seudónimo, nombre artístico o fotografías de la persona artista con fines de propaganda.
- Clausula séptima: se cedía derechos exclusivos para reproducción de fonograma por cualquier método conocido o por conocerse.
- Cláusula octava: se establecía en un espacio en blanco el porcentaje de la regalía por ventas, lo cual evidencia que posiblemente esto, se negociaba con cada artista dependiendo el éxito alcanzado. Este porcentaje se calculaba a partir del precio de venta al distribuidor, deduciendo el impuesto de consumo o cualquier otro que llegara a imponerse en el país. Estas regalías se cancelarían trimestralmente.
- Clausula novena: la persona artista declaraba no tener contrato con terceras personas.

- Clausula décima: la empresa se garantizaba que podía ceder derechos a cualquier persona física o jurídica sobre lo estipulado en el contrato.
- Clausula décimo primera: si el artista tenía deudas con la empresa en contrato se prorrogaba todo lo necesario hasta saldar la deuda.

Como se puede ver en estas cláusulas, el poder de la empresa INDICA sobre los artistas, su imagen y su obra era muy amplio y se garantizaban seguir trabajando con esas obras por un periodo amplio de 10 años. Llama la atención que en el contrato se establece el derecho de la empresa sobre las grabaciones en las tecnologías “conocidas o por conocerse”, pues revela el conocimiento de la industria que estaba en proceso de reinversión permanente de nuevos dispositivos de almacenamiento de música.

En cuanto a los contratos pactados en la década de 1970 y 1980 existieron varias situaciones con base en las entrevistas realizadas, pues a diferencia de la década de 1960, no pude encontrar documentos de contratos de la empresa.

Alfredo Moreno, manager del grupo La Banda, expresó en la entrevista que ellos no firmaban nada por escrito con la empresa y que todo se hacía de palabra. También, menciona que este grupo llevaba las artes de los discos, y seleccionaban el repertorio, asimismo, el gerente del Departamento de Repertorio de la empresa el señor Luis Salas, nunca les puso límites a la selección musical (A. Moreno, comunicación personal, 6 de noviembre de 2021). Sin embargo, en entrevista con Hernández, la encargada de regalías de ese mismo departamento, afirma que en todos los casos se firmaban contratos, entonces este aspecto no es claro (L. Hernández, comunicación personal, 17 de marzo de 2022).

Moreno menciona que los discos no generaban ganancias a los grupos, y que más bien, estos tenían la función de ser “tarjetas de presentación”. Según señala las ganancias reales estaban en los conciertos contratados una vez que las canciones eran *hits* en las radios y en ese momento ya ellos cobraban por su música y capitalizaban dinero. Además, expone que en esta parte de las presentaciones públicas CBS INDICA no intervenía ni recibía ningún pago. Al respecto plantea:

A los grupos de esa época no nos interesaba ni pensábamos si quiera cuanto se iba a ganar la compañía disquera. Lo que nos interesaba era tener grabaciones que era una

tarjeta de presentación y la gente que tenía esas canciones en su casa y las escuchaba por la radio contrataba esos grupos y ahí estaba nuestra actividad en las presentaciones (A. Moreno, comunicación personal, 6 de noviembre de 2021).

En el caso de las sesiones de grabación en el estudio de CBS INDICA, a los músicos del grupo la empresa no les pagaba por grabar, pues era parte de su trabajo en el grupo. Pero si para hacer la grabación era necesario contratar músicos adicionales, a estos sí se les pagaba por grabar. De la misma manera si se estaba grabando un disco de un solista, que no tenía evidentemente un grupo base, se contrataba a todos los músicos y en ese caso si se les pagaba (L. Hernández, comunicación personal, 17 de marzo de 2022)

En la entrevista realizada a músicos que grabaron con la empresa, se menciona que en algunos casos los mismos músicos directores de banda, les pagaban a los otros músicos por llegar a grabar, como plantea el músico Ricardo Molina sobre un disco que grabó con Gilberto Hernández:

En ese disco que te digo que toque con Gilberto Hernández, el maestro Chaverri saco un sobre con el nombre de cada uno y nos dio a cada uno, y mucho tiempo después me encontré con el baterista, con Wilbert Bolaños, y recordamos el momento y me dijo a mí: “son los 500 colones que me han hecho más feliz, los del sobre que nos dio el maestro”. Y yo me acordé que a mí me habían dado sólo 300, jajajaja. Entonces no había una estructura administrativa en el sentido de firmese un contrato aquí y se le va a pagar tanto. (R. Molina, comunicación personal, 18 de febrero de 2022)

Pero podría pensarse que el proceso de grabar con esta empresa discográfica, además de ser una carta de presentación para contratos y difusión del trabajo artístico, podía servir como lo que Bourdieu (2010, p. 26) denomina un espacio de consagración que les confería legitimidad artística. Como exponía en apartados anteriores, en el campo artístico existían diferentes espacios de validación de la obra y en el caso de la música popular los agentes de consagración eran: las radios, las disqueras y las salas de

espectáculos. De manera que la grabación en esta empresa les daba otro estatus como artistas al tener producción discográfica. Como manifiesta el músico Ricardo Molina “El tener una relación con INDICA le daba un plus a la orquesta” (R. Molina, comunicación personal, 18 de febrero de 2022). Esta diferenciación se podría pensar que incluso servía en el caso de la música popular para diferenciarse con grupos musicales aficionados o grupos que estaban iniciando.

Un aspecto importante es en el caso de la producción de música nacional, la empresa no acostumbraba tener grupos que fueran “de planta” de CBS INDICA, es decir, con exclusividad por largo tiempo. Generalmente, se contrataba al grupo o artista por un disco y luego para el siguiente se veía si la relación continuaba, evidentemente dependiendo de las ganancias generadas. (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021)

Estas relaciones mercantiles, que en algunos casos, sin duda, resultaban poco ventajosas para las y los músicos, se deben entender en el contexto de un campo incipiente de la música donde existía escasa organización gremial de protección de los derechos de estos. En consecuencia las reglas del campo se imponían en muchos casos sin mucha posibilidad de negociación, pues estas se establecían con cada grupo musical, sin intervención de organizaciones colectivas.

A partir de todo este proceso de negociación de pago de contratos y regalías existe un elemento central y es cómo se establecía si un grupo volvería a grabar o no con la empresa. Como es fácil pensar en esta industria muchos grupos no lograban el éxito o algunos solo lograban grabar discos de 45 y no llegaban a la popularidad necesaria como para sacar un LP. En este sentido se establecía lo que denominaban “Punto de equilibrio” que era la relación de cuánto se gastó en horas de estudio de grabación, en diseño de portada, en materiales para producir el vinilo, y cuánto se ganó en ventas, para saber si existía ganancia o solamente se había cubierto la inversión. Por tanto, había grupos que no llegaban al punto de equilibrio y la ganancia o no existió o era muy baja y en ese caso no volvían a grabar con la empresa (L. Hernández, comunicación personal, 17 de marzo de 2022).

De esta forma el tema de los contratos eran negociados con cada grupo con regalías bajas que rondaban del 1 al 5% sobre las ventas de discos. Pero a pesar de que grabar discos no representaba grandes ganancias para los grupos locales tenía dos funciones: como

mecanismo de consagración en el mercado y como carta de presentación para contratos de ejecución en vivo, donde los grupos finalmente podían capitalizar dinero.

3.5 La venta de la empresa CBS INDICA a Sony Corp.

Como he analizado a lo largo de este capítulo, la relevancia de esta empresa para el escenario cultural costarricense fue amplia, pues definió las reglas del campo. Pero esta empresa era parte del entramado internacional que era CBS, por este motivo las decisiones de la transnacional afectaban a subsidiarias pequeñas como esta.

En 1988 trasciende la noticia en La Prensa Libre de que la transnacional CBS, la mayor casa discográfica del mundo con fábricas en 14 países y subsidiarias de discos en 36 países, fue vendida a la electrónica japonesa Sony Corp por 2.000 millones de dólares («CBS vende producción de discos a SONY», 1988).

Con la decisión de los personeros de la empresa, el campo de la industria discográfica costarricense se modifica por completo, pues la principal empresa del país se transforma, ya que pasa a ser solamente una sucursal e inicia un proceso de cierre de su planta de producción. Dentro de la nueva lógica de Sony la casa matriz más importante para Latinoamérica estaría ahora en México y se centraría allí la producción. Se cerraba así un ciclo de la industria de producción de discos de vinilo en el país, pues además ya se iniciaba la producción de CD y las ventas de discos de vinilo a nivel mundial habían decaído.

Cuando se desmantela la fábrica existe todo un debate sobre el destino de las cintas originales de la empresa, parte del patrimonio de música del país. Por ejemplo, Rojas manifiesta que estas cintas se destruyeron y sólo algunas personas pudieron rescatar algunas de ellas. Por otro lado, otras personas coleccionistas dicen que Sony las tienen, pero como esa empresa no tuvo apertura a participar en esta investigación no se pudo consultar, de manera que de ninguna de ambas versiones tengo evidencia. Sobre los equipos de grabación, que estaban en el estudio de la empresa, algunos exfuncionarios compraron algunos de estos y los conservan en sus casas de habitación (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021).

En este proceso de venta de la empresa, se evidencia que aunque en el proceso de producción y selección del repertorio tanto nacional e internacional, los agentes locales tenían bastante libertad de decisión siempre fueron una subsidiaria. Entonces, en grandes decisiones como esta no tuvieron ninguna capacidad de opinar ni incidir y sólo se les comunicó la venta y el cambio en las formas de operar.

3.6 El capital simbólico de la empresa y su rol en la definición de reglas del campo

El desarrollo de esta empresa CBS INDICA en las décadas en estudio se debe entender como planteaba en el capítulo anterior en un contexto de modelo de desarrollo en el que se le dio gran relevancia a la industria en el país. De tal forma que la empresa tuvo relevancia en la escena al ser una industria cultural novedosa, frente a las más antiguas como la radio y el cine. Esto permitió que la empresa tuviera relación y reconocimiento de su labor en espacios políticos, con visitas de presidentes como José Figueres Ferrer (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021). O por ejemplo, como se evidencia en foto encontradas en el Archivo Nacional con motivo de los 20 años de la empresa, en las celebraciones del aniversario participaban personas de la política como el Presidente de la República, Luis Alberto Monge y del Ministro de Cultura, Juventud y Deportes Lic. Hernán González.

Además, la empresa fue un agente cultural relevante en el país en estas décadas, ya que le correspondió incidir en gran medida en la definición de las reglas del campo conforme se iban dando nuevos eventos en el mercado, y por tanto, como el agente principal de la escena discográfica del país hizo lobby político. Al respecto expongo dos ejemplos encontrados en la revisión documental que evidencian cómo se movía la empresa con otros actores políticos y gubernamentales para presionar por la fijación de reglas.

El primero de estos ejemplos es un interesante intercambio de correspondencia entre Luis Salas, Gerente del Departamento de Arte y Repertorio de INDICA, y Alberto Cañas, Ministro de Cultura. El motivo del intercambio se debe a que la música tenía que pagar un impuesto del 30%, pero en 1972 por vía del Decreto 2441-H del 24 de julio de ese año, el Ministerio de Hacienda eliminó ese impuesto a la música clásica a partir de lobby realizado

por varios amantes de esta música. Sin embargo, dicho decreto cubría solamente a la música importada, y ahora el personero de la empresa CBS INDICA quería lograr que esta exoneración se aplicara también a discos grabados con música de autores y compositores costarricenses.

Salas y Cañas sostuvieron una reunión el 30 de agosto de ese año en el despacho del ministro, y a partir de esto Salas le envía dos cartas en septiembre y noviembre recordándole su solicitud. En la primera de ellas Salas argumenta los motivos que lo llevan a hacer esta solicitud de exoneración de impuestos:

Resulta paradójico que los discos importados, grabados con música denominada “clásica” se vendan y distribuyan en el país sin el pago de impuestos, a título de fomento a la cultura, en tanto los discos grabados con nuestra música que son un medio de difusión de nuestra propia cultura paguen el impuesto. Como es conocido dichos discos no se adquieren solamente para alegrar las fiestas, sino que son material didáctico en las escuelas, en el caso de la música folklórica y patriótica y regalo obligatorio para los seres queridos que viven fuera de Costa Rica, es decir, medio de transmisión de nuestra cultura en las escuelas y en el extranjero y por qué no decirlo, del amor a la patria.

Es paradójico también, por ejemplo, que el sistema actual nos obligue a pagar impuestos por grabaciones de los valeses de Julio Fonseca, en tanto que las grabaciones de los valeses de Strauss están exentas del impuesto.

Como ejemplo adicional podríamos citar nuestra reciente grabación de algunas de las obras más bellas de la música costarricense, realizadas con músicos de la Orquesta Sinfónica Nacional, a un costo altísimo y por la cual tenemos que pagar impuestos, en tanto que una opereta de Franz Lehar está exenta, la inconsistencia es más que evidente si se considera que el consumidor debe pagar impuestos sobre el segundo

disco que le acompañó con obras tales como el Himno Nacional de Costa Rica, el Saludo a la Bandera, el Duelo de la Patria, etc. Es decir, que el gobierno patrocina el consumo de la música más hermosa de las grandes culturas extranjeras pero impone tributo sobre lo poco que tenemos de cultura propia. (L. Salas, comunicación personal, 1972)

Estos argumentos presentados por Salas resultan interesantes, pues evidentemente existe también un móvil empresarial. La eliminación del impuesto podía abaratar los costos de los discos y aumentar las ventas, pero es relevante la argumentación que realiza en relación con los usos sociales de la música grabada por la empresa.

Al parecer las gestiones, reuniones y argumentaciones que el señor Salas le expone al ministro tienen resultado, pues en una nota del 15 de diciembre de 1972, Alberto Cañas le escribe a Claudio Alpízar, Ministro de Hacienda y le argumenta:

Tengo la impresión de que en la emisión del Decreto 2441-H del 24 de julio de 1972 que exoneró del impuesto del 30% a ciertos discos de música clásica, cometimos una omisión que deberíamos subsanar que cubre la exención a discos con música de compositores costarricenses.

Ruego a usted emitir un nuevo decreto en el sentido indicado. (A. Cañas, comunicación personal, 15 de diciembre de 1972)

En este intercambio de cartas en esta coyuntura se evidencia que la empresa era un agente con capital político y simbólico que le permitió sostener reuniones e intercambios con un ministro. Por ello, logró incidir en un elemento fundamental del campo como es la exoneración de impuestos.

El segundo ejemplo en relación con las acciones de la empresa como agente que quiere definir las reglas del campo por la vía de incidir en la institucionalidad, se puede encontrar en el tema de derechos de autor y piratería. En este tema la empresa CBS INDICA tuvo un rol activo denunciando esta situación nueva en el contexto de producción. Este tema

aparece relacionado a la tecnología del cassette, pues con los discos de vinilo por lo complejo del proceso de producción, esto no se da al menos en el país.

En una nota del periódico La Nación del 31 de mayo de 1989 titulada “Piratería golpea a música local”, se comenta que en 1986 se detectó el primer caso de piratería en el país y en 1989 se decomisaron 2.900 casetes, la mayoría de música nacional. En estas investigaciones realizadas por la policía se detectaron fábricas de cassette “piratas” en San José, Guápiles, Limón, Grecia y Pérez Zeledón. La empresa CBS INDICA tuvo un rol activo en la denuncia de estas actividades, pues por ejemplo, el decomiso mencionado se concreta con las denuncias realizadas por William Méndez y Rafael Rojas gerentes de ventas de CBS INDICA (Mata, 1989). Rafael Rojas recuerda que él persiguió y denunció constantemente la piratería en ese momento y que a los juicios asistía él junto con el abogado de la empresa (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021).

De esta manera, la empresa puso la voz de alarma frente a nuevos temas que empezaron a afectar al sector e hizo uso de su capital simbólico, cultural, jurídico y político acumulado como industria legitimada a nivel nacional para que las autoridades intervinieran en estos temas que los afectaban.

Como se puede observar en el desarrollo de este capítulo, después de un largo proceso de creación de un mercado para la música grabada en el país, es hasta 1963 que se pudo concretar la creación de una empresa discográfica exitosa, que con capital local vino a dinamizar el espacio musical, al generar más grabaciones de artistas locales. A partir de su accionar la empresa desarrolló las primeras reglas del campo en el país y es posteriormente, hasta 1970 que llegan otras disqueras como DICESA o DIDECA como competidoras, pero graban poca música nacional al menos en ese período.

La empresa, como parte de esta incipiente industria cultural, empezó a incidir en las reglas del campo económico en temas como: importación de materias primas y equipos, y exoneraciones de impuestos. Asimismo, definió reglas del campo artístico en temas como derechos de autor y registro de obras. Además, inició negociaciones con grupos musicales locales desarticulados y con poca experiencia en estos temas que vieron en la empresa la posibilidad de legitimar su trabajo y de capitalizar ganancias con los contratos de las presentaciones.

Si bien la empresa tuvo margen de maniobra como agente local en algunos aspectos como la definición del catálogo de música, al ser una subsidiaria quedó sujeta a las decisiones del mega conglomerado que era CBS. La venta de la empresa y el cambio en las formas de producción condujeron al cierre de la planta de elaboración de discos de vinilo, esto los tomó como sujetos pasivos en el juego del mercado internacional.

Ahora bien, una vez que está claro el análisis de la llegada de la empresa y su forma de funcionamiento, en el siguiente apartado, me dedicaré a plantear las características del catálogo de música nacional grabado por esta, para analizar algunos de los imaginarios que se reprodujeron en esas décadas, y están vigentes hasta la actualidad.

Capítulo 4: Caracterización general del catálogo de CBS INDICA



Imagen 18. Sello de INDICA

En los apartados anteriores me he dedicado a explicar la industria discográfica en tanto campo de disputa entre agentes y su concreción como industria cultural tanto a nivel latinoamericano como centroamericano. Además, he puntualizado cómo funcionaron los mercados de la música en Costa Rica, así como el surgimiento y funcionamiento de la empresa en ese contexto.

Una vez analizada esta parte material de la producción de discos, en los apartados siguientes abordaré los elementos simbólicos del bien producido por esta empresa, es decir, el disco de vinilo en tanto producto cultural y los imaginarios que reproduce. Esto lo realizaré con el estudio del catálogo de discos producidos por CBS INDICA recuperado en esta investigación.

Para iniciar en el apartado analizaré la conformación del catálogo de música nacional, grabado en la empresa CBS INDICA. Realizaré una reflexión del aporte que implica este esfuerzo de reconstrucción de la música grabada por la empresa para el escenario cultural costarricense. Posteriormente, haré referencia al rol que tuvieron las empresas disqueras en la reproducción de imaginarios sobre la música a nivel mundial, ya que estos sistemas de clasificación para la venta eran síntesis de categorías sociales y sonoras que definieron el uso de muchas de estas músicas.

Además, haciendo referencia al caso que me ocupa, plantearé algunos datos históricos de cómo la empresa comenzó a crear un catálogo de música nacional y, seguidamente, explicaré de manera detallada cómo estaba conformado este catálogo recuperado con el análisis de los datos por categorías (tropical, romántica, himnos y marchas, folklore, rock, etc.). Este trabajo a nivel de datos permitirá entender cuáles categorías tuvieron más representación en el catálogo, y lo anterior es una forma de evidenciar las priorizaciones hechas por la empresa de la oferta al mercado.

El trabajo de reconstrucción del catálogo me permitió registrar 190 discos LP de música nacional grabados en la empresa CBS INDICA entre 1963 y 1986. Esta reconstrucción como señalé en apartados anteriores, fue un trabajo de triangulación de información entre los catálogos de coleccionistas, las bases de datos fonográficas de instituciones y la revisión de bases de datos de discos de internet.

La selección de la música grabada en esa época se dio tanto por elección de la propia de la empresa (por criterio comercial de venta) como por venta de servicios a otras instituciones como explicaré más adelante. La reconstrucción de este catálogo es un esfuerzo valioso pese a que la información disponible sobre la empresa no permite precisar qué porcentaje del total de discos grabados en ese periodo, representan los 190 que se lograron recuperar para esta investigación. Lastimosamente, ninguna de las personas entrevistadas me pudo dar un dato aproximado de la cantidad de música grabada en LP en el periodo y tampoco lo indagado en la prensa escrita permite precisar ningún dato aproximado de una cifra.

Dada su extensión, el listado completo de discos, que se lograron registrar lo presenté completo en el anexo 5. Para cada uno de los 190 discos sintetizo información básica como: la portada, el nombre del grupo, título del disco, el año y los títulos de las canciones. Con respecto a las portadas de los discos, estas se incluyen en la mayoría de los casos, pero algunas fotografías al ser tomadas en la casa de uno de los coleccionistas, el resultado final no tienen la calidad adecuada y, por tanto, decidí no incluirlas.

Los discos están categorizados según los géneros musicales utilizados por la empresa para clasificarlos (tropical, romántica, folcklore, himnos y marchas, rock) y que pude evidenciar en las entrevistas a personas funcionarias, pues no encontré ningún sistema de clasificación oficial formal. En todo caso, el uso de este tipo de clasificación permitirá ver cómo estas agrupaciones de discos implicaron lecturas de mercado y públicos diferenciados, además me permiten acceder a imaginarios para cada una de ellas. Por esto, la división por categorías la establezco de la siguiente manera: los himnos, la música clásica, la música folclórica, la música tropical, la música romántica y el rock.

A continuación presento los principales elementos de esta caracterización del catálogo recuperado.

4.1 El aporte cultural de la reconstrucción del catálogo de CBS INDICA y el rol de los coleccionistas

Uno de los aportes más relevantes de este trabajo consiste en la reconstrucción del catálogo de parte de la música grabada por la empresa en formato LP durante los años de

estudio. Esto debido a que implica una reconstrucción de la historia sonora del país y la posibilidad de rescatar un fragmento de la producción artística que quedó grabado en este formato.

En un contexto donde no se prioriza el resguardo de la música popular, la reconstrucción forma parte de las disputas por la memoria de lo que merece ser recordado. Algunos actores culturales desde la academia y la sociedad civil están dando esta lucha de resguardo, entre estos tienen un rol central las personas coleccionistas.

Metodológicamente, el proceso de reconstrucción implicó un reto, pues no se encontraron grandes acervos de estas músicas en ningún espacio institucional. Por lo tanto, los archivos particulares fueron un recurso esencial. Al respecto, la primera acción realizada fue contactar con la empresa Sony Music para ver la posibilidad de acceder a sus registros, se contactó vía teléfono y, posteriormente, vía correo electrónico con dos funcionarios de la empresa actuales, pero no se dio respuesta a la solicitud de información.

Esta falta de colaboración de la empresa pone sobre la mesa la discusión sobre el acervo musical, que si bien en términos legales pertenece a la empresa, es también parte del patrimonio musical del país. Este silencio para dar información puede interpretarse como parte de una lógica extractivista de estas industrias culturales, que lucraron con las producciones musicales, pero en la actualidad las niegan para ser accesadas para la investigación y la memoria colectiva. Este extractivismo cultural al que hago referencia, implica la apropiación de bienes locales para insertarlos en el sistema del capital por parte de empresas, y es parte del extractivismo epistémico al que refiere Grosfoguel (2015), en el cual se utilizan conocimientos locales, pero la clave del proceso es la extracción y luego la exclusión de los productores originales del proceso.

Ante esta falta de respuesta de la empresa procedí a hacer una reconstrucción colectiva del catálogo utilizando varias estrategias.

- Primero, la búsqueda en bases de datos virtuales como la plataforma Discogs (www.discogs.com). Estos espacios colaborativos de coleccionistas y vendedores de discos fueron un recurso muy importante para ubicar algunas producciones.
- Segundo, la revisión de bases de datos de discos en bibliotecas que tienen estos acervos. Concretamente, trabajé con la Fonoteca de la Biblioteca

Nacional, el Archivo Universitario Rafael Obregón Loría de la Universidad de Costa Rica, y la Fonoteca de las Radioemisoras de la Universidad de Costa Rica.

- Tercero, trabajé con entrevistas a dos coleccionistas, Daniel Ortuño y Jorge Webb, quienes me permitieron además, revisar sus compilaciones privadas de discos, dedicadas a acopio de música nacional.

Es importante señalar que de la revisión de los acervos institucionales existentes, se desprende que estos se encargan de manera mayoritaria de la música académica o el folklore, pero me fue difícil encontrar registros de músicas populares. Esta carencia de acervo podría evidenciar falta de interés de estos espacios de la cultura oficial para la conservación de las músicas populares y en todo caso evidencia un espacio público donde se disputa la memoria sonora, que legitima ciertas músicas para ser resguardadas, dejando por fuera del espacio a las músicas populares.

Esto genera que existan roles fundamentales en el espacio de la música popular como el de las personas coleccionistas de música nacional. Ellos de alguna manera hacen arqueología de las músicas, persiguen y buscan por diferentes medios en ferias y ventas particulares discos difíciles de acceder de los cuales quedan pocos tirajes. Su rol es particularmente valioso en el caso de los discos de vinilo, ya que cuando decayó su producción con la llegada de los CD, a finales de 1980, muchas personas desecharon sus colecciones personales y las destruyeron, de modo que en algunos casos, la cantidad de tirajes existentes es realmente poca.

En las entrevistas a coleccionistas fue palpable este amor por el pasado y la necesidad de resguardar y comprender lo que se produjo. Justamente, en el proceso tuve la experiencia de trabajar con Jorge Webb, quien tiene aproximadamente 70 años, y Daniel Ortuño, quien tiene poco más de 40. En el caso de Webb su colección fue construida con el paso de los años, por su pasión por la música. Muchos de los discos fueron comprados cuando salían al mercado y los ha resguardado junto con sus tocadiscos y tocacintas desde entonces.

Por otro lado, Daniel Ortuño comenzó a coleccionar libros, pero desde niño escuchaba vinilos en la casa de sus abuelos y años más tarde, un tío le regaló un tocadiscos y se comenzó a interesar en los discos de vinilo, tanto LP como 45. Es decir empezó su colección ya de

adulto, y mucha de esta música la conocía, pero otra la conoce en cada descubrimiento de un disco obtenido. Él afirma en la entrevista que su interés de coleccionar música es poder entender el pasado musical para entender lo producido. Observa cada hallazgo de un disco como es un logro y dice:

A mí lo que me gusta es la novedad de la música vieja...A mí lo que me gusta del vinil y del formato no es el formato “per se”, ni el sonido, porque siendo honestos, algunos suenan fatal. Lo que me gusta, es escuchar cosas que son nuevas para mí y que por extensión pueden ser nuevas para otras personas ... Es darles una segunda vida (D. Ortuño, comunicación personal, 10 de febrero de 2022).

De esta forma por caminos diferentes, ambos coleccionistas se convierten en agentes culturales relevantes para las músicas populares, no solo porque resguardan parte de este patrimonio, sino porque hacen difusión de él. En el caso de Jorge Webb tiene un programa de radio, y Ortuño pincha discos en diferentes actividades en bares de San José, donde cumple su meta de compartir música vieja a personas jóvenes para darle una segunda vida.

La reconstrucción del catálogo fue una experiencia de reconstrucción colectiva, no solo por el aporte de estos coleccionistas, sino por todas las personas que usan plataformas colaborativas como Discogs donde, ya sea para organizar su música, como para lograr venderla, hicieron posible parte de este trabajo. Sin estos aportes de personas amantes de la música esta investigación sería imposible, pues las instituciones no han tomado acciones para su protección y la empresa ha cerrado las puertas.

4.2 Los sistemas de clasificación de música en la industria discográfica como recursos de análisis

La creación de las industrias discográficas alrededor del mundo y sus respectivos catálogos vinieron a construir todo un sistema de clasificación de las músicas para poder operacionalizar el consumo y las ventas. Estas clasificaciones con una noción bastante

pragmática y empresarial agruparon canciones por géneros marcando para siempre cómo se entendían las músicas.

Se debe recordar que como explicaba en el capítulo uno desde los aportes de Adorno y Horkheimer (1988), las industrias culturales operan a partir de la clasificación de los públicos en *target* de mercado. Para cada uno de estos públicos se concretan bienes para que todos puedan consumir de acuerdo con su poder adquisitivo. Y el consumo se trata de activar mediante la publicidad, utilizando mensajes accesibles y atractivos para estos. De manera que la clasificación de músicas que se hacía operaba en esta línea.

Al hacer referencia a los procesos de clasificación realizada por las empresas discográficas, estas simplificaban y organizaban los gustos con etiquetas que facilitarían el consumo: música clásica, tropical, romántica,ailable, nacional, peruana, brasileña, etc. La finalidad era, por ejemplo, que cuando una persona llegaba a una tienda de discos, supiera cómo buscar. De manera que este sistema de clasificación implicaba la creación de catálogos representativos de una síntesis de la lectura de mercados, hechas por las empresas de los gustos vigentes, razón por la cual esto es relevante como recurso de análisis.

A continuación planteo varios ejemplos de cómo estos sistemas de clasificación, no solo implicaron decisiones de mercado, sino que fungieron como mecanismos de organización de los gustos y de los usos asignados a muchas músicas.

Un ejemplo de cómo operan estos sistemas de clasificación lo constituye la denominación de “música clásica”. Esta categoría surge desde las personas estudiosas de la historia de la música europea, quienes desarrollaron un proceso de clasificación de diferentes períodos como el renacentista, el barroco, el romántico, el impresionista, etc. Esto basado en una serie de debates definitorios de los rasgos comunes de las producciones musicales de ciertos compositores en cada época (no lejos de cuestionamientos). Todo este debate erudito creado en las academias europeas fue solucionado con una simplificación de la industria discográfica al nombrar todo este acervo como “música clásica”. Pero en dicha clasificación mercantil, además, de los maestros de todos estos períodos, se encontraban en los catálogos y tiendas de discos, criterios tan disímiles como música instrumental de todo tipo. Entiéndase un amplio espectro de música como Richard Clayderman (Mendívil, 2020, pp. 67-68).

Entonces, esta es la noción dominante de la “música clásica” creada y popularizada por las empresas discográficas y esta categorización comienza a ser utilizada por la mayoría de la población, lejana de los debates de las escuelas de música. Dicha clasificación generó todo un segmento de mercado, asimismo, una serie de usos de estas músicas en actividades sociales desde graduaciones, bailes de quince años, etc.

Igualmente, al hacer referencia a la música latinoamericana existe todo un proceso de construcción clasificatoria de estas músicas desde el exotismo que contenía premisas coloniales sobre estos territorios. Se debe recordar que las industrias de la música se originan en centros de las grandes urbes en Europa y Estados Unidos, entonces, como producto social reprodujeron imaginarios sociales.

Estos procesos de clasificación y reproducción de imaginarios se han dado en la música latinoamericana, con reduccionismos de las identidades nacionales a imágenes caricaturizadas de la vestimenta y en algunos rasgos musicales. De la misma manera se han dado en otras latitudes como en los países africanos, que han sufrido, también, de diversas maneras el reduccionismo de su acervo cultural. La premisa de estas simplificaciones era ubicar estas músicas en el plano de lo lúdico para alejarlas de la racionalidad propia de Europa desde las lógicas coloniales (Mendivil, 2020, p. 77).

La misma clasificación de música nacional realizada por las transnacionales como CBS en toda la región era cuestionables en zonas tan mestizas como las latinoamericanas. El término de “lo nacional” está basado en imaginarios de lo propio, de eso que Hobsbawm denominó como tradiciones inventadas (Hobsbawm & Ranger, 1983), pero si a esto añadimos los intereses de mercado de las empresas discográficas, el producto es un cúmulo de constructos de lo local. Sin embargo, para muchas personas, lo entendido como “música nacional”, o “música andina”, “música brasileña”, etc.; fue lo que estas empresas grabaron y mercadearon bajo esta denominación.

De la misma forma se crearon géneros musicales dentro de las clasificaciones. Por ejemplo, dentro de lo denominado como música tropical, pues como plantea Quintero en su libro *Salsa, sabor y control: sociología de la música tropical*, géneros como la “música salsa”

en realidad fueron una invención de las disqueras para englobar una diversidad de músicas que se originaron en países como Cuba y Puerto Rico (Quintero, 1998, p. 100).

Esta situación con los sistemas clasificatorios creados por las empresas discográficas evidencia que la industria es un campo de disputa entre agentes, el agente económico, es decir, los empresarios hicieron uso del poder en tanto capital económico, simbólico e informacional para definir nuevas reglas del juego en el espacio de la clasificación de repertorios. Con esto se reprodujeron imaginarios de lo que se entiende por cada tipo de música en el mercado que determinó los usos de estas. La implementación del mecanismo de clasificación no se detiene en la historia y se moderniza con otros términos más contemporáneos como el “*world music*”.

De esta forma las premisas empresariales crearon categorías y usos culturales, que es uno de los fines de las industrias culturales.

4.3 Los inicios de un catálogo de música nacional grabada por CBS INDICA

Según los testimonios recabados para esta investigación, al inicio de la creación de la empresa INDICA el interés central en términos mercantiles era trabajar para otros sellos extranjeros, prensando discos para el mercado centroamericano. Sin embargo, paralelo a esto existieron esfuerzos por empezar a grabar a músicos locales. Para entender la relevancia de analizar cómo se crea un catálogo de música nacional desde la empresa es necesario recordar como señala Mendivil:

...toda grabación contiene siempre una negociación de sonoridades y criterios estéticos y presupone por consiguiente disputas sociales y estéticas entre los participantes. Es a través de esas negociaciones que se van formando discursos sobre lo artístico, lo tecnológico y lo natural de la música (Mendivil, 2020, p. 132).

Como se puede ver en el anuncio siguiente, la empresa inició un proceso de atracción de artistas locales para crear el catálogo y dado el incipiente mercado estaba abierta a recibir tanto músicos profesionales como aficionados.

BRILLANTE OPORTUNIDAD PARA

- CANTANTES
- EJECUTANTES
- COMPOSITORES
- ORQUESTADORES
- SOLISTAS
- CONJUNTOS
- ORQUESTAS

AFICIONADOS O PROFESIONALES

Industria de Discos Centroamericana Ltda.



QUE PROXIMAMENTE COMENZARA SUS OPERACIONES DE GRABACION Y FABRICACION DE DISCOS EN SU MODERNA INSTALACION EN COSTA RICA.

Invita a todos los artistas del país a que se sirvan proporcionar un detalle de su talento, facultades, experiencia y éxitos alcanzados en cualquier especialidad o género musical, con el objeto de poder considerarlos en la contratación de su personal artístico.

SE RUEGA HACER LA PRESENTACION POR ESCRITO A LA DIRECCION ARTISTICA **POSTERIORMENTE SE CITARA A LOS PRE-SELECCIONADOS PARA UNA ENTREVISTA**

Industria de Discos Centroamericana Ltda.

Apartado 1645 (INDICA) Teléfono: 1931

Imagen 19. [Anuncio de INDICA convocando a artistas nacionales a presentarse con la empresa]. (1963, 29 de abril). *La Prensa Libre*, p. 4C.

Rafael Rojas, quien trabajó en el Departamento de Arte y Repertorio, menciona que era allí donde se seleccionaba el material para grabar, y que en 1960 y 1970 el tiraje de música nacional era “poco” en relación con lo que se produciría en la década de 1970. Inicialmente, se experimentó con algunos grupos como la Orquesta de Otto Vargas, Pibe Hine, Solón Sirias, Los Ticos, Los Sukias, Rafa Pérez, La Orquesta de Quincho Prado, Paco Navarrete, entre otros. Además, siguiendo las tendencias internacionales CBS INDICA se abre a desarrollar una línea juvenil de la llamada “nueva ola”, que era el rock, con bandas como los Thunder Boys, Vikingos, Los Pokers, Los Spider, aunque luego la deja de lado como plantearé más adelante. (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021).

En esta selección de artistas de las décadas 1960 y 1970 se evidencia que la empresa inició un repertorio de músicaailable, romántica y en menor medida al rock. En esta decisión se podría deducir la existencia de tres segmentos de mercado definidos en términos etarios, uno más adulto, que escuchaba todavía las grandes orquestas; otro segmento intermedio, que escuchaba conjuntos musicales variados como el de Paco Navarrete y un público más juvenil interesado en el rock.

En términos generales, como proceso de incursión empresarial en el mercado, Rojas menciona que la década de 1970 fue una época de experimentación de varias propuestas musicales para ver la reacción del público. Además, expresa que la década de 1980 fue “la época dorada de producción de música nacional” (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021). Posiblemente, esta época de esplendor de la música nacional estuvo generada por la aparición de un ritmo musical muy particular como fue el “chiqui chiqui”, que significó un éxito de ventas sin precedentes en la historia de la música nacional, al cual me referiré más adelante.

4.4 Proceso de selección de la música que se grababa en CBS INDICA

Como señalé en capítulos anteriores el espacio musical costarricense para el año 1963 (cuando fue creada la empresa CBS INDICA), ya tenía una dinámica bastante relevante en músicas populares, impulsado entre otros factores por el surgimiento de las primeras radios y con las migraciones que crearon los barrios obreros de los cuales surgen muchos de los músicos de estas agrupaciones. De manera que la empresa discográfica inyectó capital económico al medio, y amplió la posibilidad de grabación a algunas agrupaciones de este escenario cultural existente.

En cuanto al proceso de selección de música nacional grabada en la empresa, este se realizaba en el Departamento de Arte y Repertorio a cargo del señor Luis Salas con el apoyo de Rafael Rojas. Como pude constatar en entrevistas, su proceso era poco sistemático, pues ambos funcionarios escuchaban las propuestas y seleccionaban lo que se grababa o no, sin criterios preestablecidos y guiados por su intuición. Con base en estas entrevistas a funcionarios de la empresa y a músicos, que grabaron con ella, pude ubicar tres estrategias de contacto con grupos:

La primera eran los programas de radio, como comentó Ricardo Molina en su experiencia con una agrupación llamada “Los presidentes”. En la década de 1960 se organizaban concursos en radios como Cristal, cuyo premio mayor era grabar un disco de 45 con INDICA. De manera que la empresa generó estrategias de alianza con las radios para mapear talento nuevo (R. Molina, comunicación personal, 18 de febrero de 2022).

La segunda estrategia, era cuando Luis Salas, asistía a escuchar en vivo salones de baile o conciertos a grupos recomendados o que previamente habían hablado con él.(R. Molina, comunicación personal, 18 de febrero de 2022)

Y la tercera estrategia era cuando los grupos solicitaban una reunión con los personeros de la empresa para presentarse y brindar algún material grabado que sirviera de base para conocer sus habilidades musicales. Como señala Moreno:

Nosotros teníamos que llegar a tocar la puerta de la disquera, como funciona generalmente el 90% de las veces, el artista graba un casete y lo lleva a la oficina de un director de Arte y Repertorio en este caso don Luis Salas y entonces por ahí comienza la cosa. O lo llevas a oír el grupo para que el valore la calidad de artista que puede tener en su catálogo. En el caso de La Banda, ya yo tenía una buena relación con ellos entonces no hubo que hacer mucho, de hecho nunca hablamos de negocios nunca hablamos de porcentajes (A. Moreno, comunicación personal, 6 de noviembre de 2021).

En este primer contacto se hacía una valoración de la calidad musical y de mercado de la propuesta, pero al parecer no había criterios sistematizados de valoración, ya que todo se realizaba a pura intuición. Los funcionarios de la empresa, concretamente, Salas y Rojas con su conocimiento del contexto cultural, definían lo que consideraban que iba a ser exitoso o no, y la empresa asumía los riesgos de esta decisión. Como señala Moreno:

Rafa y don Luis tenían olfato porque eso no es una cuestión de oído, yo lo veo así, es una cuestión más de olfato que de oído. No se trata de hacer canciones muy lindas, y muy buenas y cantantes muy buenos, sino de cosas que le van a gustar a la gente y

Rafa en eso era muy bueno...Es como un entrenamiento continuo si vos estas oyendo, oyendo, oyendo y viendo resultado de lo que oís *a posteriori*, que esta que me pareció que no era buena pegó, qué sería, qué fue lo que yo no le ví, entonces vas adiestrándote para ser cada vez más preciso en ese proceso de adivinar, de esto si va pegar y esto no va a pegar” (A. Moreno, comunicación personal, 6 de noviembre de 2021)

Asimismo, el proceso de selección no era solo de los grupos que se grababan y los que no, pues también se escuchaba música internacional para ver posibles *hits* que podían ser grabados por músicos locales. Al respecto Rojas expresa que él y Luis Salas se reunían dos veces a la semana a escuchar algunos discos que él preseleccionaba y a partir de esto seleccionaban canciones de otros artistas, que podían ser grabados a nivel local, y buscaban cuál de los grupos podía grabar la canción (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021). De esta manera se seleccionaban los grupos, pero también, algunos de los repertorios de música internacional para ser grabada localmente.

En cuanto a las canciones incluidas en los discos, existen varias experiencias. Por ejemplo, en el caso de grupos como La Banda, Moreno señala que ellos grababan lo que quisieran y no existía influencia de CBS INDICA (A. Moreno, comunicación personal, 6 de noviembre de 2021). Esta dinámica, posiblemente se debe a que este grupo creaba muchos *hits* de ventas y Moreno, su manager, al venir del mundo de la radio, tenía habilidades para la escogencia de repertorio y ambas condiciones les dieron ese margen de acción. Sin embargo, en otros casos, los funcionarios de la empresa elegían canciones específicas para que fueran grabadas por artistas concretos.

Conforme este catálogo de música nacional fue creciendo y posicionándose en el mercado, a partir de 1970 se pudo encontrar un mayor registro en la prensa de la grabación de música nacional producida por la empresa. Por ejemplo, para 1 de septiembre de 1974 en una nota en el periódico La Nación, se señala que la actividad discográfica, en ese año, fue amplia con varios artistas que concretaron grabaciones y otras próximas a salir. Entre los grupos y artistas se mencionaban: Los Hicsos, Peñaranda, Alfa 7, Le Maire, Taboga, Memo

Neyra, Johnny Dixon, La Rondalla de la Universidad de Costa Rica, Súper Combo Los Diamantes y Luis Enrique Mejía («Dónde están y qué graban los artistas nacionales», 1974).

Incluso, en periódicos como La Prensa Libre durante la década de 1970, se hicieron columnas regulares como la denominada “Junto a los artistas nacionales”, en esta se daba seguimiento al tiraje de discos, viajes y experiencias relevantes de músicos locales.

En general, con las entrevistas realizadas, aunque es difícil tener un dato exacto de la cantidad de discos grabados en el periodo de estudio, en el caso de los LP los grupos más populares de cada década grababan un disco LP al año, y entre uno y tres discos de 45. Estos, como se mencionaba en el capítulo anterior, eran tirajes pequeños de 250 o 300 discos y en algunos casos se hacían tirajes adicionales en el caso de los más vendidos llegando a tirajes totales cercanos a las tres mil copias, pues cada década tuvo sus artistas más exitosos. Por ejemplo, en la década de 1970 grupos como: Los Hicsos, Gaviota, Sus diamantes Los Alegrísimos fueron los más sonados y en la década de 1980 ya fueron los grupos de chiqui chiqui como La Banda (L. Hernández, comunicación personal, 17 de marzo de 2022).

De esta forma, en los inicios del catálogo entre décadas de 1960 y 1970 se experimentaba con repertorios y ya para 1980 se consolidó una oferta en el catálogo de la empresa de música nacional. Como parte de la expectativa generada la prensa empezó a dar mayor cobertura a la música local.

En este proceso la definición del catálogo de música nacional, al parecer se hacía de manera libre a lo interno de la empresa sin intromisión de CBS como empresa trasnacional. Esto evidencia el protagonismo de los agentes locales en la definición de las reglas de este repertorio nacional.

4.5 La ampliación del catálogo por medio de la venta de servicios

Dado que la empresa por muchos años tuvo la única planta de prensaje de discos en el país, también, experimentó la venta de servicios a personas, entidades estatales u otras empresas disqueras. En este apartado señalo algunas de las características de esta forma de producción, pues esto confirma que la mayoría del material grabado en el país en el periodo de estudio pasaban por esta empresa.

En el tema de venta de servicios la empresa tenía una denominación llamada “Prensajes particulares”, que en el interior de los discos tenían las iniciales “PP” antes del código para identificarlos. Estos eran procesos de producción donde se contrataba a CBS INDICA solamente, para la grabación y prensaje del disco, es decir ese disco no era seleccionado por los funcionarios de la empresa, sino que solo se contrataba la planta de producción y el equipo técnico (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021).

En el catálogo se pudo ubicar 25 discos, es decir, el 13% del total como prensaje particular. Particularmente, pude encontrar dos modalidades: en la primera un grupo o solista contrataba a la empresa solo para producir el disco. En este caso podían contratar a la empresa, también, para la difusión del disco y se les cobraba por esto un porcentaje. Esta difusión podía ser solo en Costa Rica, pero también en Centroamérica y México (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021). La segunda era cuando una institución del Estado contrataba a CBS INDICA para la elaboración de discos para sus agrupaciones folclóricas, para un festival de la canción, etc. En ese caso la difusión no era contratada por la empresa, sino que corría por cuenta de la institución para sus usos y prácticas.

En el registro realizado, algunas instituciones estatales que contrataban servicios con la empresa eran: la Municipalidad de Turrialba, el Ministerio de Cultura, Sistema Nacional de Radio y Televisión Cultural (SINART), Acueductos y Alcantarillados, Universidad de Costa Rica, el Instituto Costarricense de Turismo. Por ejemplo, en la imagen siguiente se presenta un disco prensado por CBS INDICA para el Instituto Nacional de Seguros, con la rondalla de esa institución.



Imagen 20. Instituto Nacional de Turismo (1981). *Rondalla del INS* [Álbum]. INDICA.

Otra forma de prensaje eran los prensajes compartidos, en donde la empresa por un interés en particular asumía junto con una institución estatal los costos de la producción. En este caso solo se pudo ubicar un disco titulado *Himnos y Marchas de Costa Rica* fue realizado en coordinación con el Ministerio de Cultura a partir de negociaciones de Luis Salas, debido, posiblemente, a la importancia cultural y comercial de esta producción. Como lo indica la nota de prensa adjunta este fue un disco conmemorativo de los 150 años de la independencia, que contenía versiones de prácticamente todos los himnos más importantes del país y que como se pudo constatar en entrevista tuvo un éxito en ventas (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021).



Imagen 21. [Noticia sobre la publicación del disco Himnos y Marchas de Costa Rica]. (1971, 28 de agosto). *La Prensa Libre*, p 15.

La otra forma de venta de servicios era cuando se grababa un artista de otro sello que no eran los sub sellos de la marca CBS, pero que contrataban a la empresa para no tener que pagar los gastos de viaje del artista. Estos discos aparecían en su portada con el nombre de la casa disquera sea Polygram, Polydor, Philips o London Records, etc, pero en la etiqueta interna del disco se señalaba que fue producido en Costa Rica por CBS INDICA. En este caso pude ubicar un total de 14 discos, es decir, un 7% del catálogo reconstruido en esta investigación.

Dentro de estos discos se pudo ubicar artistas con un número considerable de grabaciones hechas en esta empresa, pero con otro sello como el Pibe Hine o Solón Sirias y su Tinaja Brass. Al respecto de estas grabaciones, en la entrevista realizada al coleccionista Jorge Webb, él menciona que en algunos casos como los discos de Sirias y Hine grabados bajo sellos como Polydor y London Records, venía un técnico de esos sellos a supervisar la grabación y a darle el visto bueno al disco para que saliera bajo su marca (J. Webb, comunicación personal, 16 de febrero de 2022).



Imagen 22. Sirias, S. (1970). *... a toda máquina* [Álbum]. INDICA.

De esta forma la dinámica de venta de servicios de la empresa, también permitió consolidarse. Ya fuera como parte de su catálogo o por medio de la venta de servicios a personas, instituciones estatales u otros sellos internacionales, casi todo lo que se grabó en esas décadas pasó por sus estudios de grabación, ya que fue la primera empresa en abrir mercado y hasta entrada la década de 1980 fue la principal.

4.6 La caracterización de un catálogo diverso

De acuerdo con las entrevistas realizadas para esta investigación, es posible deducir que la denominación de “música nacional” era común en CBS INDICA, y refería a grabaciones de grupos o solistas ubicados en el territorio nacional, aunque en algunos casos hubiera algunos integrantes extranjeros.

De los 190 discos registrados, existen un total de 40 agrupaciones de diverso tipo (orquestas, grupos, sinfónica etc.) y 18 solistas. Como señalaré más adelante solo en el caso de la música romántica existe un predominio de los solistas.

Otro elemento importante es la forma de clasificación de la música utilizada por la empresa en sus catálogos. La clasificación que presento por categorías: clásico, himnos, tropical, romántica, folklore y rock; tiene su base, también, en las entrevistas realizadas tanto funcionarios de la empresa, como a los músicos. A continuación presento la distribución de los discos considerados en esta investigación, divididos según estas categorías:

Cuadro 4. Cantidad de discos del catálogo según categoría.

Género musical	Cantidad de LP	Porcentaje del catálogo
Himnos	1	0,5%
Clásica	6	3,2%
Folklore	39	20,5%
Tropical	101	53,3%
Romántica	37	19,5%
Rock	6	3%
Total	190	100%

Fuente: elaboración propia a partir del “Catálogo de discos grabados en la empresa CBS INDICA en formato LP por género musical en el periodo 1963-1989”, (Ver Anexo 5).

Como se puede observar la mayoría de discos entran dentro de las categorías de “música tropical”, “folclórica” y “romántica”, es probable que esto tenga relación con lo que se vendía en el mercado de la época. Por ejemplo, en una nota del periódico La Prensa Libre de 1983, en la cual se entrevista a dueños de disqueras de la época como: Discoteca Rodolfo Herrera, Discos Alegría, Disco Pop, estos señalan que la música balada era una de las músicas más buscadas tanto en música internacional como nacional. («Baladas, discos de más venta», 1983).

La categoría música tropical es una de las más complejas, pues en ella se engloba una diversidad de ritmos como: el paso doble, la salsa, el merengue, la cumbia, el chiqui chiqui, el soca, etc.; pero era una forma de las empresas discográficas de organizar la música para el consumo. Además, en general los grupos de estas músicas pasaban en sus discos por varios ritmos musicales para diversificar la oferta y su presencia tanto en las radios como en los conciertos en vivo.

Para muchos grupos los discos eran “cartas de presentación” para lograr contratos en actividades, que era donde podían capitalizar ganancias, como señala Moreno manager del grupo La banda (A. Moreno, comunicación personal, 6 de noviembre de 2021). De manera que los discos, también estaban pensados para mostrar la diversidad de ritmos que el grupo podía tocar y a partir de estas habilidades y oferta poder ser contratados.

En las actividades sociales como los bailes con grupos musicales en salones o los conciertos, en parques y centros comerciales como el Centro Comercial del Sur, existían

diferentes momentos, o sets, de manera que los grupos debían alimentar diferentes estados emocionales del público. Existían canciones de baile que eran promedio, es decir, que no eran de las más populares, además existían las favoritas del público porque eran *hit*, pero también los grupos debían incluir al menos una o dos canciones románticas para que las personas pudieran “ligar” en los eventos. Así, las diferentes músicas convocaban diferentes públicos en momentos del evento, por esto los discos cubrían esta diversidad. Así, en la clasificación de música tropical ubico los discos que mayoritariamente tenían estos ritmos, aunque tuvieran también dos o tres canciones románticas.

Dicha diversidad sonora es propia de un contexto cultural tan mestizo como el costarricense, que al ser puente de varias zonas culturales ha tenido la posibilidad de apropiarse de una diversidad de ritmos del norte y del sur. Además, con gran influencia histórica de ritmos provenientes de países antillanos como: Cuba o Puerto Rico.

En el análisis del catálogo de los 190 discos recuperados en la investigación, esta es la distribución de producciones por años:

Cuadro 5. Cantidad de discos publicados por año de 1963 a 1986

Año	Cantidad de discos	Porcentaje del catálogo
1963-1969	17	8,9 %
1970-1975	43	22,6 %
1976-1980	37	19,5 %
1981-1986	33	17,5 %
Discos sin fecha	60	31,5 %
Total	190	100 %

Fuente: elaboración propia a partir del “Catálogo de discos grabados en la empresa CBS INDICA en formato LP por género musical en el periodo 1963-1989”, (Ver Anexo 5).

Como se evidencia en el cuadro una limitante es que muchos discos no tenían disponible este dato y como se pudo observar en la reconstrucción del catálogo, la empresa no era muy sistemática en esa información. De hecho en la entrevista con el coleccionista Jorge Webb, menciona que tiene varias décadas de comprar discos desde su juventud, y desde entonces tenía la costumbre de poner el año a los discos de su puño y letra al momento

de comprarlos, ya que sabía que era común esta omisión (J. Webb, comunicación personal, 16 de febrero de 2022).

Ahora bien, entre los discos que si contienen ese dato, hay una acumulación importante a partir de mediados de la década de 1970. Esto puede estar relacionado, como señalé en apartados anteriores, con que durante la fundación de la empresa en 1963 se empieza un periodo de experimentación grabando algunos grupos. Pero, a partir de la década de los setenta, durante esos 10 años se da una época de oro de grabación de música nacional como señalaba Rafael Rojas en la entrevista realizada (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021)

Otro elemento central en esta caracterización del catálogo es que como es propio de la escena musical masculinizada, la mayoría de las personas que fueron grabadas por la empresa, eran hombres. En el caso de los grupos musicales, prácticamente, la totalidad eran integrantes masculinos y solo en muy pocos casos se encuentran vocalistas mujeres en ellos. En el caso de las solistas, también, es mucho menos la cantidad de mujeres grabadas, como presento a continuación.

Cuadro 6. Mujeres solistas o vocalistas de grupos grabadas por CBS INDICA.

Tipo de agrupación	Nombre
Grupos con mujeres vocalistas grabadas en disco	Taboga (2 discos) Gaviota (5 discos) Los abejorros (2 discos) Gloria Estela y la Cumbiamba de Quincho Prado Rondalla municipal Turrialba Rondalla del INS Cantares
Mujeres solistas grabadas en disco	Emilia Prieto María Mayela Padilla (2 discos) María Cecilia Márquez

Fuente: elaboración propia a partir del “Catálogo de discos grabados en la empresa CBS INDICA en formato LP por género musical en el periodo 1963-1989”, (Ver Anexo 5).

Como evidencia el cuadro de 190 LP registrados solamente 17 tenían mujeres como vocalistas. Sin embargo, en la entrevista al coleccionista Daniel Ortuño asevera que dentro de las personas solistas que grabaron discos de 45 si existían algunas otras mujeres grabadas

en música romántica como Jenny Castillo (D. Ortuño, comunicación personal, 10 de febrero de 2022).

Con este ordenamiento de la información se tiene claridad de la conformación general del catálogo en términos de categorías musicales, los años de mayor producción y la representación de género en ellos.

En los discos compilados se puede observar un peso significativo en la producción de la empresa de la música tropical de un 53,3%, seguido por la música folclórica con un 20,5% y la música romántica con un 19,5%. Además, existe una representación minoritaria de la música clásica con un 3,2%, seguido del rock con un 3% y los himnos con un 0.5%.

Por todo lo anterior, en el análisis que presentaré en los siguientes capítulos, me centraré en profundizar en los imaginarios de las tres categorías más representadas en la recopilación de la producción de la empresa CBS INDICA realizada para esta investigación: música tropical, música romántica y música folclórica. Estos representaron el principal interés de la empresa en términos de mercado nacional y son en los que de manera más consistente podré analizar la reproducción de imaginarios. En relación con la música clásica, himnos y rock, ya que son representados de manera minoritaria, haré referencia a algunas características a continuación.

4.7 Representaciones minoritarias del catálogo: himnos, música académica y rock

A partir de la cuantificación del catálogo existen tres categorías con una representación minoritaria, de los cuales quiero hacer mención a continuación iniciando con los himnos, seguido de la música académica y finalizando con el rock.

En el caso de los himnos estos son utilizados para generar imaginarios sociales de pertenencia a partir de la construcción de hitos como las guerras y gestas nacionales. Este es, históricamente, uno de los usos sociales de la música como señala Simon Frith (2001), pues permite dar sentido de pertenencia a un grupo y genera separación frente a una “otredad” creada. Además, permiten generar una noción de un tiempo común, y recordar eventos de un pasado asumido como colectivo. Esta explicación de un camino recorrido en compañía, es parte de la potencia de los imaginarios sociales en el caso de la noción de patria (Castoriadis, 2003, p. 223).

La historia de la música y la identidad nacional es extensa, pues desde 1810 con los proceso de independencia en la región, surge tal y como lo señala Devoto un nuevo género musical: la canción patriótica y luego se encarna en los himnos (1977, p. 30). En los himnos queda en evidencia el poder de los imaginarios sociales, y cómo se puede cargar de valor simbólico objetos e historias. Por ejemplo, dentro de los himnos se canta a objetos cargados de significación como la bandera, un fragmento de tela que a partir de construcciones simbólicas es revestida de valor, respeto, culto. Se canta a hombres que nunca conocimos, pero que supuestamente realizaron grandes acciones por la patria. Dentro de estos himnos el más relevante es, sin duda, el himno nacional, que es toda una declaración de los imaginarios locales.

En el caso del catálogo reconstruido de la música grabada en la empresa CBS INDICA, existe un disco síntesis de los referentes sonoros más importantes de generación de imaginarios como son: las marchas, himnos y cantos patrios. Este es un prensaje cofinanciado de la empresa y el Estado, titulado “Himnos y Marchas de Costa Rica”, según señaló Rojas, fue uno de los discos más vendidos de la empresa (R. Rojas, comunicación personal, 18 de octubre de 2021). Al revisar el contenido de este disco, está formado por los principales cantos usados en actos oficiales y escolares como: Himno Nacional, Patriótica Costarricense, Himno Patriótico al 15 De Setiembre, Marcha Patriótica Santa Rosa, Himno Patriótico al 1 de Mayo, Himno Patriótico a Juan Santamaría, Himno a la Bandera de Costa Rica, Duelo De La Patria y Oh Costa Rica.

Sin duda, este disco sintetizaba una selección de los himnos y canciones patrias más significativas de la historia nacional. Posiblemente, al ser un país tan pequeño y como estos himnos no se están actualizando, este es el disco más representativo de esta clase en el catálogo.

Por otro lado, en cuanto a la música académica, llamada en los catálogos como música clásica, encontramos poca cantidad de grabaciones del período con solamente 6 discos, como lo muestro en el siguiente cuadro.

Cuadro 7. Discos de música clásica grabados por CBS INDICA.

Nombre del disco	Año
Dilana Jensen. Orquesta sinfónica Nacional	1973
Julio Fonseca. Orquesta Sinfónica Nacional	1971
Julio Fonseca. Orquesta Sinfónica Nacional	1985
Banda sinfónica del Conservatorio Castella	1989
Homenaje a Jorge Debravo	1971
Así es Costa Rica: canciones de Alcides Prado	S.F

Este limitado número de discos, posiblemente, se debe a que como señalé en el capítulo dos, en la década de 1970 se estaban consolidando, apenas dentro del Estado costarricense una serie de proyectos de enseñanza de la música académica, los cuales debían esperar algunos años para llegar a la madurez. Probablemente, la cantidad y calidad de obras montadas en los inicios de estos proyectos de profesionalización de la música académica eran pocas, por lo que grabar no era tan viable. Entre los pocos discos grabados ejemplifico el siguiente financiado por el Ministerio de Cultura Juventud y Deportes.

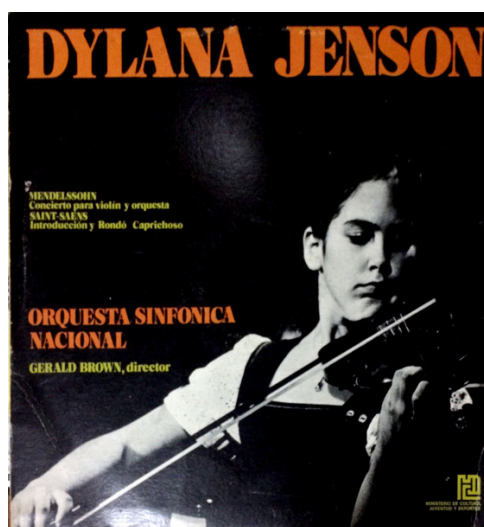


Imagen 23. Jensen, D. (1974). *Dylana Jensen* [Álbum]. INDICA.

Seguramente, el esfuerzo de las instituciones de la cultura del periodo de estudio se direccionó más a la consolidación de estos espacios de profesionalización de la música como

señalé en el capítulo dos, y a la creación de actividades de presentación en vivo, porque también, ayudaban a consolidar una comunidad de escuchas.

Finalmente, quiero referir a la última categoría de música que tiene muy poca representación, el rock. Esta es, particularmente interesante, ya que a pesar de que en el periodo de estudio existía una amplia cantidad de bandas de este ritmo, a mediados de la década de 1970 (Carballo, 2017), en la compilación de discos hecha para esa investigación existe muy poca cantidad de esta.

En la reconstrucción de la música grabada en la empresa encontré en la década de 1960 tres discos de bandas vinculadas al rock:

- El disco “Volando de agogo” de la banda Thunder Boys grabado en 1966.
- El disco lo mejor del a gogo del año 1968, que contenía varias bandas como los Rufos, Los Pokers y Los Vikingos.
- El disco lo mejor del a gogo de 1969 con varias bandas como Los Gatos, Los Rufos y los Skorpions.



Imagen 24. Los Thunder boys (1966). *A go gó* [Álbum]. INDICA.

Después de esos discos de la década de 1960, en todo el periodo de 1970, no se encontraron discos de rock en la empresa. A finales de 1980 aparece de nuevo una producción que es el disco Rock de Café con Leche de 1987, una compilación de bandas llamado Todo Rock de finales de la década y, posteriormente, el disco Mario Maisonnave y Modelo para armar de 1989.

Llama la atención que bandas importantes de la escena rock como Shenuk no escogieran a una empresa como CBS INDICA para grabar, dado que en 1985 lo hicieron pero con Onda Nueva, una disquera pequeña de origen panameño que ya estaba presente en el país (Carballo, 2017).

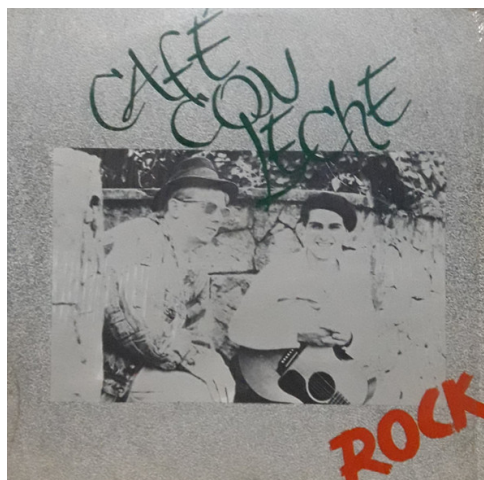


Imagen 25. Café con leche. (1987). *Rock* [Álbum]. INDICA.

Con respecto a esta poca representación en el catálogo a partir de las entrevistas con coleccionistas, algunos de ellos mencionan que CBS INDICA en relación con otras de las empresas aparecidas en la década de 1980 como DICESA, DIDECA y Onda Nueva, eran menos arriesgadas en el momento de incluir músicas en su catálogo, como comenta el coleccionista Daniel Ortuño:

Lo que siento es como que talvez las otras disqueras eran un poquito más arriesgadas en ciertas ocasiones, no sé, le apostaban talvez a grupos de aquí que INDICA no tocaba o no le interesaba. Incluso por conversaciones que he tenido con músicos de la época que sentían que INDICA era un poco rígido y poco cuadrado. (D. Ortuño, comunicación personal, 10 de febrero de 2022)

En el caso de los discos de 45 r.p.m se encuentran algunas grabaciones hechas en CBS INDICA de bandas de rock como Bocaracá en 1974 o La silla Eléctrica en 1979, pero realizados como prensajes asumidos por las bandas.

Esto evidencia que el rock no fue parte del interés predominante de esta disquera nacional, a pesar de que otras empresas de la región si apostaron por este ritmo. Por ejemplo,

en el caso de la guatemalteca DIDECA grabó varios LP de la banda Alux Nahual como: el disco del mismo nombre en 1981, Conquista en 1982, Centroamérica en 1986 y Alto al Fuego en 1987.

Con los planteamientos de este capítulo he evidenciado el proceso metodológico de esta investigación para la reconstrucción del catálogo, lo cual implica un aporte significativo al escenario cultural costarricense y a la memoria del patrimonio sonoro nacional. Además, expuse cómo operaban estos sistemas de clasificación de música de las industrias culturales y como generaron usos sociales de las músicas.

También, expliqué el proceso de conformación del catálogo de la empresa CBS INDICA y algunas de las estrategias de acercamiento a artistas nacionales realizadas para ampliar su oferta. Posteriormente, me dediqué a analizar a partir de datos las características del catálogo de 190 discos reconstruido con tres claves: la distribución por categorías, la periodicidad de los tirajes a lo largo de los 16 años de estudio y la representación de género en el mismo.

Con esta caracterización pude evidenciar la existencia de tres núcleos de producción en el catálogo de la empresa CBS INDICA: la música tropical, folclórica y romántica, en los que centraré el análisis de los apartados siguientes dado el peso de estos en las grabaciones de la empresa.

Finalmente, hice un análisis de las músicas menos representadas en el catálogo que eran los himnos, la música clásica y el rock.

Capítulo 5: Imaginarios de la nación: la música folclórica



Imagen 26. Salazar, L (s.f). *Soque Lencho*. [Álbum]. INDICA.

Como señalé en el capítulo anterior, en los discos del catálogo de la empresa CBS INDICA recolectados para esta investigación, pude ubicar los tres núcleos de producción mayoritaria. En los capítulos siguientes analizaré los imaginarios predominantes en cada una de las categorías que son: la música folclórica, la tropical y la romántica.

Para recapitular planteamientos teóricos formulados en el capítulo uno, entiendo imaginarios sociales como una red de símbolos y narraciones desde los cuales una sociedad intenta representarse a sí misma y genera cohesión. Cada sociedad construye un sistema de interpretación del mundo y crea narraciones o símbolos alrededor de las cosas que consideran relevantes. Como señala Castoriadis estas sirven como elementos explicativos que las personas dan por sentado para la organización de la vida. (Castoriadis, 2005, p. 60). La forma como estos se estructuran:

Consiste en ligar a símbolos (a significantes) unos significados (representaciones, órdenes, conminaciones, o incitaciones a hacer o no hacer, unas consecuencias- unas significaciones en el sentido lato del término-) y en hacerlos valer como tales, es decir, hacer este vínculo más o menos forzado para la sociedad o el grupo considerado (Castoriadis, 2003, p. 201).

Como veremos, en las representaciones visuales de los discos y en las canciones, existen una serie de símbolos y representaciones instaurados en el imaginario social costarricense y que la empresa reprodujo para concretar el consumo. Estas representaciones estaban presentes en otras elaboraciones imaginarias como: la literatura, la plástica, las artesanías, etc. pero en el caso de la música, la empresa CBS INDICA con sus producciones, también, ayudó a sostenerlos.

A continuación me refiero a algunas aclaraciones metodológicas del proceso seguido y el análisis relacionado con la primera categoría mayoritaria del catálogo: la música folclórica. En ella a partir de la revisión teórica y el análisis de portadas y letras, planteo cómo se representa un imaginario de la nación.

5.1 Metodología de análisis de los imaginarios en el catálogo

Los imaginarios sociales pueden ser analizados a partir de diferentes formas de representación, como en este caso las imágenes de las portadas de los discos o las letras de las canciones. Para operacionalizar el análisis del catálogo, hice uso de algunas herramientas de análisis iconológico aplicadas a las portadas de los discos, además, ejemplifiqué las conclusiones del análisis iconológico con las letras de algunas canciones en cada categoría.

Para la realización del análisis iconológico y siguiendo los planteamientos de Panofsky (2012) es necesario hacer varios procesos: la descripción preiconográfica, en la que se determinan elementos perceptivos, en esta fase se describe de manera detallada lo observado. Posteriormente, en el análisis iconográfico se agrupan las imágenes en tipos o grupos y se relacionan con historias y alegorías representadas, es decir, con convenciones sociales existentes con respecto a ciertas imágenes. Finalmente, en el análisis iconológico se analiza más la obra con el momento histórico de producción, es decir, se devela el significado, la obra como síntoma cultural, en donde se representan roles e imaginarios.

De esta forma, la iconología es la parte más elaborada del análisis y busca los significados simbólicos subyacentes en las imágenes emergidas de las convenciones sociales. No estudia las imágenes en tanto tales, sino como pertenecientes a un momento histórico y a una cultura. En su aplicación a la publicidad, entiende la imagen como una fábrica de mitos y símbolos que pueden ser analizados (Eguizábal, 2019).

Para el proceso seguido en esta investigación las imágenes de las portadas de los discos ya estaban agrupadas en categorías temáticas: folclore, tropical y romántico. A partir de estas ubiqué elementos recurrentes en las imágenes y contabilicé la cantidad de veces que aparecen en las portadas para ver la densidad de representación. Con base en esto, analicé estas agrupaciones de representaciones visuales recurrentes con la respectiva revisión teórica sobre cada uno de los temas. Para cada categoría a partir de la agrupación temática de imágenes definí el imaginario más relevante, de la siguiente manera:

- Música folclórica: 39 discos los cuales representan el 20,5% del catálogo. En esta el imaginario predominante es la construcción idealizada de la nación a través de campesinos pobres e iguales. Acá pude ubicar dos grupos de imágenes recurrentes, primero la del campesino sencillo y pobre

(representado en la casa de adobe, el vestuario, los enseres) y sus modos de vida (las leyendas, la carreta, el pilón, la escoba, etc.) en un total de 21 portadas. Segundo, el ideal del amor campesino representado en la mujer (la imagen de mujer campesina, la mujer cortejada) con un total de 5 portadas.

- Música tropical: 101 discos del total recuperado, para un 53,3% del catálogo. Acá pude ubicar la construcción del imaginario del exotismo de lo latinoamericano con imágenes recurrentes, primero, la imagen del latino como fiestero (representado en playas, fiestas, situaciones humorísticas, el disfraz) en un total de 33 portadas, y segundo la imagen de la mujer latina erotizada (mujer en traje de baño en la playa recibiendo la “atención” de la mirada masculina) ubicado en 18 portadas de discos.
- Música romántica: 37 discos representan un 19,5 del catálogo. Acá se construyen imaginarios del amor romántico y las imágenes recurrentes son, primero la del galán bohemio y solitario presente en 15 portadas de discos (imágenes de cantantes solitarios en diferentes contextos) y segundo, la del galán con poder adquisitivo como símbolo de estatus masculino (motocicletas, espacios urbanos, vestuario) en 8 discos, todo esto dentro del mito del amor romántico donde el hombre es el centro del discurso.

Estas representaciones ubicadas como predominantes numéricamente en cada categoría las analizo en los apartados siguientes, a partir de referentes teóricos que permiten entender su presencia en las dinámicas sociales del contexto.

A partir de esto, para complementar con el análisis iconológico, ejemplifico con algunas canciones, para evidenciar que en las letras se refuerzan los significados relacionados con el imaginario definido. Es vital aclarar que he seleccionado letras específicas, debido a que los alcances de esta investigación no permiten abordar la totalidad de las letras de cada corpus musical, ya que hago referencia a 190 discos con un promedio de entre 10 y 12 canciones cada uno, a los cuales no tuve acceso de manera permanente. Por lo tanto, hago una selección de letras con base en dos criterios: primero accesibilidad, es decir, letras o grabaciones a las que tenía acceso para poder transcribirlas. Segundo, que los contenidos de

las letras evocaran temáticas que entraban en diálogo con las representaciones iconológicas ubicadas de previo en las portadas. Por esto la selección es la siguiente:

Cuadro 8. Síntesis del imaginario predominante en cada categoría del catálogo, su representación visual y la canción seleccionada.

Categoría del catálogo	Imaginario	Representación visual	Ejemplo de canción
Folclore	La construcción idealizada de la nación de campesinos pobres e iguales.	-El campesino sencillo y pobre (representado en la casa de adobe, el vestuario, los enseres) y sus modos de vida y tradiciones (las leyendas, la carreta, el pilón, la escoba, etc). -Ideal del amor campesino (mujer campesina, la mujer cortejada).	El Cadejos, Lencho Salazar Maicerita mía, Lencho Salazar
Tropical	La construcción de imaginario del exotismo de lo latino	-El hombre fiestero (El disfraz, La fiesta, el humor) -Erotización de la mujer latina (Mujer ante la mirada masculina, mujer en la playa)	Latino soy, La Empresa Julieta, Manantial
Romántica	La construcción de imaginarios del amor romántico	-Galán bohemio (imágenes de cantantes solitarios, melancólico)	Tarjeta roja, Gilberto Hernández Mientes, Oscar Domingo

Hechas estas aclaraciones metodológicas del proceso seguido para el análisis de los imaginarios en el catálogo, presento a continuación la primera de las categorías: la música folclórica.

5.2 El surgimiento y los usos del folklore en los estados nación del siglo XX

El Folcklore es una construcción socio-cultural que tiene un fin político concreto, que es el reforzamiento de una comunidad imaginada, basada en los estados nación. Tiene, por tanto, una función identitaria, al reproducir una serie de símbolos y adscribirlos a una comunidad. Es una estereotipia generalizada sobre un pasado que se asume común.

En el caso Latinoamericano con el establecimiento de las fronteras de los Estados nación en regiones tan diversas, el reto era uniformar de alguna manera un contexto cultural complejo. Por esto, las élites empiezan un proceso de búsqueda de lo nacional en prácticas del mundo rural, con la idealización del campesino callado y sumiso, que además tenía una utilidad política, entrado el siglo XX conforme el sector obrero urbano se radicalizaba políticamente (Chamosa, 2011).

En el folklore se plantea el miedo a la pérdida de la tradición. Por esto, tiene gran relevancia el discurso del rescate de costumbres del pasado, fundamentalmente, por la función de cohesión que estas costumbres supuestamente han tenido y por lo cual, debe seguirse preservando. Es decir, el folklore se crea en el presente, haciendo una lectura del pasado (Hidalgo, 2018). Por lo tanto, se crean discursos institucionales de patrimonio tangible e intangible etc, y se toman acciones estatales de rescate y preservación, tales como: asignación de fondos, concursos, entre otras.

Incluso, existe un rasgo importante del proceso de creación del folklore: la delimitación de lo que merece la pena ser preservado, es creado y definido por personas fuera de la tradición, es decir, la actividad no se define como folclórica por parte de los portadores de la práctica, sino por parte de personas funcionarias de instituciones, intelectuales, folkloristas, etc. Es por tanto, un proceso selectivo del pasado que implica omisiones y silenciamientos, que construyen un canon del folklore (Madoery, 2011).

En este proceso al tratar de delimitar la práctica que debe ser conservada la abstraen del contexto, la seleccionan y diseccionan, y como afirma Fischerman: "...más que preservar una cultura, lo que hacen es, simplemente, crearla." (2004, p. 112). En referencia a la relación del folklore y la música, además, en muchos casos quienes delimitan ciertas músicas para preservarlas, posiblemente, también, las ejecutan, de manera que buscan legitimarse en ella.

En términos de política pública, el folklore musical fue política de Estado en toda la región, ya que la música acompañó los actos de los pequeños Estados desde la independencia con las bandas militares, las cuales permitían darle solemnidad al poder. Durante la primer parte del siglo XX, todos los estados de la región latinoamericana definieron a partir del trabajo de personas funcionarias públicas en investigaciones diversas, las músicas denominadas folklóricas (Madrid, 2010). En el caso del sur fue particularmente importante esta definición, durante los gobiernos de derecha en Argentina, Uruguay y Chile. Como

manifiesta Madrid muchas de esas músicas que tenían un origen afro o indígena sufrieron un blanqueamiento discursivo para que calzaran con el imaginario blanco de las élites criollas en el poder:

...las músicas indígenas y negras que alimentaron los nacionalismos musicales latinoamericanos fueron utilizadas para recordar a estas comunidades como parte idealista del discurso nacional, mientras se las relegaba al olvido en la realidad de la vida cotidiana dentro de ese Estado nación. De esta manera, los nacionalismos musicales fueron herramientas fundamentales en los procesos de homogeneización y control que caracterizaron la construcción de los Estados nacionales de la región. Sin duda, es importante tener en cuenta este valor político de la música para entender cómo el estilo musical y los discursos sobre la música pueden poner de manifiesto las luchas de poder que informan los usos sociales y culturales de este arte (2010, p. 233).

Ahora bien, durante esa primer parte del siglo XX la difusión de estas músicas folclóricas se da por medio de la institucionalización de estas en el Estado, concretamente, en el sistema educativo y en los grupos folclóricos de diversas instituciones. De la misma manera, en el caso costarricense, el sistema educativo por medio de las clases de educación musical se encargó de difundir un cancionero que ayudaba en la conformación de la idea de nación, como señala Vargas (2004).

Pero también, se da la difusión de estas por medio de las industrias culturales, fundamentalmente, la radio, el cine y la industria discográfica. Esto es particularmente evidente en el caso de México con la difusión del mariachi en emisoras como la XEW y en el cine, que reforzó imaginarios de estas músicas con figuras como Jorge Negrete y Pedro Infante (Madrid, 2010, p. 232).

Estas industrias culturales seleccionaron, dentro de la producción del folklore, algunos artistas y prácticas para ser representados en sus producciones. De esta manera asumieron imaginarios preexistentes y los reforzaron.

A continuación planteo cómo se evidencia esta selección de imaginarios de lo popular en el catálogo de la categoría música folclórica de la empresa en estudio.

5.3 La conformación del catálogo de música folclórica

La música folclórica en la reconstrucción del catálogo realizada, es un total de 39 discos, que representan un 20,5% de lo registrado. Antes de profundizar en los imaginarios presentes en esta categoría, me referiré a cómo está conformada esta sección del catálogo recuperado.

Las vías por las cuales se grababa esta música en la empresa eran tres: algunas de las grabaciones eran financiadas por prensajes particulares de personas, por ejemplo, la cantante María Mayela Padilla financió de esta manera uno de sus dos discos.

Pero también una cantidad de estos discos de músicas folclóricas se da por el financiamiento de las instituciones estatales. En el catálogo recuperado se ubican 7 producciones con vínculos institucionales directos.

Este interés de realizar grabaciones se debe entender en un contexto donde el Estado asumió el tema del folclore a nivel de investigación y, también, de promoción, por la utilidad política que ofrecía como generador de cohesión social, como lo expuse en el capítulo 2 con las investigaciones de Vargas (M. Vargas, 2004) donde se evidencia cómo fue tema de política pública. A nivel de investigación es evidente el papel de Emilia Prieto desde la Dirección General de Artes y Letras y, posteriormente, el trabajo del Departamento de Proyección del Folclore del Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes (Hidalgo, 2018).

A nivel de promoción las instituciones estatales invirtieron, también, en la creación de grupos de bailes que actuaban en la institución y en sus zonas de influencia. Entre 1950 y 1980 se crearon una gran cantidad de grupos entre los que se pueden citar: El Grupo Folclórico del ICE (1970), el Ballet Folclórico Nacional (1974), el Grupo Folclórico de la Universidad Nacional (1974), el Grupo Güipipía de la Universidad de Costa Rica (1975), el Grupo de Danza, Teatro e Investigación Folclórica Barbac de la UNA (1984) (Hidalgo, 2018, p. 97).

De la misma manera en la década de 1980 se realizaban festivales de la canción, los cuales priorizaban la música folclórica, como el festival “Somos como somos”. En algunos casos con los grupos de finalistas de estos festivales se grababa en un disco financiado por las mismas instituciones.

Por tanto, la grabación de discos fue una acción más, en el marco de instituciones que promocionaban por diversas vías estas producciones. A continuación, presento los discos de música folclórica grabados por instituciones estatales en la empresa CBS INDICA en el catálogo recuperado.

Cuadro 9. Discos de música folclórica financiados por instituciones públicas grabados por CBS INDICA.

Disco	Año	Institución
Somos como somos. Primer festival folclórico costarricense	Sin fecha	Sistema Nacional de Radio y Televisión. SINART
Festival del agua en la canción	1987	Acueductos y Alcantarillados
Rondalla del INS	1981	Instituto Nacional de Seguros
Costa Rica mi patria querida	Sin fecha	Instituto Costarricense de Turismo
Acuarela musical guanacasteca	Sin fecha	Universidad de Costa Rica
Concherías	1974	Ministerio de Cultura Juventud y Deportes
Música patria y folclórica (Emilia Prieto)	Sin fecha	Ministerio de Cultura Juventud y Deportes

Fuente: elaboración propia a partir del catálogo.

En este caso es evidente el rol del Estado como dinamizador del repertorio folclórico y la inversión de fondos públicos para seguir utilizando la música como elemento de cohesión social, por ejemplo, retomando elementos de la literatura de figuras como Aquileo Echeverría, como el disco titulado Concherías grabado por varios artistas.

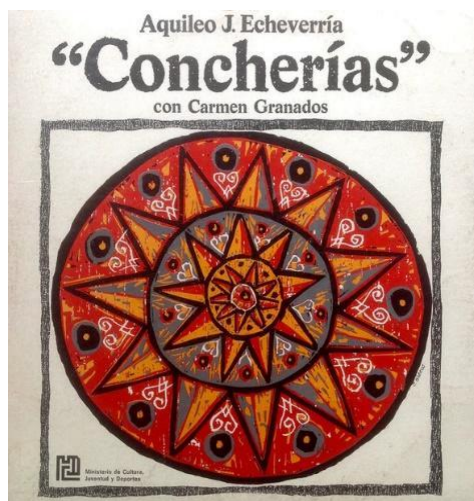


Imagen 27. Ministerio de Cultura Juventud y Deportes (1975). *Concherías*. [Álbum]. INDICA

Pero otra parte importante de las grabaciones, también, eran seleccionadas por la empresa. En este caso llama la atención la figura de Lencho Salazar, que como veremos en el siguiente apartado es el artista de folclore con más discos grabados y al parecer fue bastante exitoso, por lo que la empresa apostó por grabar sus producciones.

Entonces, si bien el Estado tuvo un rol protagónico como financiador de estas grabaciones, por la utilidad política que tenían, también la empresa CBS INDICA seleccionó algunas de estas producciones. Lo cual no es casual pues como señala Mendívil, poniendo este tema en perspectiva global, en esta producción de lo folclórico las disqueras también capitalizaron ganancias, pues existía un importante segmento de mercado de consumidores. Esto no solo en América Latina, donde el tema del folclore en la industria fue amplio en países como Argentina, sino en lugares como India y Alemania (Mendívil, 2020, p. 61). Por lo que la selección de este repertorio fue una tendencia de las disqueras locales que vieron en estas músicas locales posibilidad de mercado.

De esta forma el catálogo de folclore estuvo constituido por prensajes particulares, por artistas seleccionados por la empresa a partir de un segmento de mercado interesado en estas producciones, pero también el Estado invirtió como parte de las políticas culturales y educativas en la difusión del folclore. Los festivales y grupos artísticos de las instituciones fueron grabados en los estudios de la empresa. Una vez explicado como estuvo conformada esta categoría del catálogo explicaré los imaginarios presentes.

5.4 Los imaginarios de la nación en el catálogo

Existen varias músicas que fueron utilizadas para responder a una pregunta central en la construcción de imaginarios sociales ¿quiénes somos? Y plantearé como se daba respuesta a esta pregunta desde una aproximación a esta categoría en el catálogo recuperado.

En relación con el folclore como señalé en el apartado de inicio del capítulo este tiene una finalidad política de generación de identidad a partir de construcción de un imaginario nacional. En el caso de América Latina, esta búsqueda de identidad nacional se dio en referencia al mundo campesino de una manera profundamente idealizada, se hablaba de un campesinado abstracto y congelado en el tiempo, por tanto, ahistórico. Esto remitía a una población rural que como advierte Chamosa (2011, p. 26) irónicamente estaba viviendo muchos problemas de pobreza, explotación y exclusión por la falta de políticas públicas de un Estado que lo idealizaba.

En el caso de Costa Rica, Carlos Sojo (2010) sostiene que el imaginario de identidad costarricense se basa en tres pilares centrales que son: la homogeneidad étnica, la igualdad social y la democracia política. La pobreza, como condición generalizada del “igualitarios”, fue en muchos sentidos idealizada por la plástica y la música que tuvieron un rol importante en recrear estos imaginarios del labriego sencillo, en una sociedad, supuestamente, sin grandes diferencias desde la primera mitad del siglo XX. Incluso, actualmente, son utilizados como referentes plásticos y musicales en instituciones estatales algunas de estas imágenes, pues como señala Castoriadis “Todo simbolismo se edifica sobre las ruinas de los edificios simbólicos precedentes...” (2003, p. 209) sea para reproducir las construcciones previas, o para resignificarlas.

En el caso del folclore, en el país existieron dos momentos de construcción de imaginarios en la música, como expuse ampliamente en el capítulo dos. Uno en la primera mitad del siglo XX con el envío de investigadores a la zona de Guanacaste, cuando se define esta como la música nacional (M. Vargas, 2004). Posteriormente, en la segunda parte del siglo con los aportes de Emilia Prieto, se amplían el imaginario y el panorama sonoro con la visibilización de las músicas del Valle Central (Hidalgo, 2018). Además, yo ubicaría un tercer momento en 1980 cuando se incorporan algunos estudios y acercamientos al calipso para incluir la zona de Limón dentro de estas construcciones (Monestel, 2005).

Las acciones institucionales posicionaron estas músicas, que luego la industria discográfica reprodujo en sus selecciones o por encargo institucional. De esta manera en el análisis del catálogo se pueden ubicar grabaciones representativas de cada uno de estos momentos de producción de debates del folclore desde el Estado.

Por ejemplo, sobre esta producción del folklore de la primera parte del siglo XX que construye las sonoridades desde el referente guanacasteco, Gerardo Duarte, músico y docente de la Escuela de Artes Musicales de la Universidad de Costa Rica, e hijo de Ulpiano Duarte de la Marimba Diriá, recuerda que incluso antes de ser declarada por Carmen Naranjo como la marimba nacional, Luis Salas del Departamento de Arte y Repertorio de INDICA se interesó en esta música. Como parte de las negociaciones con su padre la marimba grabó en INDICA dos LP titulados “Viva Guanacaste” (G. Duarte, comunicación personal, 3 de junio de 2021).

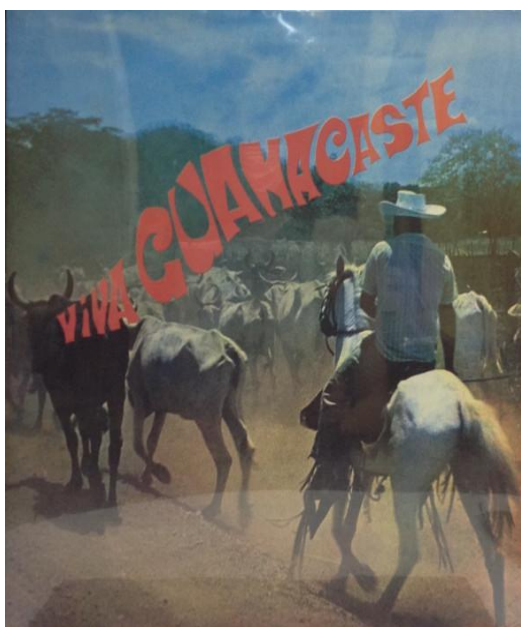


Imagen 28. Marimba Diriá (1974). *Viva Guanacaste*. [Álbum]. INDICA.

Posteriormente, en el catálogo se encuentran también algunos exponentes de estas músicas folclóricas del Valle Central, parte del legado de visibilización de las investigaciones de Emilia Prieto, de este segundo momento donde ella propone ampliar las sonoridades a esta zona. En los guiones del programa de radio titulado “Somos como somos” desarrollado por Prieto entre 1980 y 1985, se evidencia su trabajo de recopilación de este acervo cultural, que influenció a una nueva generación de artistas (Babbar, 2021). En el

catálogo, por ejemplo, se encuentran producciones de artistas como: Lencho Salazar, María Mayela Pandilla, La Rondalla tica, Cantares y un disco de Emilia Prieto producto de sus trabajos, que evidencian dicha influencia.

Además, como señalaba estos imaginarios se van ampliando, fundamentalmente, con la visibilización del mundo afro, negado en la construcción de esta Costa Rica blanca de la primera parte del siglo XX. Entonces en la década de 1980 encontramos algunos esfuerzos del Ministerio de Cultura Juventud y Deportes y la Organización de Estados Americanos para grabar en la empresa CBS INDICA los calipsos limonenses. Primero en discos como el titulado “Música popular afrolimonense” de 1982, y, posteriormente, el calipso encarnado en la figura de Walter Ferguson con el disco “Calipsos del Caribe de Costa Rica” de 1986, en un proceso relativo de folclorización de este género, aunque estos se suman al catálogo por la vía de las instituciones.



Imagen 29 Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes. (1982). *Música popular afrolimonense* [Álbum]. INDICA.

De esta manera, en el catálogo se incluyen representaciones de los diferentes momentos de construcción del folclore costarricense. Sin embargo, es interesante que, particularmente, se centraliza la producción en los artistas que representaban estas músicas del Valle Central, posiblemente, porque el consumo de discos se centraba en estas zonas metropolitanas y las personas se sentían más identificadas con estas sonoridades.

Dentro del catálogo clasifiqué tres discos que, aunque no son estrictamente folclore, se vinculan a él por la vía de la nueva canción. Fundamentalmente, porque la nueva canción se dedicó a la búsqueda de las músicas locales por la defensa de la identidad latinoamericana y la vinculó con otras construcciones poéticas no tradicionales (Hidalgo, 2018, p. 103). Estos son dos discos que se realizan por prensaje particular (no se pudo ubicar apoyo estatal), que son de Cantoamérica el disco “Buscando esa bella flor” de 1988, y el disco “Cantares. El canto del pueblo costarricense” de 1982. Además, el disco de la Cantata centroamericana de 1989, el cual fue financiado por la Municipalidad de San José.

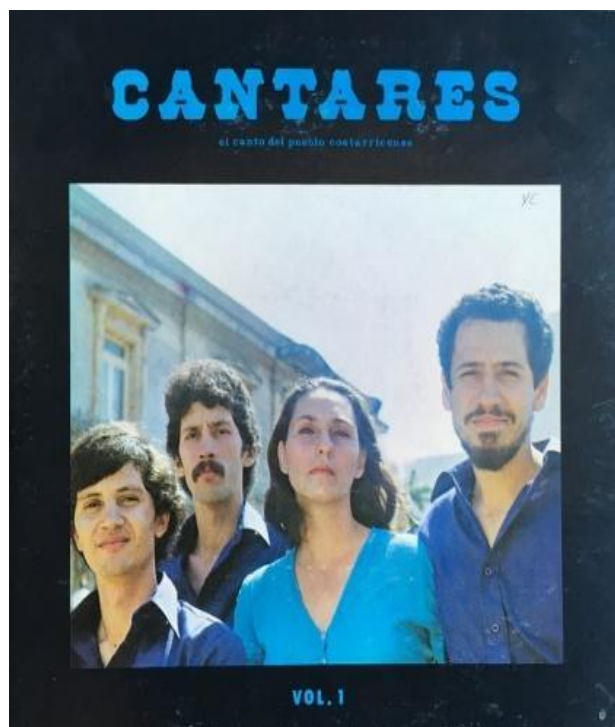


Imagen 30. Cantares (1982). *Cantares. El canto del pueblo costarricense* [Álbum]. INDICA.

Estas producciones dadas sus representaciones visuales y sus letras se salen del resto del corpus analizado. Además, no aluden a representaciones tradicionales de lo costarricense como planteo más adelante.

Ahora bien, en el estudio de las representaciones iconológicas del catálogo la empresa se encargó reforzar estos imaginarios existentes por varias vías. Primero, con el uso de lenguaje local en los títulos de las portadas y como analizo más adelante en las canciones. Por ejemplo, tomando como referente a Lencho Salazar, es evidente, el recurso del uso del

lenguaje campesino, en muchas de sus producciones, como se puede observar en los siguientes ejemplos de títulos de discos:

- Quiubo Lencho
- Y diay... Lencho?
- Soque Lencho!
- Adentro Lencho...!
- El abuelo Lencho
- El rancho e Lencho

El uso de estos lenguajes campesinos en la construcción social del folklore, por supuesto, no es exclusiva de los discos. Remite directamente a imaginarios sociales creados de previo, por ejemplo, en la literatura de la primera mitad del siglo XX con autores como Aquileo Echeverría y Joaquín García Monge quienes retrataron en sus textos está imagen del campesino y su lenguaje local (Hidalgo, 2018). De esta forma, la construcción de los imaginarios sociales como señala Castoriadis retoma lo que históricamente estuvo allí, como base para reproducirse (2003, p. 271).

De la misma manera el uso recurrente del término “tico” en los nombres de los discos, ya que en esta repetición existe un proceso a partir del lenguaje de permanente afirmación de lo que es “esencial” a la identidad local, me refiero a títulos como:

- Rondalla tica
- Típicas con los Ticos
- Bailemos con el conjunto rítmico los Ticos
- Típicas bailables con Los Ticos
- Estampas ticas

Este uso del lenguaje campesino y del término “tico” no es casual, pues justamente, en la construcción de un imaginario nacional, la idealización de algunas características de las personas habitantes de un territorio será un elemento fundamental para construir identidad. La construcción del imaginario “tico” que contiene rasgos como los que señalaba Sojo anteriormente: blanco, igualitario, democrático, habría que sumarle otros como

“religiosamente católico y lingüísticamente rural”. (Guendell, 2009, p. 34) Estos imaginarios han reforzado la idea de una excepcionalidad del país, pues como señala Guendell:

El logro de configurar esta imagen ideológica a la que llamamos “tico” es el resultado intencional de culturalizar aspectos lingüísticos, religiosos, políticos y raciales predominantes en el valle central del ex-provincia. (Guendell, 2009, p. 31)

Por esto el uso del lenguaje campesino en los títulos de las canciones y del término “tico” que completa las portadas y contraportadas de los discos, se deben entender como mecanismo para reforzar una imagen de un ciudadano, independientemente, de que estos supuestos rasgos se den en la realidad.

Justamente, esta capacidad de sintetizar imaginarios sociales, en este caso de “lo tico” es una de las funciones de las industrias culturales a las que refiere Adorno y Horkheimer (1998). La industria discográfica, al trabajar con objetos de gran valor simbólico, que contienen imágenes y palabras, tiene esta capacidad de transmisión de contenidos cuyos planteamientos quedaban reforzados por medio del consumo.

Ahora bien, un segundo elemento en el cual se refuerzan imaginarios ya instaurados es en las representaciones visuales de las portadas de los discos. En el análisis iconográfico ubiqué elementos asociados la imagen del campesino y de este mundo rural, con frecuencia de aparición: casa de adobe (9 discos), trajes típicos (4 discos), la carrera de Sarchí (5 discos), la imagen del sabanero (3 discos).

Estas representaciones visuales se basaban en imaginarios encarnados en la idea del campesino y un supuesto estilo de vida de una ruralidad simple y apacible, de manera que parecen casi una postal. Elementos iconográficos ya señalados como: la casa de adobe, la carreta, el traje típico, se complementan con otros como la guitarra, el pilón, el caballo, la escoba. En las siguientes dos portadas de discos se ejemplifica esto, en el primero titulado “Adentro Lencho” se evidencia una síntesis de estas construcciones visuales acompañado de la reafirmación en la portada de “14 canciones muy ticas” y en la siguiente imagen del disco “Más típicas con Los Ticos” el uso de la carreta y el saco de café.



Imagen 31. Salazar, L (s.f.). *Adentro Lencho* [Álbum]. INDICA.



Imagen 32. Trío los ticos (1981). *Más típicas con Los Ticos* [Álbum]. INDICA

Estos imaginarios de la ruralidad costarricense presentes en las portadas se encuentran, también, en otras producciones artísticas como la plástica y en producciones posteriores como las artesanías. Pero también en anuncios promocionales de instituciones estatales de entidades como en Instituto Costarricense de Turismo, en actos oficiales del Estado, etc. Esto evidencia la multiplicidad de agentes reforzadores permanentes de dichos imaginarios de ese pasado rural.

Justamente, un elemento fundamental en la construcción de esta identidad de lo “tico”, será la representación de ese paisaje, de esa “Suiza Centroamericana” que ayudo en la construcción de la noción de patria (Guendell, 2009, p. 31). Dentro de esta, el hogar campesino es un elemento relevante de representación, pues se cruzan los imaginarios de un buen ciudadano y un buen católico.

En el estudio del catálogo resulta de interés la tendencia de la disquera de grabar de manera permanente música de Lencho Salazar, como constante en el periodo de estudio. En otros casos los discos de folclore grabados fueron por pago de instituciones estatales o prensajes particulares. Pero en este caso existió un interés particular en financiar las grabaciones de este artista. Posiblemente, fue una de las figuras que más encarna la representación del folclore y es el artista con más discos grabados, con un total de 8 producciones en el catálogo recuperado.

Al revisar las letras de la producción musical de la empresa a la que tuve acceso, pude ubicar un tercer elemento por medio del cual parte del catálogo refuerza estos imaginarios de la nación: el uso recurrente de leyendas en las canciones, y el diálogo con la tradición guanacasteca como uno de los pilares del folcklore nacional. En la obra de Lencho Salazar es evidente el trabajo sobre tradiciones del Valle Central, por ejemplo, las canciones sobre las leyendas costarricenses como “La Segua” o la siguiente canción sobre “El Cadejos”:

Me fui pa la cantina, ques que a traer un diario,
y me encontré a Camilo, que un trago me invitó.
Mechazo tras mechazo salí bien jumitico....
la una 'e la mañana daban en un reloj.
Del otro lao 'el puente, pasando el Río Virilla,
cogí pa l'otra orilla, una necesidad,
de pronto yo vide algo como un zagüate negro,
de ojos como tizones y mirada infernal.
Pelaba los colmillos, el condenao pisuicas,
y se oían las cadenas en el hojarascal,
me encomendé a Tatica y salí sin pantalones....
como semilla 'e guaba, pensando que iba atrás.
Y con la lengua afuera me jui llegando a casa,

del susto que llevaba no les podía ni hablar,
 se me aflojó la panza y me dio tataretas...
 con unas cuantas tuzas salí para el solar.
 Pa terminar la historia yo les voy a contar....
 pero el que ve al Cadejos, no vuelve a trasnochar.

Como es propio de estas tradiciones de leyendas, siempre tienen un fin aleccionador, de manera que en la canción se contextualiza en la base de la tradición que implicaba el andar de noche y “de fiesta” generaba la aparición del diablo. Este carácter aleccionador de la leyenda reforzaba una idea de cómo debía ser un ciudadano ejemplar. Este trabajo a partir de estas leyendas “conecta” con los imaginarios ya instalados en la población y posibilita el reforzamiento de estos.

Además, en estas producciones de folclore del Valle Central, se establece un diálogo permanente, también, con el primer pilar de la música folclórica en el país que es Guanacaste. Se encuentran, por ejemplo, versiones de canciones del folclore guanacasteco como: “El punto guanacasteco” o “Amor de temporada” en versiones del Trío los Ticos o Lecho Salazar, es decir, a pesar de que representan otras tradiciones, siempre recurren a este gran pilar identitario que es la música de esta provincia.

El otro núcleo de representaciones visuales ubicado en el análisis iconográfico de las portadas es la representación e idealización de la mujer campesina, que se evidencia en 5 de las portadas, con este referente pasivo de las mujeres en segundo plano, o bien, como el en caso siguiente, como la mujer cortejada. Pero también se ubican ejemplos de mujeres folcloristas como en el de María Mayela Padilla, como cantante, y por supuesto, el rol destacado de Emilia Prieto como investigadora y difusora con un disco grabado.

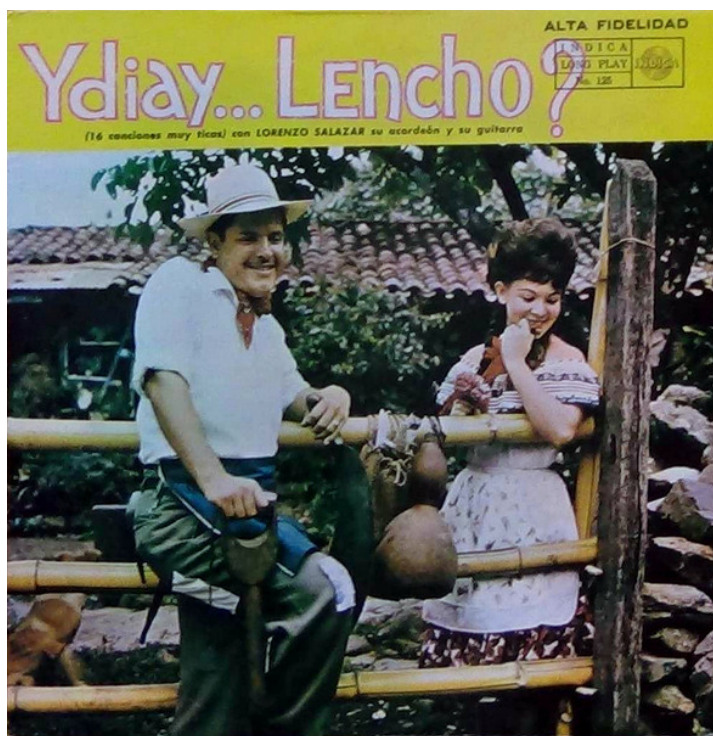


Imagen 33. Salazar, L. (s.f). *I diay... Lencho?* [Álbum]. INDICA.



Imagen 34. Padilla, M (1981). *Aromas del cedral* [Álbum]. INDICA.

De estas representaciones se desprenden temas recurrentes en las canciones a las que tuve acceso sobre el del amor, el despecho y el cortejo en el mundo rural. Con canciones como: “El Noviazgo” de María Mayela Padilla, o “Los Novios” del Trío los Ticos, o canciones muy conocidas como “Maicerita mía” de Lencho Salazar:

Maicerita mía de blusa escotada y enagua pintada
 Tus ojazos negros me tienen ya loco desde que te espié
 Cuando en tu cintura pones la tinaja camino al arrollo
 Quién juera tinaja pa ir al arrollo encaramado ahí.
 Pero hay una cosa que pone loco y es que cuando te hablo de amor.
 Te muerdes la trenza y haces un huequito en el suelo
 con el dedo gordo.
 Maicerita mía tienes dos ojazos como dos estrellas.
 Yo quisiera un día estirar la mano y coger una de ellas.
 Pero hay otra cosa que me pone loco y es que cuando te hablo de amor.
 Por el tronco de jocotes sacas un pañuelo y me dices adiós.

Estas canciones son una extensión de esa imagen idealizada del mundo campesino, pero ahora encarnadas en la mujer. Se hace referencia a la estética del pelo trenzado, a tradiciones como la tinaja para recoger agua del río, el árbol de jocotes, etc. Y a la simpleza de un cortejo dentro de la idealización del mundo rural.

Al igual que sucede con la construcción del campesino como referente de buen ciudadano, estas referencias a las mujeres campesinas como simples, puras y un tanto ingenuas, ayudan a construir un imaginario añorante de estas mujeres del pasado, que contrastan con las del presente y, posiblemente, las deje en falta. Además, se sientan las premisas de que la forma de relación tradicional en el contexto costarricense es la heterosexual y monógama.

De manera que la utilidad de estas músicas folclóricas, además, es la idealización de los roles de género en el mundo rural, entendiendo roles de género como las normas y expectativas construidas socialmente de lo que se esperan de un hombre y una mujer. Igualmente, refuerzan estos referentes de que todo pasado fue mejor, también, en las relaciones entre hombres y mujeres, ya que muchas veces se utiliza la música como “soporte de la memoria nostálgica” (De la Peza, 2009, p. 52)

Como señalaba al inicio del apartado esta construcción del pasado en el presente, que implica el folclore, seleccionó estas imágenes del mundo rural para reforzar una idea de historia común, para lograr la creación de esta estereotipia de la nostalgia de la ruralidad. Esto, posiblemente, enganchó con una población urbana consumidora que todavía recordaba en su pasado reciente su origen rural.

De esta forma en el análisis de las portadas, como de las letras, pude ubicar elementos temáticos instaurados en el imaginario costarricense de la tradición del mundo campesino. Tanto de la vida rural con representaciones de la casa de adobe, la carreta, el pilón etc, como de las leyendas con fines pedagógicos o la idealización del amor y la mujer campesina.

Un elemento importante en el análisis de las portadas es la presencia mayoritaria de personas de tez clara en ellas, es decir, extrañamente la imagen de los campesinos tanto hombres como mujeres es blanca, lo cual refuerza este imaginario étnico del país que señalaba Sojo y de este blanqueamiento que sufrieron las producciones folclóricas en América Latina para que calzara con el imaginario de las élites (Madrid, 2010). Solo ubico dos excepciones las portadas de música guanacasteca de la Marimba Diriá que representan al sabanero, y uno de los discos de calipso que presentan varias personas afrodescendientes tocando tambores en la calle.

En el caso de las portadas de discos de calipso, solamente, existen dos grabaciones que contienen estas músicas por lo que no se puede hacer un análisis muy detallado de ellas. Dentro de este imaginario de la Costa Rica blanca, la población afrocostarricense como señala Senior (2011, p. 150) a partir de 1948 empieza a tener algún diálogo con el poder político del Valle Central que permiten su reconocimiento formal, sin embargo, esto no estuvo acompañado de una modificación de la lógica identitaria étnica del país. Con la incorporación tardía de esta población se empiezan a realizar, posteriormente, algunos acercamientos a sus prácticas culturales con discos en la década de 1980 de calipso cuyas investigaciones eran financiada por el Ministerio de Cultura.

En las representaciones de las portadas de discos, cabe señalar la imagen del exotismo de la playa en la representación visual de la siguiente portada. Posiblemente, esta dificultad de aceptar esta incorporación del mundo afro, pasaba por el tema de comprender cómo podían ser representados, entonces era más fácil representar la zona geográficamente con la playa, que con sus productores artísticos.

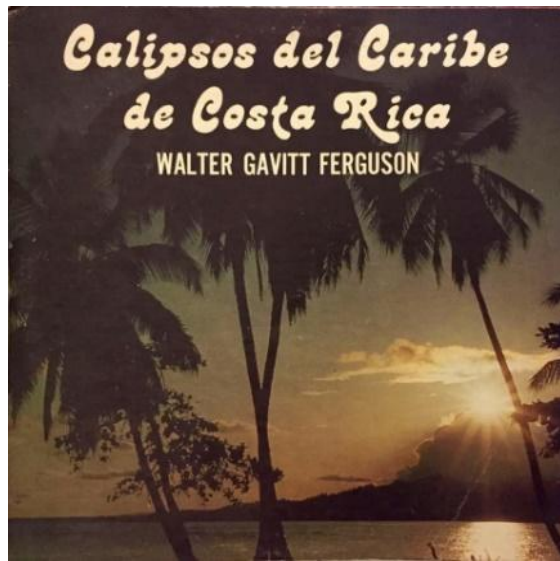


Imagen 35. Ferguson, W (1986). *Calipsos del Caribe de Costa Rica* [Álbum]. INDICA.

En cuanto a las representaciones visuales de los discos de las instituciones que contrataron a la empresa, estos son menos elaborados, pues se ven fotos de los grupos folclóricos o las rondallas (3 discos), o bien, elementos como instrumentos musicales (2 discos), también, dibujos alusivos al logo de la institución, como en la siguiente portada del disco “El agua en la canción” de Acueductos y Alcantarillados.



Imagen 36. Acueductos y Alcantarillados (1987). *Festival el agua en la canción*. [Álbum]. INDICA.

Estas portadas son menos abundantes en términos de imaginarios y son respuestas institucionales a la divulgación de actividades artísticas realizadas.

Para finalizar este apartado es importante señalar la relevancia de la construcción social del folclore y la utilidad política generadora de cohesión social, por esto, ha sido política de Estado en el caso de la música en toda la región.

Con respecto al catálogo, una parte de estas producciones fueron amparadas con financiamiento del Estado por los usos políticos e ideológicos que esta noción de identidad nacional generaba. De manera que diferentes instituciones como: Ministerio de Cultura Juventud y Deportes, la Universidad de Costa Rica y el Instituto Costarricense de Turismo invirtieron en la difusión de estos imaginarios y se encargaron de la distribución de los discos en sus actividades.

En el tema del folclore es importante mencionar que estos financiamientos de discos fueron parte de las políticas culturales creadas por agentes institucionales. Estas decisiones implicaron dejar por fuera ciertas manifestaciones no solo de la grabación y la representación, sino de apoyos financieros. Además, por su carácter normativo, definieron las sonoridades oficiales.

Las empresas discográficas ubicaron estos nichos de mercado y generaron sus propias grabaciones para un público convocado por la nostalgia. Una nostalgia posiblemente, basada en habitantes del Valle Central que vieron en estas producciones referentes de su propio pasado familiar campesino.

Los imaginarios representados en las portadas y las letras de las canciones del catálogo originados tanto en el Estado como en el mercado no se alejaron de los imaginarios contruidos. La representación de la Costa Rica blanca de campesinos idealizados y las letras de las canciones que remitían al ideal del “tico” como referente de buen ciudadano, se encuentran en ambas producciones. Los recursos visuales fueron: las casas de adobe, la carreta, el traje típico, y a nivel de las letras las leyendas aleccionadoras y el amor idealizado, encarnado en la imagen de la mujer rural representada de manera recurrente en los discos del catálogo reconstruido.

Un elemento que permite entender la lógica del mercado de música folclórica es que solo en esta categoría (y en la minoritaria de himnos y marchas) existe la participación activa

del Estado. Como mostraré más adelante en las otras categorías, todas las grabaciones realizadas son por cuenta de los propios artistas o de la empresa. Por lo tanto, existe una clara división en el rol empresarial y estatal que es parte de las reglas del campo, el Estado sólo interfiere en aquellas producciones de las que puede capitalizar legitimidad, el resto le corresponde a la empresa para que pueda lucrar.

En cuanto a este rol del Estado en esta parte del catálogo es importante señalar dos elementos, primero el rol de agentes estatales, es decir, personas funcionarias del Ministerio de Cultura, investigando y seleccionado lo denominado folclore, en figuras como Emilia Prieto, entre otras. Lo cual remite a un elemento planteado al inicio del apartado: la delimitación de lo que merece ser preservado se da por parte de personas externas a la práctica. Por lo anteriormente mencionado, el rol del Estado en la música fue fundamental en esta selección.

Pero además me resulta muy interesante este rol contradictorio del Estado de tratar de preservar algo que las mismas instituciones estaban modificando. Los discos financiados por una institucionalidad como he señalado, idealizaba el mundo campesino, lo cual es una característica propia del folclore que se basa en la nostalgia. Pero al mismo tiempo con el modelo de desarrollo en curso en las décadas de 1970 y 1980, el mismo Estado estaba afectando estructuralmente ese mundo campesino. Primero, por la vía del desarrollo de una institucionalidad que generaba acceso a servicios como: el agua, la luz, el transporte, que cambiaban pautas de vida rural como la recolección de agua del río o los viajes en carreta. Pero también políticas de ajuste estructural que impactaban al sector agrícola. Entonces, la intencionalidad de estos discursos musicales era más política, en el sentido de seguir reforzando esta idea del buen ciudadano al estilo rural y no necesariamente de preservación del mundo rural real.

La empresa CBS INDICA tomó estos idearios instaurados en el imaginario nacional, y los capitalizó al grabar a artistas como Lencho Salazar, un artista en el que invirtió posiblemente por los réditos económicos que generaba. Sin embargo, otras artistas como María Mayela Padilla, no tuvieron el mismo apoyo y se financiaron sus discos.

Esto evidencia la relación que tuvieron estos dos agentes: Estado y empresa discográfica, para desarrollar grabaciones de música folclórica que reforzaron estas ideas del

pasado campesino, el primero por la función política que tenía, y el segundo por las ganancias generadas en un público de consumidores nostálgicos.

Capítulo 6: Imaginarios sobre el exotismo: la música tropical



Imagen 37. Los Hicsos. (1980). *La gran fiesta* [Álbum]. INDICA.

La música tropical o bailable en su diversidad fue, sin duda, la base comercial de la empresa y la categoría musical más grabada. El catálogo se llenó de ritmos diversos empezando por las orquestas que grababan pasos dobles, pasando por la salsa, el bolero, el merengue, hasta llegar al chiqui chiqui en 1980. Del total del catálogo 101 discos contienen estos ritmos, eso representa un 53% del total de lo recopilado para esta investigación, por lo que en este apartado haré un análisis de los principales imaginarios de esta categoría.

Empezaré haciendo algunas reflexiones sobre la invención de la música latinoamericana, además, reflexiono sobre cómo la industria generada en un contexto colonial ayudó a construir esta otredad musical y a reproducir imaginarios. A partir de esto ubico los dos imaginarios más protagónicos en el corpus analizado: la exotización de lo latino a partir de la identidad fiesterera y la erotización de la imagen de la mujer latina.

6.1 Otredad y colonialismo en la música

Si como planteaba en el apartado anterior, crear una música nacional era un reto en contextos culturales tan mestizos como los locales, crear una conceptualización de música latinoamericana implicaba un reto aún mayor. Sin embargo, diferentes agentes sociales ayudaron a crear la noción de música latinoamericana.

Palomino (2021) manifiesta en su libro “La invención de la música latinoamericana: una historia transnacional”, que posterior al establecimiento de músicas nacionales vinculadas al folcklore en la década de 1930 y producto de los nacionalismos, los gobiernos desarrollistas, que intentaban algunas políticas comerciales de integración regional impulsaron la idea de ser una zona con prácticas culturales similares que facilitaban mayores vínculos comerciales. A partir de esto se realizaron una serie de políticas culturales que imaginaban la región con acciones como investigaciones desde la antropología y etnomusicología, congresos y festivales que buscaron referencias comunes.

El autor plantea que la invención de la música latinoamericana fue parte de un proyecto político de integración regional, donde el arte fue un instrumento para pensarse como zona política y comercial:

En este punto, cabría preguntarse si de hecho, la música latinoamericana existe como tradición musical independiente de los marcos geopolíticos que la produjeron y de los discursos que la plantearon, desde el latinoamericanismo de Lange hasta la etnomusicología académica latinoamericanista actual. Mi investigación y mi lectura de varias generaciones de investigaciones musicológicas sugieren que la música de esta región comenzó a percibirse como latinoamericana al calor de numerosos proyectos intelectuales y políticos. Es decir que nunca fue algo obvio u objetivo en sí mismo, a la espera de ser descubierto. Los hilos etnomusicales que descubrimos (y seguimos descubriendo) en el pasado no eran “latinoamericanos”, sino, por poner ejemplos de raíces culturales de mi propia familia, quechuas, vascos o ídish: es nuestro marco latinoamericanista lo que los pone en contacto, reconstruyendo los vínculos históricos de estas y muchas otras corrientes musicales. (Palomino, 2021, p. 230)

El sistema educativo fue un referente muy importante para la difusión de estos imaginarios de lo nacional y lo latinoamericano, pero desde mediados del siglo XX con la ampliación de las industrias culturales, estas tuvieron un rol central. Las industrias discográficas se encargaron de seleccionar, capturar y difundir estas sonoridades, fuera con financiamiento estatal por los fines políticos que tenían, o con fines comerciales para lucrar sobre los imaginarios ya instaurados.

Si bien, la definición de estas músicas latinoamericanas fueron en parte una construcción política de las élites. También, se debe recordar el interés de la industria discográfica de hacer excursiones sonoras para vender músicas locales, a lo cual referí en el capítulo uno con los *recording trip*. Es decir, la industria interpretó esta representación que las élites habían construido de estas prácticas culturales, incluso, creó sus propios acervos.

Esta construcción de lo latinoamericano en la música, propio de contextos coloniales, estuvo sujeto a una serie de debates sobre quiénes y cómo debían ser representados en las producciones culturales. Como planteaba en el capítulo anterior, muchas músicas de origen afro o indígena sufrieron proceso de blanqueamiento discusivo y de representación para coincidir con la visión de las élites criollas, ya que “se trataba de ser americanos sin dejar de ser europeos; de ser americanos pero distintos a los amerindios y a la población afro-americana” (Mignolo, 2000, p. 42).

La industria discográfica asumió este tema de las músicas latinoamericanas y lo vio como nicho de mercado no solo a lo interno, sino fundamentalmente para el mercado internacional. Lo que en el contexto nacional se definía como folclore y representaba a los sujetos levemente fuera del canon europeo local, en el contexto global será construido como estas “músicas otras”, músicas exotizadas, que serán posteriormente el “folcklore de la globalización” (Palominos, 2022).

La industria discográfica creada en Estados Unidos e Inglaterra, se expandió a otros mercados y desde sus inicios estuvo interesada en la grabación de músicas de otros contextos fuera de los centros coloniales de producción cultural. Con denominaciones como música étnica, músicas folclóricas, músicas del tercer mundo, *world beat*, hizo una distinción central que era la música occidental y las músicas de las otras culturas. A partir de esto, se construyó una otredad musical evidente en el término *world music* acuñado desde 1960, pero apropiado y resignificado por la industria musical a partir de 1980:

En un sentido epistemológico, el concepto de world music puede interpretarse como un dispositivo cultural y político que define la Otredad en el contexto de las relaciones de poder poscolonial entre los países occidentales y las sociedades periféricas (Said 1978; Spivak 1999; Quijano 2007). Como tal, reproduce la oposición binaria entre la civilización, ejemplificada por el mundo musical occidental, y la barbarie, encarnada por los artistas del mundo y sus prácticas musicales. Esta oposición se extiende y articula con otros binarismos como aquellos entre cultura y naturaleza, modernidad y tradición, blanco y color, hombre y mujer, burguesía y proletariado, entre otros (Hisama 1993; Manzo 1997; Sloan 2009-2010). El concepto de world music entonces opera mediante la articulación de las relaciones de poder presentes en los antagonismos de clase, nación, raza y género, exotizando y subordinando a los sujetos no occidentales y construyendo una idea de superioridad de la cultura occidental. Mediante esta operación epistemológica, Occidente se identifica como un centro abstracto encargado de la producción de una narrativa universal civilizatoria, que le permite clasificar las culturas no occidentales como otros controlables y explotables, solo visible por medio de la categoría homogeneizadora del “mundo” (Chanady 1995; Bohlman 2002). (Palominos, 2022, p. 47)

Así, con la construcción de estas categorías, la industria capitalizó una serie de imágenes de “lo latinoamericano” o “lo africano”, etc, desde las lógicas coloniales, que descontextualizaban y exotizaban la producción local, en este proceso de construcción de otredades (Said, 2008). Si hay una región que ha sido objeto de la reducción de su acervo cultural a partir de caricaturas de la industria cultural es África. Desde diversas producciones de las industrias culturales con películas como Tarzán, hasta reducciones de sus músicas a frenéticos tambores (Mendívil, 2020). Estas representaciones de esa “otredad salvaje”, opuesta a la racionalidad europea, cruzaron los mercados de todo el mundo.

Como parte de la racialización de las producciones, las músicas de la diáspora negra en América siguieron siendo objeto de esta exotización para el consumo. Como propone Mendívil existe “una imaginación racial vinculada a la música” (2020, p. 77), que asocia nuestras músicas con la herencia de la presencia africana y, por tanto, nos ubica en el espacio colonial de lo sensual y salvaje.

El paraíso de la playa, la fiesta, el desenfreno, la hipererotización de los cuerpos fueron parte de los imaginarios que se difundieron de estas otredades exotizadas en la industria. Operó un mecanismo de homogenización de un proceso complejo de subjetividades regionales por medio de la racialización: “Dicha noción da cuenta de los procesos sociales mediante los cuales los cuerpos, los grupos sociales, las culturas y etnicidades son consideradas “como si” pertenecieran a categorías fijas y estables de sujetos” (Gatto, 2016, p. 158).

Ahora bien, esta construcción del otro racializado, desde lógicas coloniales, estuvo cruzado por una diferenciación de género, que algunas autoras como Lugones (2008) plantean para ampliar el debate sobre colonialidad. La autora expone que en realidad estos procesos asignaron lugares diferentes a: hombres blancos/mujeres blancas, y hombres africanos o indígenas/ mujeres africanas o indígenas y que esta es una clave de lectura fundamental para entender los procesos que se viven hasta nuestros días.

Por ejemplo, los relatos de incursión en las tierras recién invadidas estaban llenos de historias de erotización, las mujeres racializadas, y de comparaciones de estas travesías con eróticas de la violación. En esta misma línea propone Lugones, siguiendo algunas autoras que estudian la esclavitud en Estados Unidos, que las mujeres negras esclavizadas eran catalogadas como sexualmente agresivas, lo cual justificaba la violencia sexual que era

ejercida sobre sus cuerpos, frente a la pureza y pasividad sexual asignada a las mujeres blancas (Lugones, 2008).

Estos imaginarios coloniales sobre los géneros son relevantes para evidenciar como, posteriormente, en estas construcciones de la industria se reproduce esta erótica colonial de las tierras y las mujeres, como señalaré más adelante en el análisis de las imágenes originadas en estos discursos.

Ahora bien, como en todo proceso colonial, existieron estrategias de resistencia y varias disputas dentro de la industria discográfica, por ejemplo, con el tema de las portadas. Estas fueron introducidas en la industria a partir de 1940 para hacerlos más atractivos, en la década de 1970 fueron objeto de disputas de representación. Varios sectores vieron en el espacio de 30x30 centímetros de los LP, la posibilidad de visibilizar el sector al que pertenecían y hacer críticas.

Como parte del movimiento negro en Estados Unidos en la década de 1960 y 1970, varios músicos utilizaron las portadas como mecanismo de denuncia contra la discriminación racial. Como señala Torán algunos artistas del jazz, entre ellos Miles Davis se vincularon con artistas plásticos que diseñaron portadas con referentes identitarios afro y con mensajes abiertamente políticos. La industria empezó a grabar más músicos negros, y estos vieron en las portadas la oportunidad de enviar un mensaje, por lo que cabe pensar en que “Fue pues la cubierta del disco un medio de expresión idóneo para integrar y transmitir mensajes a la sociedad, convirtiéndose aquellos diseños en auténticas pancartas por la integración social”(Torán, 2017, p. 76).

De esta forma la industria discográfica tomó estas representaciones de lo latinoamericano, que las élites habían construido con fines políticos, pero como parte de las lógicas coloniales, también, creó representaciones exotizadas de las identidades de estas otredades asumidas como salvajes. Aunque estas tuvieron algunas acciones de resistencia, los imaginarios contruidos de las otredades racializadas, homogéneas y estáticas, fueron las que se difundieron a nivel global. Estas construcciones estuvieron cruzadas por el género en la medida que asignaron roles e imágenes erotizadas de las mujeres racializadas.

En los siguientes apartados analizaré cómo puedo ubicar elementos de estos imaginarios coloniales del *world music* y estas “músicas otras” en el catálogo de la empresa CBS INDICA.

6.2 La conformación del catálogo de música tropical

Para empezar a aproximarme al tema de los imaginarios, me referiré brevemente a cómo estaba conformada esta categoría del catálogo, y posteriormente, plantearé los imaginarios.

En cuanto a la música tropical en el catálogo recuperado, es evidente que existieron algunos grupos que fueron el *top* de ventas de la empresa y acumularon una gran cantidad de producciones en los años de estudio. Estas bandas grababan varios discos de 45 y al menos un LP al año. Por otro lado, se pudo ubicar otras agrupaciones que no tuvieron mucho éxito a las cuales solo se les grabó un disco LP, o bien, otras a las que solo se les grababa un disco de 45 y no lograban el éxito esperado para grabarles un LP.

Entre las agrupaciones de más éxito entre los discos ubicados existen dos momentos de auge. Las agrupaciones que datan de 1963 y hasta mediados de 1970, donde encontramos grupos como: Paco Navarrete y su conjunto Show con 15 discos grabados, y Otto Vargas y su orquesta con 6 discos grabados en ese período. Posteriormente, en el caso de los grupos de 1975 a 1986 existen ejemplos como: Sus Diamantes con 9 producciones o los Hicsos con 9 discos.

Dentro de esta categoría es evidente en el estudio de los 16 años abarcados en esta investigación, el cambio en la conformación de las agrupaciones. Se pasa de las grandes orquestas que venían de la tradición de las décadas de 1950 y 1960, como la de Lubín Barahona u Otto Vargas, que tenían entre 10 a 15 músicos (ver imagen 38). A los conjuntos musicales de mitad de 1975, hasta la década de 1980, que reducen el formato a 6 u 8 músicos.



Imagen 38. Vargas, O. (1978). *En algo...* [Álbum]. INDICA.

Esta reducción del tamaño de las agrupaciones, posiblemente se debe a un abaratamiento de costos para el pago de las presentaciones. Además, a la inclusión de otras músicas que no requerían tanta instrumentación en las ejecuciones, de manera que el formato se va reduciendo.

En la revisión del catálogo recuperado se puede constatar que la empresa CBS INDICA grabó a las agrupaciones más relevantes de las décadas de estudio y en este caso la mayoría de los prensajes fueron seleccionados por la empresa y no por prensajes particulares. Algunos de estos grupos de música tropical grabados por la empresa en el periodo son:

- Paco Navarrete y su conjunto Show
- Los tres josefinos
- Gloria Estela y la Cumbia de Quincho Prado
- La orquesta de Lubín Barahona
- Otto Vargas y su orquesta
- Solón Sirias y su Tinaja Bras
- Le Mayre y su Klan
- Los Hicsos
- Sus Diamantes

- Los abejorros
- La Empresa
- Jaque Mate
- La Banda
- La Pandylla
- Manantial
- Karibú
- Los Alegrísimos
- Invasión
- Combo Sensación Kodokán
- Alfa 7
- Taboga

Como se puede observar en el listado anterior, las bandas más importantes de estas décadas de lo que se conoció como música tropical oailable costarricense, y que convocaron los conciertos y llenaron los salones de baile, las discotecas y las discomóviles de las décadas de 1960, 1970 y 1980 fueron grabados por esta empresa. Estas grabaciones constituyen parte del patrimonio sonoro de estas generaciones al que podemos acceder por la vía de los discos.

Es importante señalar que para la década de 1980, como señala Román (2018, p. 77,78,79) algunas de estas agrupaciones fueron realmente exitosas para el mercado costarricense. Grupos como: La Empresa, La Banda y Los Hicsos funcionaban como una empresa, ya que existían los dueños de los grupos que contrataban músicos, tenían su propio equipo de luces y sonido, y en algunos casos hasta un espacio propio para ensayar.

De esta manera con el desarrollo de la industria discográfica algunas de estas agrupaciones grabadas, a partir de las presentaciones lograron capitalizar ganancias, y, posiblemente, la empresa discográfica también lo hizo, por esto la base del catálogo recuperado son estas músicas, las cuales son grabadas por la empresa sin intromisión del Estado a diferencia del folclore. A continuación planteo los imaginarios de estas producciones.

6.3 Imaginarios de la identidad fiesterera y el exotismo en la música tropical

En cuanto a los análisis de las representaciones visuales de esta categoría pude ubicar dos momentos. El primero refiere a las músicas de 1963 a 1978, donde las representaciones visuales eran fundamentalmente fotografías de los grupos. Posteriormente, de 1978 a 1986 se da un giro en las representaciones visuales a formatos más complejos con locaciones, disfraces, dibujos y otros. A continuación, analizo cada uno, pues tienen implicaciones diferentes.

En cuanto al primer periodo, se utilizaban fotos de los integrantes de las bandas en diferentes escenarios rodeados de naturaleza y, posteriormente, se ubican escenarios más urbanos que posiblemente remitían a sofisticación con locaciones como edificios o centros comerciales. En este punto aparece un referente distintivo de esta sección del catálogo: a diferencia del folclore, cuyas portadas remiten al mundo rural idealizado, en la música tropical el referente es un sujeto urbano que habita este nuevo espacio. A partir de eso, su estética y los espacios son referentes de modernidad.



Imagen 38. Los Hicsos. (1973). *Banda pop Los Hicsos* [Álbum]. INDICA.

Como señalaba en el capítulo dos de este trabajo, el escenario cultural costarricense se amplió en la segunda mitad del siglo XX con la creación de barrios obreros, con personas migrante del campo a la ciudad buscando mejores condiciones de vida. Estos espacios fueron la base de surgimiento de muchas de estas agrupaciones, por lo que no es casual la representación de la ciudad como espacio.

En este primer momento, las estéticas de los vestuarios eran el centro de la construcción de la imagen de los grupos. Se utiliza el recurso del uniforme en 33 de las

portadas de los discos consultadas, con trajes de diferente nivel de formalidad. La constante es que en el caso de las agrupaciones más grandes, el dueño de la banda (la cual generalmente llevaba su nombre) iba vestido de manera que se pudiera distinguir del resto, como se observa en las siguientes imágenes.



Imagen 39. Le Maire, E. (1976). *Le Maire y su Klan* [Álbum]. INDICA.



Imagen 40. Solón Sirias y su tinaja brass. (s,f) *¡Solón!* [Álbum]. INDICA.

El uniforme utilizado proviene de la moda masculina del traje y es una forma de homogenización de los integrantes, que les da al mismo tiempo identidad como grupo. El traje remite al apego a la norma de la moda, en este caso masculina, que restringe a las tendencias imperantes.

En este caso el único que se sale del canon del uniforme es el director-dueño de la agrupación, posiblemente, porque se le debía dar un recurso de distinción, en este caso, con otra vestimenta que evidenciara su estatus en el grupo. Además, el recurso del traje es un elemento de distinción dentro de las modas más casuales, por tanto, brinda un estatus al grupo. Como señalaba en apartados anteriores, el grabar un disco era un elemento diferenciador en la música popular entre los músicos de barrio y los músicos de industria, de manera que se debían ver diferentes.

La moda, en este caso del traje, es un mecanismo disciplinario, que aunque no se impone de manera abiertamente punitiva, definen comportamientos desde la normalización, creando ideales positivos que las personas deben seguir para estar dentro de esta normalidad (Retana, 2014, pp. 117-118). De esta forma el traje se ha utilizado como recurso en eventos importantes, por ejemplo, las personas músicas los usan en sus presentaciones más destacadas, por esto en la foto de un disco aparentemente estaba implícitamente normado, al menos durante 1960 y parte de 1970 su uso en estos casos.

Un segundo momento de las representaciones visuales lo ubico desde 1978 y hasta el final del periodo en estudio, pues las portadas son más variadas por distintos motivos. Si bien, existen fotos de los integrantes de las bandas, estas no son tan formales, en muchos casos se deja de lado el uniforme del traje y se pasa a fotos más casuales. Se sigue utilizando en algunos casos el recurso del uniforme, pero no del traje, sino con elementos más coloridos como camisas estampadas, que dan apariencias más informales.

También, en algunos casos son fotos en contextos extraños como una pollera, como en la imagen siguiente, ya que estas remiten a una de las canciones del disco.



Imagen 41. Fuente: Sus diamantes. (1980). *El pollo* [Álbum]. INDICA.

Las imágenes de las portadas utilizan otros recursos, como el mencionado de las fotos más casuales, representativas del contenido de las canciones, o bien, dibujos o caricaturas. Ubico dos representaciones visuales mayoritarias desde 1978 que aluden a lo que denomino “identidad fiester”, con elementos como: el disfraz, las situaciones humorísticas y la fiesta, en las que encontré un total de 22 portadas y un segundo grupo referido a la playa como espacio donde encontré 11 representaciones.

La identidad fiester, en el caso del catálogo analizado, es una construcción basada en el contexto colonial, en la cual se relaciona a las personas habitantes de este territorio con el relajamiento, y más concretamente sexual. La libertad va a ser entendida como fiesta y laxitud moral. Sin embargo, es importante señalar que como expliqué el escenario de la música popular fue al igual que otros espacios de lo público de predominio masculino, no solo por las personas artistas, sino porque todo el sistema musical, disqueras, discotecas y medios de comunicación eran dominados por hombres. De manera que esta identidad fiester, representaba la libertad masculina, ya que los roles de las mujeres como plantearé más adelante eran de objeto de deseo y no de protagonista.

En cuanto a las representaciones de “la identidad fiester”, pude encontrar representaciones de humor tanto en las portadas como en las letras, en las que se representa

a los artistas lejos de la idea solemne de los uniformes de las portadas anteriores y se da paso al humor.

Este cambio en las representaciones visuales coincide temporalmente con la aparición del denominado chiqui chiqui. Este es un tipo de música creado en 1978 y tiene como primer referente la canción “La avispa”, del grupo la Banda. Esta canción es una versión de un tema original del grupo antillano llamado Gramacks, pues hacer nuevas versiones de canciones extranjeras fue la constante en este tipo de música. El elemento que fue clave de este ritmo es que:

Esta forma musical otorgaba libertad a los bailarines, quienes podrían expresar con su cuerpo movimientos coreográficos no esquematizados, contrario a otros géneros musicales que tenían sus propias formas de baile como la salsa, la cumbia o el swing criollo (Román, 2018, p. 105).

Es decir, esta música liberaba a las personas del reto de saber bailar para estar en una fiesta. Pero además, uno de los éxitos del chiqui chiqui se basaba en la introducción del humor como un elemento clave de las letras y de la puesta en escena tanto de los videos como de los performances de los conciertos. De manera que existen producciones como “El canchis canchis” o “El criticón”, que se salían de los típicos temas de amor y posicionaban el humor como base del discurso. Esto generó un fenómeno de masas que la industria pudo capitalizar y ampliar a otros grupos musicales como: Manantial, Jaque mate o la Empresa.

Esta introducción de humor se presenta en diferentes portadas de estas bandas, donde los músicos son representados en caricaturas, con muñecos de tela, etc, rompiendo una romantización de la figura del músico que estaba en las portadas de la década de 1960 y 1970. Además, como en la portada siguiente utilizan otros referentes culturales internacionales con grupos como *The Beatles*, pues los dibujos de los músicos están vestidos de manera similar a la portada del disco *Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band*.



Imagen 42. La banda. (1979). *La banda* [Álbum]. INDICA.

El humor es una construcción cultural determinada por un proceso de comunicación y por el hecho de que el grupo de personas compartan patrones culturales para que la situación pueda ser entendida como humorística. Para generar el humor pueden usarse diferentes recursos como: la sátira, la ironía, lo grotesco, etc. Concretamente, en el caso de la música popular referida existe un vínculo entre humor y sexualidad, que no es casual y es antiguo, pues como señala Honrubia:

La historia de la música popular es rica en géneros centrados en el humor y el sinsentido, pudiendo algunos de ellos remontar sus orígenes a juglares, bufones y ferias populares medievales. Existe también un vasto repertorio oral de canciones estudiantiles y canciones obscenas encontradas por toda Europa, desde la Edad Media, que hacen hincapié en dobles significados y temas licenciosos (Honrubia, 2017, p. 101).

En la música popular existen diferentes formas de incorporar el humor, puede ser integrado en las estructuras musicales, o bien, en las letras, que es una de las formas más comunes dentro de la música popular (Honrubia, 2017, pp. 86-87). En el análisis del corpus de música tropical la incorporación del humor en las letras, encuentro dos estrategias: el juego de palabras, y la narración de situaciones humorísticas.

En el caso de esta música gran parte de las letras a las que se tuvo acceso, refieren a la libertad sexual masculina. El mecanismo del doble sentido por medio del juego de palabras en las canciones es recurrente como en el caso de “El guiri guiri” del grupo Blanco y Negro, o el “Canchis canchis” del grupo Jaque Mate. Un humor bastante simple en el que se nombra el sexo o la genitalidad masculina con juegos de palabras, pero que por el contexto de las canciones se entiende fácilmente.

Aunque en esta investigación no trabajo con los videos, Román afirma en su análisis de videos de la época de 1980 del género chiqui chiqui (2018, pp. 170-171) que estas canciones se complementan con videoclips que comparan el sexo y la sexualidad con comerse una fruta en canciones como “A comer mamey” de La Pandylla entre otras. Las canciones hacen alusiones simples al erotismo en contextos conservadores como en costarricense.

Otra forma de desarrollar el humor es la narración de situaciones, que en un contexto patriarcal, se asumen como humorísticas. Por ejemplo, la letra de la canción “El Criticón” del grupo La Pandylla que refiere a la libertad masculina ante la mirada del otro, o concretamente de la otra:

Que critiquen todo mami.
 Todo lo que quieran.
 Si lo que yo pienso aquí,
 se lo digo a mi manera.
 Hoy mi canto le dedico
 a esta gente bochinchera.
 Se la pasan comentando
 hablando la vida ajena.
 Bochinche de vieja.
 Que critiquen todo mami.
 Todo lo que quieran.
 Si lo que yo pienso aquí
 se lo digo a mi manera.
 Si me ve una muchacha,
 dice que es una cualquiera.

Que pena me da su caso,
 yo le recorte la lengua.
 Y se la pasa, que se la pasa criticando a todo el mundo,
 gente bochinchera.
 Puro blablabla, puro blablabla que te gusta mamacita,
 no seas lengüentera.
 Y recuerda que esto no es casualidad mamacita.
 Y bueno ahora llego el dicho
 que le voy a decir a todos los criticones: quítate que voy.

Como se puede observar en esta letra el centro del relato es el hombre que quiere disfrutar de su libertad sexual, sin que otras personas lo juzguen. Las mujeres en este relato tienen dos roles, por un lado, como el objeto de deseo de este hombre, pero también son quienes atenta contra su tranquilidad, pues son quienes lo observan y juzgan, representado en la idea de “la vieja bochinchera”, como la nombra en la canción.

Estos discursos de la música remiten a imágenes misóginas de la mujer que la ubica en el espacio del chisme y a una libertad masculina sin límites. Se evidencian contenidos clásicamente sexistas al utilizar un estereotipo de género como es el de las mujeres chismosas o bochincheras (Garaigodobil & Ajiri, 2022).

Como menciona Román en su análisis sobre el chiqui-chiqui en estas músicas es frecuente la representación de esta libertad masculina basada en referentes de la masculinidad hegemónica. Se plantea un hombre en constante afirmación de su virilidad por múltiples encuentros sexuales en canciones como “La avispa” de la Banda, “El cangrejo” o el “Pipiribao” de Jaque Mate (Román, 2018, pp. 177-178). Las mujeres dentro de estas representaciones de la economía de los bienes simbólicos como señala Bourdieu (1998, p. 59), aparecen en tanto símbolo que confiere poder al centro del relato masculino.

Justamente, el chiqui chiqui coincide con la aparición de programas de televisión con formatos más modernos para la época como “Hola Juventud”, un programa de música transmitido por las tardes donde se programaban videos de bandas tanto nacionales como internacionales. Estos programas ya tenían el referente de canales como MTV de 1981, en los cuales a diferencia de los shows de variedades más antiguos como “Las estrellas se reúnen”, ya no invitaban a los músicos a tocar al estudio, sino que programaban videos. Con

este cambio de formato de programas los videos se vuelven protagónicos en el marketing de la música costarricense y el humor se hace presente, también, en estas producciones (Román, 2018).

El otro elemento ubicado es el tema del disfraz, que recuerda el espacio del carnaval. En el caso de las portadas de los discos aparecen músicos disfrazados de diversos personajes que se complementan con los videos, como muestro en los siguientes ejemplos de imágenes.



Imagen 43. Jaque Mate (1986). *El cangrejo* [Álbum]. INDICA.

El tema del disfraz se utiliza en varias de las portadas de los discos y esto resulta interesante, pues este constituye una microdesobediencia (Retana, 2020, p. 12) que posibilita ser otro, y no estar condenado a ser siempre el mismo dentro de los roles sociales. Por esto, se usaba mucho en el contexto del carnaval que era por excelencia un espacio de ruptura con la cotidianidad impuesta:

De las grandes fiestas masivas del Medioevo a los pequeños festejos privados contemporáneos, el disfraz aparece como un magnífico dispositivo lúdico de experimentación subjetiva. La temporalidad introducida al cuerpo mediante el disfraz festivo establece un paréntesis con los deberes y gestos diarios, para sumir a la colectividad en un tipo alternativo de pacto social en el que están permitidas la alteración, la risa y la imaginación (Retana, 2020, p. 49).

Dentro de la música y otras manifestaciones artísticas se encuentra con frecuencia el uso de lo que Retana denomina “disfraz escénico” que puede ayudar a reforzar y/o mutar la imagen de la persona artista y aumentar la fantasía en el escenario. En la cultura pop han existido varios referentes que ubican en el vestuario elementos centrales de su performance y se convierten en un sello del artista en géneros musicales muy diversos: Peter Gabriel, Kiss, David Bowie, Michael Jackson, Lady Gaga entre otros (Retana, 2020, pp. 86, 87, 88).

En este caso de estudio considero que también el disfraz abría posibilidades en los performances de los conciertos, que implicaban shows más creativos y efectivamente aumentaban la fantasía en el escenario de bandas que posiblemente eran bastante promedio. Pienso, por ejemplo, en las limitadas posibilidades de la época en cuanto a tecnología de luces o video en los conciertos, por lo que un elemento de ruptura como el disfraz podía llamar la atención.

Pero además el uso del disfraz permitía entrar en diálogo con otros referentes culturales modernos como las series televisivas. Por ejemplo, la siguiente portada del grupo los Alegrísimos, donde uno de sus integrantes sale disfrazado de “El hombre increíble”, que era una serie importante del momento.



Imagen 44. Los alegrísimos. (1981). *Increíble* [Álbum]. INDICA.

De esta manera las portadas se vuelven más variadas y divertidas en sí mismas, recordando la idea de fiesta y libertad masculina de estas músicas. Con el éxito del chiqui

chiqui aparecen en las portadas patrocinios de los discos de marcas de cigarros como Derby. Esto pone en evidencia el éxito de estas producciones, pues hasta el momento el financiamiento provenía de la disquera.

Estas imágenes del humor, el disfraz y la fiesta son acompañadas por los nombres de las portadas de los discos que evocan fiesta, calor y doble sentido, como se evidencia en los títulos de los siguientes discos:

- Calientísimo. Sus diamantes 1983
- La gran fiesta. Los Hicsos. 1980
- Fresco y ardiente. Manantial. 1989.
- La alegría de los alegrísimos. Los alegrísimos. 1984.
- Invasión de sabor. Invasión. 1978.
- Pura vida. Cinco céntimos. 1986.

Además de esto, a manera de ejemplo, las letras de algunas canciones son todo un manifiesto de esta identidad fiesterera masculina y de la mujer como acompañante, como la canción “El hula hula” de los Hicsos, o “Latino soy” del grupo la Empresa:

Latino soy de una tierra caliente.
 Cerca del sol y del mar vivo yo.
 Me gusta el trago y me gusta la fiesta,
 y una morena que sepa bailar.
 Bien agarradito, bien apretadito
 Con su cuerpecito bien arregladito.
 Feliz yo soy en mi tierra caliente,
 de buen ambiente y de mucho sabor.
 Donde la gente la pasa cantando,
 y a las mujeres les gusta gozar.
 Bien agarradito, bien apretadito
 Con su cuerpecito bien arregladito.

En cuanto a la reproducción de imaginarios sociales en estos discos, los relaciono con el exotismo de lo latino en la identidad fiesterera. Retomando a Castoriadis, los imaginarios

son formas de estructurarse a sí mismo y a la sociedad y en este proceso existen preguntas centrales como: ¿quiénes somos como colectividad?, ¿qué somos los unos para los otros?, ¿dónde y en qué estamos?, ¿qué queremos, qué deseamos y qué nos hace falta? (Castoriadis, 2003, p. 254). En el caso de contextos coloniales como los latinoamericanos, esta mirada del “nosotros” y el ejercicio de respuesta a estas preguntas estuvo cruzado por los imaginarios que las otras culturas crearon sobre las personas habitantes de estos territorios, pues los imaginarios no son estáticos y están en diálogo.

La afirmación que viene después del “Somos” es fundamental, pues designa una cualidad considerada central (Castoriadis, 2003, p. 256). Una forma de explicar la existencia como personas latinoamericanas, fue a partir del discurso colonial del exotismo y de la unidad latinoamericana desde músicas muy diversas como señala Fonseca (1990).

En la canción “Latino Soy” se sintetizan una serie de imaginarios de este exotismo y relajamiento moral construido desde el relato colonial como la tierra caliente, el sol, el mar, la fiesta, el trago, y la morena, todos como objetos de disfrute masculino.

Estas representaciones anteriormente descritas, enganchan con la lógica colonial, pues como lo aborda Barboza (2016) América Latina se ha construido frente a la mirada del otro desde la noción de lo salvaje, lo cual se ve traducido en imaginarios como el del desenfreno, en contextos donde los habitantes tienen referentes morales más laxos, y donde se tiene a ser indulgente con las conductas colectivas. La imagen del carnaval y la fiesta enganchan con esta noción esperada de los habitantes de estos territorios.

Como señala Piñeiro en una investigación sobre la imagen de los latinos en la radio en España, es frecuente, en las representaciones asociadas a lo latino, una imagen del caribeño, vinculada con una forma de conducta asociada con “su carácter “sabrosón”, la música o el ron” (2004, p. 29). De la misma manera, siguiendo con las diferencias por género en las representaciones, se asocia las mujeres caribeñas con el turismo sexual, es decir, con este desenfreno del exotismo tropical. Lo cual coincide con esta representación de lo latino expresado en la canción.

El otro referente que pude ubicar en estas representaciones visuales fue el de la playa como espacio exótico, donde pude ubicar 11 portadas. La playa y los parajes exóticos y exuberantes en naturaleza es, posiblemente, una de las representaciones visuales más recurrentes al referir a Latinoamérica. Esta representación que se encuentra tanto en las

industrias culturales como la televisión, o el turismo, afirmaban que estos recursos naturales eran la principal carta de presentación de la región, y además, así se vinculó con el sistema de explotación mundial.

La historia de estas representaciones coloniales es extensa, pues estas fantasías de tierras por ser descubiertas (vírgenes), se encuentran en relatos coloniales que como plantea Lugones (2008) citando a McClintock erotizaban las tierras con relatos que referían a seres sexuados en parajes exuberantes creando una serie de narraciones de una “tradición pornotropical”.

Esta idea de un paraje para ser descubierto extendida en el tiempo para posicionar a la región como poseedora de recursos naturales a ser explotados, fue la que en términos políticos justificó la lógica de enclaves turísticos de los años posteriores (Barboza, 2016, p. 10).



Imagen 45. La empresa. (1988). *Cumbia soberana* [Álbum]. INDICA.

De esta manera la industria discográfica reprodujo imaginarios de la identidad latinoamericana surgidos en contextos coloniales como la fiesta y la laxitud moral de estos parajes, así como la representación del exotismo colonial de las playas que aludían al imaginario colonial de territorios por ser descubiertos. Estos imaginarios, en el caso de las músicas tropicales, se cruzan con otros territorios, como es el caso del cuerpo de las mujeres al que me refiero en el siguiente apartado.

6.4 Imaginarios de la mujer latina

Como plantea Butler (2002) las categorías de género y sexo se producen a partir de actos performativos que son parte del discurso autoritario al que hemos sido sometidos. La construcción de lo masculino y femenino se da por medio de la repetición de ritos que se naturalizan socialmente y están en permanente control para ser reforzados por medio de diferentes agentes de socialización. Entre varios de ellos la familia, las industrias culturales tienen un rol importante.

En el caso de contextos coloniales existió una separación por género de los imaginarios a partir de la racialización. Las mujeres blancas fueron asociadas a la pureza y a la familia, y las mujeres negras o indígenas se asociaban a lo sexual y salvaje, con lo cual se justificaba la violencia ejercida sobre ellas. Estas mujeres eran definidas como hembras, por lo tanto, más cercanas a lo animal (Lugones, 2008, p. 94).

El uso del cuerpo de las mujeres para el marketing es ampliamente estudiado, pues es posiblemente uno de los recursos más utilizados en la publicidad. Como señala Gugliotta (2013, p. 54) existe un cuerpo hegemónico de mujer joven, delgada, de rasgos europeos, de tez blanca, cabello lacio, etc que se posiciona en los anuncios. Pero en el caso de la publicidad de la mujer latina estos cuerpos se relativizan para dar paso a pieles trigueñas o morenas, que modifican levemente el relato hegemónico sin cuestionarlo, pues son los cuerpos exóticos de esa otredad que se incluyen para ser explotados (Femenías & Soza, 2009, p. 55).

Los discos que son bienes de consumo cultural, comparten muchas estrategias típicas de la publicidad, por tanto, en las portadas de música latina, el relato se amplía para incluir a la mujer latina. Ella en la industria publicitaria es representada en dos roles fundamentales: como objeto de deseo o como esposa-madre-cuidadora (Chacón, 2008, p. 406)

En el caso de las portadas de los discos de la empresa CBS INDICA he ubicado la representación de la mujer como objeto de deseo o como “gancho” para vender de manera explícita en 18 de los discos de música tropical del catálogo recuperado. El rol que asumen las mujeres es, en algunos casos, como elemento decorativo en la portada, en un rol pasivo. O bien, como objeto de deseo ante la mirada masculina, como en la siguiente imagen.



Imagen 46. Navarrete, P. (1965). *El conjunto show de Navarrete ¡y su nuevo punto de vista!* [Álbum]. INDICA.

Estas imágenes coinciden con la lógica impuesta por el patriarcado en el que las mujeres son socializadas para encontrar sentido en la mirada del otro. Es decir, la mujer se define como un ser completo solo en la medida que logra tener un par masculino que la complemente en el rol de la “media naranja”. Por esto la mujer debe ser deseable ante esta colectividad masculina como refuerzan estas imágenes y su forma de estar en el espacio público es a partir de la exposición de su cuerpo; como señala Osuna:

Lo importante es que adquieran la capacidad de seducir, una apariencia saludable, que hagan felices a quienes están a su alrededor. Su identidad se convierte en una imagen corpórea que poco o nada tiene que ver con lo que son, o lo que sienten. La recompensa es, casi siempre, un hombre que las seduzca, o que las proteja y/o una familia que justifique la razón de su existencia (Osuna, 2011, p. 202).

En este sentido, es relevante señalar que la publicidad opera utilizando y reproduciendo patrones de aquello que funciona, es decir, de mensajes aceptados por el público para concretar el consumo (Osuna, 2011, p. 198). En este caso en sociedades patriarcales este rol de la mujer objeto es recurrente como gancho de ventas en los discos, pues es una fórmula ampliamente aceptada socialmente.

La imagen de la mujer deseada e hipererotizada también es representada en caricaturas de diferente tipo, bajo la misma premisa, de que sea real o dibujada debe tener

poca ropa para aparecer en el espacio publicitario de la portada. En la imagen siguiente se complementa con el estereotipo de la mujer que debe ser rescatada por los “Superhéroes” del grupo la Banda.

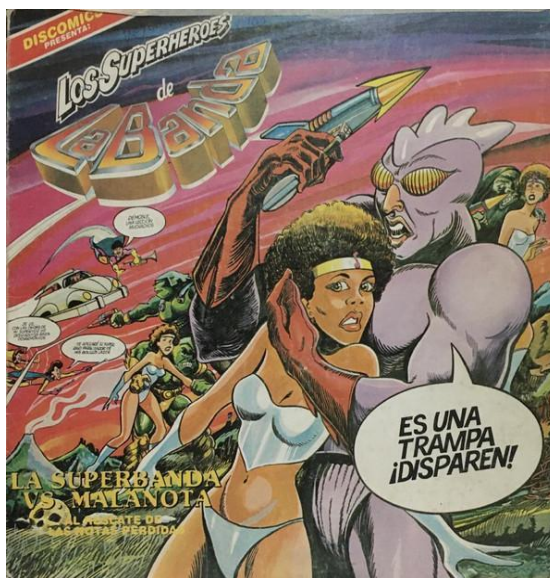


Imagen 47. La Banda (1987). *La Súper banda vs Mala Nota* [Álbum]. INDICA.

Esta visión de la mujer pasiva y necesitada de ser rescatada se cruza en varias portadas con la imagen de la mujer en la playa, en la que se reproduce el exotismo colonial señalado en el apartado anterior, pero en este caso lo que debe ser poseído no es solo el territorio de la playa, sino también la mujer. En un análisis de la imagen de la mujer en la publicidad turística sobre Costa Rica Barboza (2016) señala:

...se puede trazar un modo de representación que devela una doble otredad femenina a partir de cómo esos cuerpos aparecen. Primero como mujer, cuyo físico es controlado por un imaginario androcéntrico que lo usa cual Eva-sirena, como anzuelo que tienta y atrae al posible visitante. Segundo, como un elemento más de un paisaje, el cual recrea una fantasía de exploración colonial y que, al hacerla parte de este, la aleja de la modernidad racional cartesiana, en la cual la mente se impone a un cuerpo que debe ser controlado y domesticado por la razón que sobresale en la ideología y en la naturaleza de un turismo que parte de un primer mundo metropolitano y racional, a un supuesto paraíso tropical salvaje, prístino e indolente (Barboza, 2016, p. 4).



Imagen 48. Sus diamantes (1983). *Calientísimo* [Álbum]. INDICA.



Imagen 49 Fuente: Los Hicsos (1989). 89 [Álbum]. INDICA.

De esta forma la imagen de la mujer latina, sujeta convertida en objeto sexual racializado desde el imaginario de la exuberancia y el salvajismo, es un elemento más del paisaje a ser poseído. Incluso, en algunos casos, cuando existe una mujer cantante, se reproducen estas imágenes de la mujer como objeto y no como sujeta creadora de producción artística. Por ejemplo, en la siguiente portada de un disco del grupo de Paco Navarrete con la cantante Gloria Estela.



Imagen 50. Navarrete, P. (1964). *Entremeses* [Álbum]. INDICA.

Los imaginarios de la mujer latina en las portadas de los discos, se complementan con las letras de las canciones en las cuales las mujeres son presentadas como objeto de deseo son la tendencia. Esto sucede en canciones como “La negra Salomé” o “La coloreteada” de Los Hicsos, o en canciones como “Julieta” interpretada por el grupo Manantial:

Julietata me está llamando.

El teléfono repica, es Julieta que me llama.

Quiere que salga con ella pero no me gusta naaa.

Julietata me está llamando.

Con esa ropa ajustada quiere ir a caminar,
a lucir su lindo cuerpo por la Avenida Central.

Con una vez que salimos ya no quiero salir más,
solo cuñado me dicen y alguna vulgaridad.

El polaco Jeremías de la tienda se salió,
la doñita lo ha pescado y del pelo lo agarró.

El chofer de un autobús se metió en un restaurant,
para ver a Julieta que es una barbaridad.

Julietata me está llamando.

Empezando la avenida y llegando hasta el final.

Julieta ha trastornado el ambiente general.

Julietata me está llamando.

En una venta de discos se salió el personal,
el tema sonó diez veces y en otra velocidad.

Los muchachos de la radio se tiraron a la calle,
sin importar que pasara con aquel tremendo bache.

El disjockey alocado puso en 45 lo que era en 33 por mirar su cuerpecito.

Que bonita, que cintura, que piernas y que caderas.

no hay equipo de futbol que le gane en delantera.

Con una vez que salimos ya no quiero salir más,
solo cuñado me dicen y alguna vulgaridad.

Con esa ropa ajustada quiere ir a caminar,
a lucir su lindo cuerpo por la Avenida Central.

A un par de policías le robaron la pistola,
por mirar a esa mujer que se va moviendo toda.

Que bonita, que cintura, que piernas y que caderas.

No hay equipo de futbol que le gane en delantera.

Esta canción, en realidad, narra de una manera naturalizada múltiples experiencias de acoso sexual callejero vividas en la capital, pero en su desarrollo le dan una connotación positiva, como un elemento de distinción para la mujer. El acoso sexual callejero es una conducta sexual explícita o implícita realizada por un desconocido en un espacio público que genera malestar a la mujer. Según lo expone Solís (Solís, 2018, p. 19) en un estudio de percepción sobre acoso callejero a mujeres en Costa Rica, uno de los elementos más complejos para visibilizar estas situaciones es el nivel de naturalización que estas prácticas tenían en el pasado reciente y en esta canción se evidencia esto.

Dentro de este relato, las acciones de los vendedores de discos, los trabajadores de la radio, el chofer y hasta el policía con miradas lascivas a la mujer, se justifican en su belleza. La violencia de género en el espacio público convierte a la mujer en un cuerpo sin identidad, una belleza que es expuesta para la mirada y goce masculina (Chacón, 2008, p. 405).

En la letra de la canción se evidencia, también, la descripción fragmentada del cuerpo de la mujer se refiere a sus piernas, sus caderas y su cintura y sus pechos, ya que “no hay

equipo de fútbol que le gane en delantera”, como elementos distintivos. Esto se repite en otras canciones del período como “De quien Chon” de Los Hicsos, donde se habla de fragmentos como las manos, los ojos, los labios. Los cuerpos de las mujeres se fragmentan para su explotación (Femenías & Soza, 2009, p. 55), la selección de las partes relevantes se basa en el interés y el disfrute masculino que es el centro del relato.

Para entender esta fragmentación de los cuerpos de las mujeres y el sexismo de los contenidos de estas producciones de la industria cultural se debe tener presente dos elementos. Primero, que estas producciones utilizan y reproducen estereotipos existentes para facilitar el consumo, con mensajes simplistas de fácil comprensión sobre los roles de género. Además, el sexismo de estas prácticas publicitarias es propio de una industria musical donde las mujeres han tenido una representación marginal. Aún, en la actualidad, según datos del 2019, las mujeres representaban solamente 16% de los artistas, 12% de compositores y 3% de productores musicales dentro de la industria discográfica (T. López, 2020).

De esta forma los imaginarios presentes en esta noción de la música tropical son parte de una construcción de música latinoamericana y de la noción de exotismo de esa otredad negra, que heredaron. La industria reprodujo imaginarios de esta noción de las músicas otras, no occidentales, a partir de referentes como la exuberancia salvaje de los territorios y sujetos racializados. Estas representaciones estaban presentes también en otras producciones provenientes de otras industrias culturales como la televisión y el cine.

Dentro del corpus destaco dos momentos, de 1963 a 1978 donde los recursos visuales son más formales y remiten al recurso del traje como elemento de distinción, y un segundo momento de diversificación de los recursos visuales. En este segundo momento ubico dos imaginarios predominantes el de la identidad fiestera y el de la erotización de la mujer latina.

En el caso de la empresa en estudio, esta noción de exotismo de estas “músicas otras”, se evidencia en la identidad fiestera, que se centra en el relato del disfrute masculino, en donde se ubican elementos como: la fiesta, el humor, el disfraz. El humor que es un recurso ampliamente utilizado en la música se trabaja a partir del juego de palabras y los relatos humorísticos que remiten a la sexualidad y genitalidad masculina.

La playa como espacio de este paraíso tropical, se convierte en un relato visual que se complementa con las canciones, mostrando la playa, el sol, el trago y las mujeres (en plural) como el espacio ideal de ese disfrute masculino.

Además, dentro de estos relatos coloniales, existe una diferenciación por género basada en estereotipos que generan la erotización de los cuerpos femeninos, propio de esta noción de territorios salvajes por ser conquistado. Las mujeres como seres pasivos y objeto de deseo, aun cuando son creadoras, es una imagen mayoritaria en el catálogo recuperado. Las canciones ejemplificadas refieren cuerpos de mujer fragmentados jerarquizados para el goce masculino. Las partes seleccionadas para narrar los cuerpos de mujeres son claras: labios, caderas, piernas, pechos son los fragmentos relevantes.

Tratando de entender la racionalidad de esta parte del corpus, existen otros, elementos de interés. En esta sección del catálogo no existe participación del Estado como actor económico o cultural, y la selección de la música corre por cuenta de la empresa. De esta forma el Estado solo participa en la música folclórica para generar imaginarios de utilidad para sus fines, el lucro va a ser un rol de la empresa privada.

En términos de grandes imaginarios esta sección del catálogo, se evidencia un gran cambio, no se trabaja con esta noción del mundo rural campesino idealizado señalado en el folclore, más bien se da paso a la construcción de otro sujeto, el habitante de los espacios urbanos. Aparecen representaciones de la ciudad que dan cuenta de este nuevo escenario de producción cultural, entendido en un contexto social de cambios demográficos con el crecimiento de los barrios obreros que fueron la base para estas producciones. Pero también la playa como espacio de disfrute.

Mientras el Estado seguía reforzando esta idea del mundo campesino, mirando hacia el pasado, la empresa CBS INDICA hizo una apuesta por la modernidad del San José urbano de la década de 1980, entrando en diálogo con otros referentes culturales internacionales como las series televisivas y la moda. Además, visibilizando el espacio de la playa, que ya estaba ubicándose en el imaginario internacional, con el tema del turismo. Y a todas luces esta apuesta por lo moderno urbano y las playas fue lo más exitoso para la empresa.

Capítulo 7: Imaginarios sentimentales: la música romántica



Imagen 51. Hernández, G. (1973). *Con mis recuerdos* [Álbum]. INDICA.

En el último capítulo de este recorrido por una parte de la producción musical de la empresa CBS INDICA, me dedicaré a analizar la tercera categoría más extensa del catálogo referida a la música romántica, la cual representa un 19,5 % del catálogo recuperado.

La música romántica reproducirá como plantearé en este capítulo otros imaginarios de las relaciones interpersonales, no de construcción de identidades nacionales o locales, sino muy articulada a la definición de roles y estereotipos de género en el vínculo amoroso. Como analizo a continuación desde los boleros de Gilberto Hernández o Rafa Pérez, hasta las baladas de la década de 1980 de Oscar Domingo o Valentino, el lugar de enunciación masculino es la base para la construcción de un discurso del amor como sufrimiento que reproduce mitos del amor romántico y asume a las mujeres como sujetos pasivos en el discurso afectivo.

La música, en este sentido ofrece la posibilidad de referir a sentimientos típicamente humanos, siendo el amor y el desamor dos de los más relevantes. Las canciones coincidiendo con esto, se centran en dos momentos del vínculo amoroso: la idealización del ser amado y la ruptura, esta última es la que más nutre el discurso amoroso de las canciones según Thomas (1994).

Para realizar este análisis abordaré la relación de la música con los afectos, y con la construcción de la noción del amor romántico. Posteriormente, me referiré a los imaginarios predominantes en las representaciones visuales de los discos, acompañado de dos canciones que me ayudarán a comprender como funciona dicho imaginario.

7.1 Música y socialización afectiva

Los imaginarios sociales ayudan a dar una explicación estructurada de la experiencia humana en colectividad y de las relaciones que se dan entre las personas (Castoriadis, 2003, p. 258). Por esto, encontraremos una serie de imaginarios sobre distintos vínculos como el amor o la amistad. En el caso del amor se pueden ubicar discursos de diferentes manifestaciones: amor a la patria, amor materno, amor romántico, etc, estos serán transmitidos y reforzados por diversos medios. Sin embargo, el tipo de amor, que más genera imaginarios desde las industrias culturales es el romántico, pues como veremos tiene implicaciones sociales relevantes.

Para comprender este catálogo de música romántica creado por la empresa CBS INDICA es necesario plantear que la noción del amor es una construcción cultural, basada en imaginarios, creencias y tabúes, por tanto, puede cambiar en el tiempo. Uno de los elementos centrales de la noción del amor romántico es que tiene como eje la asignación de roles de género, no solo en la relación afectiva sino en el resto de los roles sociales. El cortejo, el ejercicio de la sexualidad, la vida en pareja, el tema del cuidado está cruzada por una serie de imaginarios sobre el papel que el hombre y la mujer deben asumir. Además, estos discursos del amor romántico están basados en la premisa por supuesto del amor heterosexual. Como señala Blanco:

... el amor romántico constituye al mismo tiempo un modelo cultural de amor que aparece a mediados del siglo XIX en Occidente, y cuya normatividad se ha extendido por todo el mundo gracias a la hegemonía cultural de Occidente (especialmente EEUU), y en particular, a la difusión de la ficción romántica (Blanco, 2016, p. 228).

Esta noción del amor está basada, por un lado, en el romanticismo como movimiento cultural y literario surgido a partir del siglo XVIII y se basa en el amor burgués, creador de una serie de discursos sobre las relaciones sexo-afectivas. Además, por el catolicismo, que incorpora en el discurso amoroso los temas de la fidelidad que llevan a establecer la relación de amor-matrimonio-sexualidad (O. García, 2018).

Dentro de esto, la construcción de la heterosexualidad como normalidad, fue un proceso complejo en términos culturales, pues implicó que una clasificación médica se convirtiera a partir del siglo XIX en la noción de la sexualidad normal. Esta noción legitimaba el establecimiento de vínculos garantes de la procreación y, por tanto, el crecimiento demográfico que en el periodo de entre guerras fue tan necesario. Con la inclusión del amor romántico en esta ecuación se garantizaban que el vínculo debía perdurar en el tiempo para el crecimiento de la familia (Ávila, 2021).

Esta heteronormatividad ayudó a instaurar roles de género, claramente definidos, que perpetuaban este vínculo y el trabajo para el crecimiento de la prole, por tanto, fue política pública la familia como institución.

Ahora bien, como parte de estas construcciones sociales del amor romántico se manifiesta una tensión entre la libertad individual y la necesidad de posesión de la otra persona. A partir de esto se construyen discursos fácilmente encontrados en el repertorio

musical como la añoranza del otro, la dependencia, el sacrificio de la libertad individual y los celos. Por esto se aboga por estados emocionales alterados como la nostalgia o la impaciencia.

Pero, la socialización del amor romántico es diferenciada para hombres y mujeres. En las sociedades actuales la vida en pareja es un referente de éxito personal, pero en el caso de las mujeres, este tiene una mayor centralidad, ya que se socializa para el amor romántico desde la infancia. Además, se construyen discursos sociales sobre vacío y desolación para las mujeres sin amor, y se las ubica en una postura de carencia y falta.

También se crean discursos muy complejos en términos psicológicos como “el amor duele”, que justifican diferentes formas de violencia. Para estos discursos el amor verdadero es sufriente (recordemos que en el amor cristiano el dolor purifica), y esto lo convierte en una trampa, particularmente, para las mujeres.

Existen varios mitos del amor romántico difundidos entre otros agentes sociales por las industrias culturales como: las películas, la música, la publicidad, la literatura, etc. Como plantea Repullo (2016, pp. 627-628) algunos de estos mitos son:

- El mito de la media naranja, es decir la pareja como elección única y complementaria.
- El mito de los celos como muestra de amor, ocultando con esto relaciones de dominio y poder.
- El mito de la omnipotencia, que plantea que el amor todo lo puede hacer y transformar.
- El mito de la pasión eterna, que plantea que la pasión amorosa debe durar a lo largo de toda la relación.
- La falacia del cambio por amor, que plantea que las personas cambian por el ser amado.
- El mito de la relación del amor y el maltrato, que plantea que un elemento inherente al amor es el sufrimiento, ya que la persona amada puede hacer sufrir.
- El amor verdadero lo perdona y aguanta todo, lo cual da pie a una lógica de amor sacrificial.

- Solo hay un amor verdadero en la vida.
- La atribución de la capacidad de dar la felicidad al otro.
- El amor como un proceso de despersonalización, ya que se puede dejar de lado aspectos personales para estar con el otro.

Muchos de estos mitos están presentes en la música romántica de diferentes géneros. Justamente, el éxito de la música romántica siguiendo los planteamientos del sociólogo de la música Simon Frith (2001) se da de manera contundente a partir de la segunda mitad del siglo XX, y se debe a que una de las funciones principales de la música es hacer una conexión entre la vida emocional privada y la pública. La música romántica permite darle voz a estados emocionales particulares y difíciles de describir. Para el autor:

Es típico del lenguaje cotidiano el hecho de que nuestras declaraciones de sentimientos más intensas y reveladoras deban usar frases -“te quiero/te amo”, “Ayúdame”, “Tengo miedo”, “Estoy enfadado”- que son de lo más aburrido y banal. Por eso nuestra cultura tiene una provisión de un millón de canciones en las cuales se dice por nosotros eso mismo, pero de un modo mucho más interesante y emotivo. Estas canciones no remplazan nuestras conversaciones- los cantantes no van a ligar por nosotros- pero logran que nuestros sentimientos parezcan más ricos y más convincentes, incluso para nosotros mismos, que si los expresáramos en nuestras propias palabras (Frith, 2001, p. 421).

De hecho, parte de la socialización afectiva pasa por el aprendizaje de los discursos musicales, justamente, por la capacidad que tiene la música de crear significados sociales e individuales (Mendívil, 2020, p. 41). La manera en que las personas se refieren a sus sentimientos está estrechamente relacionada al discurso amoroso de la música y gran parte de la expresión de sentimientos se extraen de los cancioneros. Sobre todo en sociedades como estas con nulos espacios de socialización afectiva en la familia o la escuela. Con esto se refuerza el uso de la música como recurso de sociabilidad que brinda modelos de relacionamiento.

Para López, la música romántica es un “dispositivo de educación sentimental” (2022, p. 19) que moldea la experiencia del amor y las relaciones de género en las experiencias sexo-afectivas. Afirma que en los discursos de las canciones de amor se encuentran algunas variaciones en los años recientes, pues por ejemplo, se ha pasado del predominio del amor heterosexual, a la incorporación de discursos de amor homosexual entre otros. Sin embargo, la constante que se mantiene a pesar de estas transformaciones es la noción del amor como sufrimiento.

Como parte de este discurso en la música romántica existe un sujeto carente que busca estar completo con el amor y acá operan todos los mitos anteriormente expuestos, donde se hace todo lo necesario por amor, incluso, aceptar el sufrimiento que provoca este ser amado, o la despersonificación a la cual hice referencia. El punto máximo de este proceso dentro del cancionero popular es, por supuesto, morir por amor, que es la prueba máxima.

Para Cuellar (2019) la música latinoamericana que hereda este discurso del amor cortés basado en ponerse al servicio del amor, sufrir mal de amores y morir de amor, es el bolero en todas sus versiones (bolero son, bolero mambo, bolero feeling). Este exalta el conflicto amoroso y relata con lujo de detalle este amor sufriente, donde la persona se abandona a su suerte por el sentimiento, se entrega al dolor de manera gozosa y dentro del discurso musical este sufrimiento es meritorio. Hago esta referencia al bolero, ya que en el catálogo como planteo a continuación en las primeras grabaciones responde a esta música y al tango y creo que en gran medida la balada romántica, generada partir de 1970 y 1980 hereda estas construcciones.

De esta manera la música reproduce estas ideas de amor romántico y como herramienta de educación sentimental refuerza los imaginarios existentes por medio de la repetición de los cancioneros. Para evidenciar estos mecanismos, a continuación, expongo algunos elementos de estos mitos del amor romántico presentes en el catálogo recuperado.

7.2 Los imaginarios del amor romántico en el catálogo

Al analizar en la reconstrucción del catálogo los discos que podrían clasificarse como música romántica, son 37 en total, es decir, 19,5% del total. Dentro de estos existe predominio de solistas (hombres prácticamente todos) y solo en algunos casos se encuentran

grupos musicales que grabaron, fundamentalmente, esta categoría como el grupo Gaviota, el Cuadro Buenos Aires y el Trío Alma de América.

Algunos de los artistas románticos que pasaron por los estudios de grabación de CBS INDICA en 1960 e inicios de 1970 son: Rafa Pérez, Gilberto Hernández, Jorge del Castillo, Manuel Chamorro, Francisco Loría y Memo Neyra, o grupos como los mencionados anteriormente, que interpretaban tangos, boleros y baladas románticas. Ya entrada la década de 1980 existe una generación nueva de baladistas con artistas como: Frank Victory, Valentino, María Cecilia Márquez y Oscar Domingo.

En el caso de las cantantes mujeres, en el catálogo recuperado solamente se pudo ubicar un LP de María Cecilia Márquez, aunque en el caso de los discos de 45 si se grabaron algunas otras mujeres. Sin embargo, como planteaba en apartados anteriores la creación de discos de 45, eran una forma de mapear mercado para ver si las y los artistas llegaban al éxito necesario para grabar un LP. De manera que en estos casos las artistas femeninas posiblemente no tuvieron mucho éxito.

Al igual que en las otras categorías del catálogo, se pueden encontrar artistas muy exitosos por la cantidad de discos registrados. Por ejemplo, el Trío Alma de América tiene 5 grabaciones, y el grupo Gaviota tiene 5 discos. Artistas como Gilberto Hernández tienen 7 grabaciones y Memo Neyra tiene 4 discos.

En el caso de la música romántica, al igual que en la música tropical no aparecen apoyos del Estado para las grabaciones y la selección de artistas es por cuenta de la empresa según el éxito de ventas. Acá es importante el criterio de rentabilidad obtenido por este tipo de música, pues como señalaban en una nota del periódico La Prensa Libre del año 1983 este tipo de música era muy vendido tanto en música nacional como internacional («Baladas, discos de más venta», 1983).

En las representaciones visuales de estos cantantes ubico un predominio de la fotografía. De los 37 discos de esta categoría, en las portadas, aparece la imagen del cantante en 28 de ellos. Esto, también, servía como estrategia de marketing para posicionar la imagen de este en el medio.

Al analizar las representaciones visuales de los discos encuentro varios elementos. En cuanto a los grupos ubicados en esta categoría, fundamentalmente, el Cuadro Buenos Aires,

Trío alma de América y Gaviota, las representaciones visuales son fotos de los integrantes o evocaciones al nombre del grupo como en el caso de la siguiente imagen.

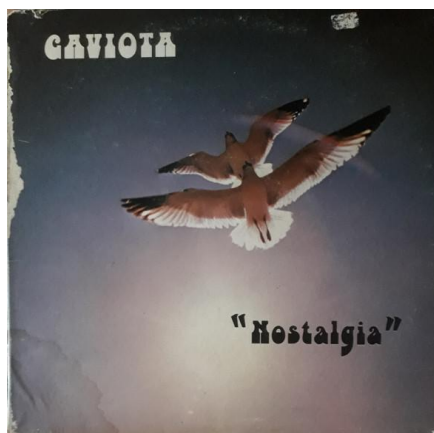


Imagen 52. Gaviota. (1980). *Nostalgia* [Álbum]. INDICA.

Estas representaciones son muy simples, pues por ejemplo, del grupo Gaviota de cinco discos registrados, cuatro tienen esta ave en la portada. Y en el Trío Alma de América aparecen los integrantes generalmente con su guitarra, con elementos muy formales como el traje.

En cuanto a las portadas de las personas solistas, como señalaba son hombres, excepto por un disco. Estas las puedo separar en dos periodos, los artistas de 1970 a 1982 donde se encuentran artistas como: Rafa Pérez, Gilberto Hernández, Memo Neyra, Francisco Loría, Jorge del Castillo, que tienen estéticas relacionadas con la noción del galán solitario. Y a partir de 1982, ya en los últimos años de la empresa, existe otra generación de baladistas más jóvenes como: Oscar Domingo, Fran Victory y Valentino, donde se da un giro en las representaciones. A continuación refiero a ambas.

En las primeras representaciones visuales que como señalé abarcan la década de 1970 hasta mediados de 1980, estas son el cantante con gestos faciales que no remiten a un hombre sonriente y feliz, sino un hombre con ceño fruncido y mirando a la distancia, un poco pensativo como se capta en las siguientes imágenes.

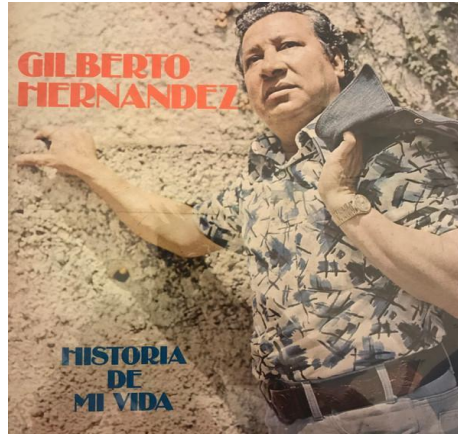


Imagen 53. Gilberto, H. (1977). *Historia de mi vida* [Álbum]. INDICA.

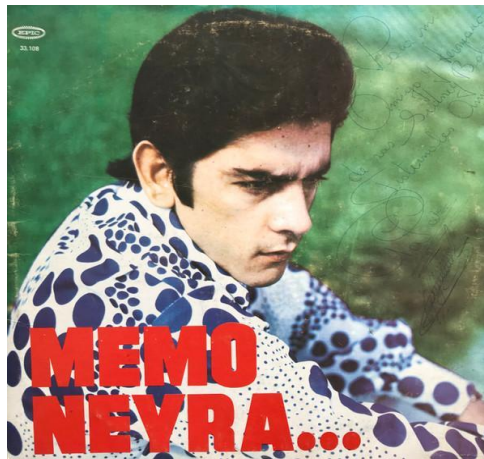


Imagen 54. Neyra M (1973) *Memo Neyra* [Álbum]. INDICA.

Estas evocaciones de hombres solitarios podrían remitir de alguna manera a un hombre triste, al no mostrar una cara feliz, como si sucede en las portadas de la música tropical donde se presentan rostros sonrientes con expresiones de disfrute. Si a estas representaciones visuales las cruzamos con los títulos de algunas de las canciones se podría entender porque las imágenes de las portadas no serían de hombres felices, títulos de canciones como:

- Sin ti ya no puedo vivir de Memo Neyra
- Lágrimas del Alma de Memo Neyra.
- Dejenmé llorar de Memo Neyra.
- Espérame en el cielo de Memo Neyra.

- Inconsolable de Memo Neyra.
- Penitencia de Gilberto Hernández.
- Nostalgia de mi noche triste de Gilberto Hernández.
- Plebeyo de Gilberto Hernández.
- Voy a guardar mi lamento de Jorge del Castillo.

Estas imágenes de hombres pensativos y solitarios podría remitir a la idea del hombre contrariado por el amor. Dentro del desarrollo del bolero, esta idea del hombre angustiado por el amor es meritoria, pues parten de la premisa heredada del amor cortés de que solo los hombres nobles son capaces de llegar a tener estos sentimientos profundos (Cuéllar, 2019, p. 60).

También, como pasa en otros referentes de canciones, puede remitir al arquetipo del Don Juan, mito propio del amor romántico del hombre seductor con muchas conquistas. Este personaje se redime de su pasado al enamorarse de una de sus conquistas, y por sufrir verdaderamente por ella (O. García, 2018, p. 10). Dentro de la retórica del discurso amoroso esta redención a partir de la tristeza y la incertidumbre, así como llorar la pérdida, es parte central de la prueba de amor.

En las representaciones de mediados de la década de 1980 pude ubicar una variante de esta representación de los artistas: la modernización de los *looks*. Estas imágenes en muchos sentidos copian referentes estéticos de la época como la serie estadounidense *Miami Vice*, como se puede ver en los dos discos siguientes de Frank Victory y Oscar Domingo.



Imagen 55. Domingo, O. (1985). *Oscar*



Imagen 55. (1984) Publicidad de

Domingo [Álbum]. INDICA.

la serie Miami Vice.

Además, en la década de 1980 aparecen en las portadas recursos de poder económico como la motocicleta en una de las siguientes imágenes.

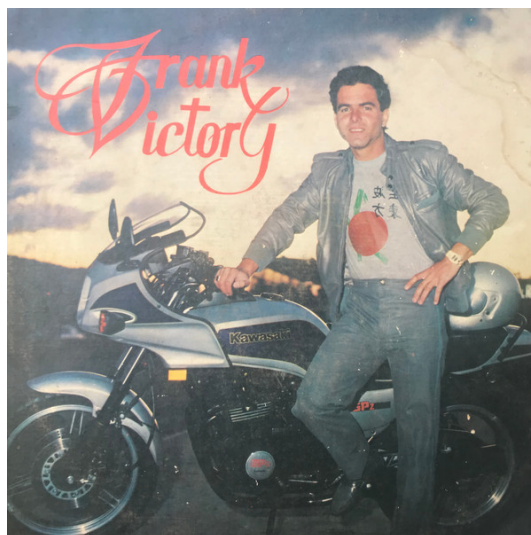


Imagen 56. Victory, F. (1985). *Frank Victory* [Álbum]. INDICA.

En la década de 1980 las representaciones visuales de los cantantes son siempre una fotografía de este, pero aparecen con un rostro un poco más sonriente. Con looks como señalé que entran en diálogo con otros referentes culturales de la época y aparece por ejemplo el jeans como elemento informal, con lo que se deja de lado el traje como elemento de la moda masculina. El predominio de figuras masculinas como señalé en los otros capítulos es una constante en todas las categorías en una sociedad donde el espacio de lo público es de predominio masculino.

Dentro de estas músicas el centro del relato es el hombre, mientras que las mujeres son las musas como sucede en otros espacios del arte. Como veremos en las letras de los ejemplos, desde el lugar de enunciación masculino, se habla de los ideales de la mujer en el discurso amoroso, ya que como es propio del patriarcado los discursos generan una “mística de la feminidad, de la maternidad, de la heterosexualidad obligatoria” (Femenías & Soza, 2009, p. 56) que tienen un rol aleccionante.

En cuanto a los títulos de los discos, muchos de ellos llevan el nombre del cantante, generalmente, en el primer disco, pues importaba ubicarlo como artista en el mercado. En

otros títulos aparecen evocaciones propias de estados emocionales del imaginario del amor romántico como las siguientes:

- Recuerdos, Cuadro Buenos Aires. 1974
- Nostalgia, Gaviota. 1980.
- Con mis recuerdos, Gilberto Hernández. 1973.
- Historia de mi vida, Gilberto Hernández. 1977.
- Te voy a querer, María Cecilia Marquéz. 1989.
- Impaciente, Oscar Domingo. 1986.
- Noche de inspiración, Trío Alma de América. 1982.

En cuanto a la música y el conflicto amoroso, como señala Thomas (1994, p. 112) en la música popular se pueden ubicar dos grandes tópicos que se desagregan de diversas maneras en eso que ella llama “los estragos del amor”. Primero, el enamoramiento que es la idealización del ser amado con letras desgarradoras que le confieren en muchos casos rasgos sobrehumanos humanos, y segundo, la ruptura que es como plantearé en los ejemplos la temática de una gran cantidad del cancionero popular latinoamericano del siglo XX como señala Cuéllar (2019).

Con los artistas de las décadas de 1960 y 1970 ubicamos temas recurrentes de la construcción del amor romántico como: el enamoramiento, la traición, el desamor. La música refiere, fundamentalmente, al bolero en el caso de Gilberto Hernández y Rafa Pérez, y, también, el tango con grupos como el Cuadro Buenos Aires y un disco de Gilberto Hernández que contiene tangos.

En las temáticas del bolero ubico el tema de la pérdida, en canciones como “Noche inolvidable” de Ricardo Mora interpretada por Rafa Pérez, además, el tema de la traición amorosa en canciones como “Por qué me engañas corazón” de Rafa Pérez, o “Porque te quiero tanto”, “Penitencia” o “Tarjeta Roja” del bolerista Gilberto Hernández. En el tango de igual manera como señala Mondol desde las primeras producciones de esta música, a nivel nacional hasta el mismo Cuadro Buenos Aires, las temáticas referían al anhelo y al despecho amoroso (Mondol, 2015, p. 45).

Además un tema común en las músicas populares que es el rechazo de una mujer amada por el origen humilde del cantante, se ubica en grabaciones emblemáticas como la

canción “Quinto Patio”, que aunque no es suya se hizo famosa en el país en la voz de Memo Neyra.

Las letras remiten, fundamentalmente, al momento de la ruptura amorosa, y a culpar a la otra de la traición del sentimiento compartido y a la ruptura del pacto amoroso. La canción de Gilberto Hernández titulada “Tarjeta Roja” es un claro ejemplo de esta temática: Conseguiste que mi alma te desprecie.

Te ganaste la expulsión dentro de mi alma.

Te doy de baja porque eres mala hembra.

Tarjeta roja te sacó mi corazón.

Te doy de baja porque eres mala hembra.

Tarjeta roja te sacó mi corazón.

No cumpliste el contrato.

Siempre fuiste caprichosa.

Te creíste buena moza.

Por eso pensaste jugar con mi amor.

No eres digna que yo te quiera.

Tarjeta roja te saco mi corazón.

Por mala hembra, por traicionera.

Tarjeta roja te saco mi corazón.

Esta canción, es interesante, pues la forma de plantear el conflicto romántico lo hace de manera bastante masculina, apelando a la lógica del fútbol de la expulsión de la cancha con la tarjeta roja. En ella está el discurso de la traición y el sufrimiento por la ruptura del pacto amoroso, pues como dice la canción “No cumpliste el contrato”.

Justamente, Gilberto Hernández y Rafa Pérez fueron de los boleristas más importantes de la primera mitad del siglo XX en el país y parte de su repertorio se basaba en lo que Cuellar denomina “boleros de despecho y vituperio”(2019, p. 68) encontrados en toda América Latina, estos abordan el conflicto que genera la ruptura amorosa, donde se canta a una mujer traicionera, o en este caso “mala hembra”. Dentro de estos boleros la respuesta del hombre no es el sufrir indefinidamente por la amada, sino el castigo por medio del desprecio y en este caso la letra es un claro ejemplo.

Dentro del discurso amoroso del bolero existen roles tradicionales de género y de las relaciones sexo-afectivas. Al ser un espacio de dominio mayoritariamente masculino, el hombre es el sujeto activo que refiere a las conductas de las mujeres “Él se constituye en sujeto de la acción amorosa: canta, declara, describe, juzga.” (De la Peza, 2009, p. 187). En la canción mencionada, por ejemplo, se cuestiona y juzga la conducta de la mujer, pues es “traicionera” y se da un veredicto de “mala hembra”, una denominación nada despreciable, pues, además, de ubicarla como un ser del mal, se le cambia el estatus de mujer a hembra, es decir más cercano a lo animal.

En este discurso se hacen presentes los dos grandes estereotipos de género: la mujer es un ángel puro, referente de la virgen María que es el ser amado idealizado o una mujer prostituta que engaña con estrategias ambiguas. De esta forma el fin aleccionador de estos referentes es claro en tanto la música romántica definen imaginarios sobre los roles y formas de conducta en el juego amoroso (R. López, 2022, p. 19).

Posiblemente, de las músicas latinoamericanas del siglo XX el bolero, es una de las más estudiadas, por estos discursos de amor romántico que sintetizan y porque expresan prácticas y tradiciones amorosas de una generación a otra. Como vemos en el caso costarricense estos boleros grabados por la empresa CBS INDICA retoman estos idearios del amor estudiados por varios autores como Cuéllar (2019) o De la Peza (2009), y de alguna manera se heredan a las baladas de 1970 y 1980.

En los cantantes de la década de 1980 que implican, como señalé, una renovación visual de la imagen romántica con elementos como la vestimenta, en el caso de las canciones aparece de nuevo el tema del amor y el sufrimiento que como señalaba López (2022) es la constante en el cancionero musical romántico. Como en el caso de la canción “Ana Mía” interpretada por Gaviota, que refiere a la idealización del ser amado, o “Nadie te amará como yo” de Valentino, que plantea el amor incondicional.

En el caso de la canción “Mientes” de Oscar Domingo se aborda el tema del conflicto amoroso como algo tortuoso de lo que no se puede salir aunque hace daño, la canción expone:

Mientes lo entiendo,
Eso mismo dijiste otras veces.
Ya las cosas no son como antes,
mi cariño lo tienes aparte.

Si te busco inventas excusas.
 Conoces la forma más cruel para herirme.
 Mientes lo sabes, en tus ojos se ve lo que piensas.
 Un esclavo de mi tu haz hecho.
 porque yo ya no sé lo que siento.
 Hoy te amo, después te desprecio,
 te odio, te quiero, de nuevo te sueño.
 Para ti están fácil herirme, para mi lentamente es morir.
 Para ti lo que siento no importa total,
 si después me tendrás nuevamente.
 Mientes, cobarde, en tu lecho reclamas mis besos,
 mis caricias desnudan tu cuerpo, exigiendo pasión y deseo.
 Siento miedo de mí, siento rabia de mí,
 porque así solo puedo tenerte.
 Para ti están fácil herirme, para mi lentamente es morir.
 Para ti lo que siento no importa total,
 si después me tendrás nuevamente.

En esta canción se evidencian varios mitos del amor romántico señalados al inicio del apartado. Primero, el hombre es presa de un sentimiento que lo supera y donde asume el rol de víctima pasiva, el amor es algo que sucede, la persona es “flechada” y no tiene control. De esta manera el amor es un hecho irracional, por lo tanto, el control de los sentimientos y la educación afectiva no existen, con lo que se cumple el mito. Al no soportar la ausencia del ser amado, el cantante se pone a su disposición para que haga de él lo que desee con tal de no perderla, es decir, la sumisión como forma de amor.

Segundo, se da una visión del amor y el maltrato que naturaliza la violencia de un ser desconsiderado de los sentimientos del enamorado. En esta construcción el amor verdadero duele y la persona amada puede hacer sufrir. Con esto cumple el mandato de hacer todo por amor, a pesar de sus propios intereses, y se retoma la fórmula de “amor-deseo-pesar” que está presente según Cuéllar (2019, p. 60) desde el amor cortesano escenificado en América en el bolero y que las baladas de la década de 1980 lo siguen reproduciendo.

Al comparar las canciones de bolero de mediados de siglo XX con la balada anterior de la década de 1980, existen algunas continuidades y algunas rupturas con el discurso amoroso. Como señala De la Peza (2009) en la balada se habla de los encuentros sexuales de manera más explícita, que en las músicas anteriores, como el bolero o el tango, pero además, la mujer tiene un rol levemente más activo en el relato, incluso, en los relatos de encuentros sexuales. La mujer, aunque siempre es un ser malévolo, ya no se le relaciona con la imagen de la prostituta por ser un ser deseante sexualmente, aunque siempre es una persona que hace sufrir, pero al menos se reconoce un poco más el rol de la mujer.

En las canciones de amor el relato sigue siendo predominantemente masculino y la imagen de la mujer como ser amado es muy ambivalente, pues al mismo tiempo que es un ser venerado, es un ser que hiere, que abandona y lastima. Por otro lado, el hombre es un ser sobrepasado por el sentimiento, víctima de todo, que a pesar de saberse vulnerado, sigue sufriendo por la amada.

Dentro de estas construcciones visuales y discursivas del amor encontradas en el catálogo, esta es una noción de la experiencia dolorosa, pero que extrañamente se debe buscar:

El amor cortés, en este sentido, no exalta el amor con una consecución feliz, sino que más bien lo liga a una inevitable tragedia. El amor imposible resulta de la idea de creer que mientras más difícil resulta obtener un objeto, más valioso es este (López, 2022, p. 25).

En las representaciones visuales del catálogo se presentan, por tanto, de manera recurrente los mitos del amor romántico y se plantea a nivel visual la imagen del galán solitario. En los títulos de los discos constantemente se abordan evocaciones a sentimientos como la nostalgia o la tristeza. En el discurso de las dos canciones señaladas se representa la idea de sufrir por amor y de ser víctima de un sentimiento que les supera.

La mujer es representada y juzgada desde la mirada masculina, y es valorada desde parámetros patriarcales de la actitud correcta en el pacto amoroso. Al igual que en las representaciones de la música tropical abordadas en el capítulo anterior, esta es asumida como un ser pasivo, pues la palabra es un privilegio masculino.

En realidad los avances en el discurso amoroso desde los boleros y tangos de 1960 no cambian significativamente en relación con las baladas de la década de 1980, lo único que avanza son las referencias más directas a las relaciones sexuales.

De esta forma para finalizar este apartado, es claro, el interés de la empresa por la grabación de música romántica, ya que era exitosa en términos de ventas. Se apostó más a los cantantes hombres solistas y en menor medida a los grupos salvo los casos ya citados de Gaviota, Cuadro Buenos Aires y Trío Alma de América. El principal agente que dinamizó esta parte del catálogo fue la propia empresa CBS INDICA y no existió participación del Estado, ni de grabaciones particulares al menos en el catálogo recuperado para este trabajo.

Las representaciones visuales en el catálogo remitían en las décadas de 1960 y 1970 a la idea del galán solitario como centro del relato representado por medio de fotografías. En la década 1980 se da una renovación de los *looks* de los artistas con el uso de vestuarios como los jeans y en vínculos estéticos con otros referentes culturales del momento.

En el catálogo recuperado, en el paso del bolero de 1960 y 1970 con artistas como Gilberto Hernández, a la balada pop de 1980 con cantantes como Valentino y Oscar Domingo, el imaginario del amor como sufrimiento es la constante, herencia de todos estos referentes del amor cortés, actualizado en el discurso del amor romántico.

Si bien, en la década de 1980 aparecen otros artistas jóvenes renovadores de las estéticas con referentes de otras industrias culturales, la construcción del discurso amoroso heteronormativo no varía en gran medida, solamente, se hace referencia más explícita a la sexualidad. Pero en adelante, los roles y estereotipos de género y la construcción de discurso sobre la mujer buena o mala en el discurso amoroso se siguen reproduciendo.

De esta manera los imaginarios en esta parte del catálogo refieren a las normas en las dinámicas del amor y del lugar que ambos sexos deben tener. Además, definen el protagonismo del hombre que es el que busca y propone, pero también, el que juzga y evalúa el rol de la mujer. Son imaginarios que aunque refieren a nivel formal a un plano íntimo tienen un peso social al definir roles de género que marcan dinámicas sociales.

En una sociedad conservadora estos imaginarios reprodujeron roles esperados para ambos sexos y no representaron rupturas en la lógica del amor como sufrimiento, sino lo perpetuaron y refrescaron con looks más juveniles.

Conclusiones

Una vez realizado este recorrido por el proceso de creación de parte del patrimonio sonoro del país en los estudios de la empresa CBS INDICA, quisiera hacer algunas reflexiones finales sobre los principales hallazgos y sobre algunas vertientes de investigación que se abren a partir de este proceso.

Quiero organizar mis reflexiones en dos momentos, primero a manera de recapitulación quisiera exponer los principales hallazgos en relación con cada uno de los objetivos planteados al inicio del documento. En un segundo momento analizaré la racionalidad presente en esta producción de bienes culturales realizada por la empresa.

En relación con el primer objetivo, sobre la identificación de las reglas del mercado de bienes culturales en Costa Rica, que generaron la base de las condiciones de producción de esta empresa. Queda en evidencia que, si bien, la industria discográfica tuvo su origen en las grandes capitales industriales de Inglaterra y Estados Unidos, al llegar al contexto latinoamericano, las empresas alcanzaron diverso nivel de desarrollo dependiendo de las condiciones políticas y sociales de cada país. Procesos políticos convulsos como las dictaduras en el sur del continente, o bien, el conflicto armado centroamericano, determinaron las posibilidades de estas industrias culturales.

En cada país una serie de agentes locales empezaron a construir, fundamentalmente, a partir de inicios del siglo XX las reglas del campo. Para esto existieron dos modelos de desarrollo de la industria, las empresas sucursales de las grandes transnacionales como Columbia o RCA Víctor, o bien, los pequeños sellos locales. Algunos de estos sellos pequeños fueron comprados a partir de la década de 1960 por estas empresas transnacionales, tal es el caso de INDICA que pasa a ser parte de CBS, esto como parte de la creación de grandes monopolios.

En esta dinámica se expandieron de manera paralela otras industrias culturales como: la radio, el cine, y, posteriormente, la televisión, que ayudaron a difundir nuevas formas de consumo y cambiaron el rol del arte en la sociedad.

En el caso costarricense la creación de INDICA en 1963 estuvo marcado por un proceso de industrialización que generó interés en este nuevo tipo de empresas. Pero además, el desarrollo amparado en las reglas del Mercado Común Centroamericano de la década de 1960 hizo posible la dinamización del sector industrial. A partir de esto se da la ampliación de los barrios obreros, de donde provienen muchos de las y los músicos populares que formarían parte de la escena musical local.

En el país se pueden ubicar una serie de agentes culturales determinantes de las reglas del juego del campo. En el caso de la música académica, las instituciones de profesionalización musical, los teatros, y, posteriormente, las escuelas de música fueron mecanismos de consagración importantes, estas instancias apoyaron, también, el folclore como forma de generación de identidad nacional. Pero en el caso de la música popular, otros agentes, como los dueños de radios o de salones de baile, ayudaron también a determinar las reglas del campo.

Con la creación de INDICA se inició un proceso de definición de reglas a nivel local para las grabaciones y la búsqueda de los primeros artistas para ser registrados. Como afirmaba en el objetivo dos del trabajo, evidencié las etapas del proceso de producción de la empresa, al referir al proceso de producción tanto desde sus aspectos materiales, como de la definición de reglas para derecho de autor y regalías. La empresa, al ser la primera que definió las reglas del campo, se convirtió en un agente cultural relevante que tuvo relación con diferentes instituciones estatales y logró generar incidencia en temas relacionados con exoneración de impuestos y persecución a la piratería.

CBS INDICA empezó el proceso de creación de un catálogo de música nacional y según los datos recopilados para este estudio, el inicio del catálogo se puede calificar de modesto en el período 1963-1970, pero crece hasta llegar a un auge para la década de 1980 e incluye fenómenos de masas como en chiqui chiqui. Analizar el catálogo implica adentrarse

en el espacio de la construcción simbólica que contenía el disco de vinilo como artefacto cultural, es otra de las dimensiones de este trabajo.

A partir de la estrategia metodológica planteada la cual implicaba trabajo con diferentes actores de la industria, se pudo reconstruir parte del catálogo de la empresa con un total de 190 discos. Este catálogo fue caracterizado en este estudio, tal como me propuse en el objetivo tres y estuvo conformado por seis categorías musicales principales: tropical, folclore, romántico, clásico, rock e himnos. La mayoría de las grabaciones corresponden en orden de importancia numérica a las músicas tropicales, que fueron la base comercial de la empresa, seguidos del folclore y la música romántica. La representación minoritaria fue la música clásica, el rock y los himnos.

Para analizar los imaginarios presentes en estas producciones del catálogo y atender el cuarto objetivo de la investigación, me centré en las tres categorías mayoritarias e hice uso de herramientas del análisis iconográfico, y además, ejemplifiqué con algunas canciones del repertorio al que tuve acceso.

En el caso del folclore ubiqué los principales imaginarios reforzadores de la identidad nacional, a partir de la repetición de referentes visuales que ya habían sido instaurados por otras industrias culturales o el Estado y que la empresa retomó en sus producciones. La imagen del campesino idealizado en el mundo rural apacible, fue de gran utilidad para tratar de reforzar la pasividad política en un contexto de grandes cambios institucionales llegada la década de 1980. Las imágenes y las letras de las canciones remitían a un mundo rural que miraba hacia el pasado, para encontrarse con la nostalgia de la paz, que de muchas maneras se estaba perdiendo ante los inicios de los Programas de Ajuste Estructural en el país, y los conflictos armados que asolaban a la región centroamericana ya desde la década de 1970.

En el caso de la música tropical estaban presentes los imaginarios coloniales del exotismo y la identidad fiesterera, propios de industrias que reprodujeron estereotipos de las músicas de la diáspora negra. Estas músicas se relacionaban con el salvajismo y la exuberancia del paisaje y se encarnaron muchas veces en la erotización de la figura femenina. El uso del humor no fue un elemento crítico, sino que sirvió para generar producciones

culturales profundamente sexistas, que reforzaban un ejercicio de una sexualidad y una libertad masculina que fue el centro del discurso.

Por otro lado, mientras que las músicas folclóricas y las tropicales reproducían imaginarios colectivos, la música romántica reforzaba los roles de género en el vínculo afectivo. Esta música estuvo cruzada por los imaginarios del amor romántico que cantaban a la nostalgia, el vacío y el amor sufriente. Además, ubicaba como actor principal de la escena y centro del relato a los hombres quienes cantaban y juzgaban los roles de las mujeres. El referente de amor como sufrimiento y los mitos del amor romántico se reprodujeron acríticamente en estos cancioneros.

Con el estudio de estas dos dimensiones, la material y la simbólica, que estuvieron presentes en la creación, y el desarrollo de la industria discográfica en el país, es evidente que el espacio material de producción centrado en contextos coloniales, tuvo implicaciones en los contenidos de los bienes producidos. La música quedó atada a las decisiones de la industria y reprodujo imaginarios dominantes.

Ahora bien, en relación con la racionalidad presente en el estudio del catálogo de la empresa CBS INDICA, es importante señalar otros elementos de balance para el cierre del estudio.

Existe una clara división de los agentes en el mercado de producción de discos de vinilo. El Estado sólo participó de la producción y financiamiento de discos en el área del folclore, que se puede entender como un área marginal, pero que generaba rentabilidad política. Las otras áreas de producción mayoritaria que refieren a la música tropical y la romántica quedaron en manos de la empresa, que era lo que realmente generaba más ganancia.

Esta división planteada en el espacio de la cultura, evidencia una lógica de relación entre la empresa privada y el Estado que a lo largo de la década de 1980 con el giro neoliberal, se iba a seguir profundizando. Es decir, el Estado se encargaba de labores marginales que le dieran una base mínima de legitimidad política y el grueso de las labores rentables se dejaba en manos de la empresa privada.

Pero además esta división de áreas del catálogo tenía un correlato simbólico: El Estado intervino sólo en el área estratégica del folclore por la utilidad política de generar identidad y los imaginarios reproducidos se basaron en mitos sobre el tico buen ciudadano y buen católico. Los cuales eran de gran utilidad en una coyuntura de profundos cambios estructurales en el agro y en otros sectores sociales. Para esto, basaba la mirada en el pasado campesino evocando de manera recurrente a la nostalgia, enganchándola con pobladores que todavía recordaban en el pasado reciente su origen rural.

Las representaciones en las portadas de los discos de la carreta, el pilón, los sacos de café, la tinaja con agua del pozo, contrastaron con un proceso de industrialización en curso y con una serie de instituciones estatales que cambiaron para siempre este mundo rural. Pero que tratando de reforzar la idea del buen tico, reprodujeron la imagen del hombre campesino pasivo, honrado, trabajador y la mujer campesina sencilla, sumisa, lo anterior de gran utilidad política en el contexto.

Por otro lado, el segmento rentable de la producción de discos, la música tropical y romántica, se deja en manos de la empresa CBS INDICA y la apuesta simbólica de esta empresa es por la modernidad. El espacio urbano como espacio de interacción fue el nuevo escenario a representar y se estableció un diálogo permanente con referentes de la cultura estadounidense que reforzaban esta noción de la Costa Rica joven y actual. Aunque como señalé anteriormente se reprodujeron estereotipos de género que siguieron siendo vigentes y no entraron en choque con esta modernidad.

Una división estructural de labores entre agentes del mercado, que crean dos relatos diferentes de la realidad de las décadas en estudio, que estaban en constante disputa: entre la añoranza de un pasado rural y el cambio a la modernidad capitalista y las promesas de desarrollo a las puertas de las transformaciones neoliberales que se estaban implementando para la década de 1980.

De esta manera, para finalizar, quisiera señalar que queda mucho por investigar acerca de las músicas nacionales para completar esta historia. Es necesario analizar el papel de otras empresas disqueras de la época como DICESA, DIDECA y Onda Nueva, para así conocer cómo se relacionaron entre sí y cómo trabajaron regionalmente. Además, es importante

conocer más sobre el ecosistema musical de ese periodo, incorporando a radioemisoras, canales de televisión, etc.

También, es relevante estudiar cómo se desarrollaron otras formas de grabación en el país conforme cambiaron las tecnologías. Por ejemplo, el surgimiento de sellos independientes en la década de 1990 que fueron posibles con el cambio a la tecnología del CD. También, experiencias de grabación institucionales de vanguardia como: el papel de Radio U y Leo León como gestor de grabaciones de bandas de garaje en los noventas. Así como, la proliferación de sellos de grabación independientes a partir de los años 2000 con las nuevas tecnologías que permitieron grabar un disco desde una computadora en casa.

El desarrollo de una agenda de investigación que abarque estos cambios en la forma de grabar y la apertura y participación de agentes locales, permitirá entender el escenario musical costarricense desde los agentes que lo hicieron posible. Esta investigación es un primer esfuerzo de un largo trabajo de reconstrucción de las grabaciones que musicalizaron este país y de las memorias que lo conforman.

Referencias

- Alvarenga, P. (2005). *De vecinos a ciudadanos: Movimientos comunales y luchas cívicas en la historia contemporánea de Costa Rica*. Editorial Universidad de Costa Rica.
- Anuncio de INDICA convocando artistas nacionales. (1964, abril 29). *La Prensa Libre*, 4C.
- Attali, J. (1977). *Ruidos: Ensayo sobre la economía política de la música* (1. ed. en español). Siglo Veintiuno Ed. [u.a.].
- Ávila, A. (2021). La heterosexualidad como objeto de estudio feminista: Un recorrido histórico. *Revista de investigación y divulgación sobre los estudios de género*, 28, 277-300.
- Babbar, L. (2021). *Emilia Prieto: Aportes a la cultura popular costarricense*. Editorial Costa Rica.
- Baires, Y. (1984). La situación demográfica de Centroamérica (1950-1980). *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 10, 143-150.
- Baladas, discos de más venta. (1983, junio 30). *La Prensa Libre*, 16.
- Balter, L. (1963, febrero 11). INDICA grabará los discos de mayor suceso mundial en Costa Rica. *La Prensa Libre*, 3E.
- Barboza, E. (2016). Eva en el Paraíso: La construcción y representación del cuerpo femenino en la playa como espacio turístico en Costa Rica. *Humanidades*, 6(2), 1-30.
- Barzuna, G. (1997). *Cantores que reflexionan: Las nuevas trovas en América Latina*. Editorial Universidad de Costa Rica.
- Billboard. (1970). *1969-70 International music record-tape: Buyer's Guide*.
- Blanco, M. (2016). *El amor romántico en los «super éxitos» musicales para adolescentes*. 226-244.
- Bourdieu, P. (1988). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus.
- Bourdieu, P. (1990a). *Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos*. Ediciones Akal.
- Bourdieu, P. (1990b). *Sociología y Cultura*. Grijalbo.
- Bourdieu, P. (1997). *Razones prácticas: Sobre la teoría de la acción*. Anagrama.
- Bourdieu, P. (1998). *La dominación masculina*. Editorial Anagrama.
- Bourdieu, P. (2000). *Las estructuras sociales de la economía* (du Solei). du Solei.

- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto: Elementos para una sociología de la cultura*. Siglo XXI.
- Briceño, Y. (2010). La escuela de Frankfurt y el concepto de industria cultural. Herramientas y claves de lectura. *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*, 3, 55-71.
- Butler, J. (2002). *Cuerpos que importan: Sobre los límites materiales y discursivos del «sexo»*. Paidós.
- Cabezas, A. (2018). Cine centroamericano contemporáneo: Memoria histórica, condiciones de realización y producción. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 44, 17-41.
- Cabrera, D., Lopez, M., Quintanilla, A., & Saraí, C. (2016). *Análisis crítico del proceso de Integración Centroamericana: Hacia una propuesta de integración post neoliberal*. Universidad Centroamericana José Simeon Cañas.
- Calvi, J. C. (2006). *Plan integral de apoyo a la música y a la industria discográfica*. Fundación Alternativas.
- Cañardo, M. (2017). *Fábricas de músicas: Comienzos de la industria discográfica argentina (1919-1930)*. Gourmet musical.
- Cañas, A. (1972, diciembre 15). *Carta solicitud de exoneración de impuestos de discos INDICA* [Comunicación personal].
- Cañas, A. (2006). *80 años no es nada*. EUNED.
- Carballo, P. (2017). *Por las calles del rock: Aproximaciones al desarrollo del rock en Costa Rica 1970-1990*. Arlekin.
- Carvajal, G., & Vargas, J. (1987). El surgimiento del espacio urbano-metropolitano en el Valle Central de Costa Rica: 1950-1980. *Anuario de Estudios Centroamericanos*, 13.
- Castoriadis, C. (2003). *La institución imaginaria de la sociedad*. TusQuets.
- Castoriadis, C. (2005). *Los dominios del hombre. Las encrucijadas del laberinto*. Gedisa.
- Castro, L. (2009). *La tradición del mariachi en Costa Rica*. Editorial Universidad de Costa Rica.
- CBS vende producción de discos a SONY. (1988, enero 7). *La Prensa Libre*, 10.
- Cegarra, J. (2012). Fundamentos teórico-metodológicos de los imaginarios sociales. *Cinta de Moebio*, 43, 1-13.
- Cerda, A. (2016). Evolución histórica de los derechos de autor en América Latina. *Lus et praxis*, Año 22, número 1, 19-58.
- Chacón, P. (2008). La mujer como objeto sexual en la publicidad. *Revista Científica de Educomunicación*, 403-409.
- Chamosa, O. (2011). *Breve historia del folklore argentino 1920-1970: Identidad, política y nación*. Edhasa.

- Cómo se grabó el disco «Recital de Bethoveen». (1970, septiembre 21). *La Nación*, 23.
- Cordero, M. (2017). *Integración Económica Centromerica. Base de datos 2016*. Comisión Económica para América Latina.
- Cortéz, M. (2005). *La pantalla rota: 100 años de cine en Centroamérica*. Editorial Taurus.
- Cuéllar, D. (2019). Supervivencias del amor cortés en el bolero hispanoamericano. *Boletín de literatura oral*, 2, 57-71.
- Cuevas, R. (1993). *Traspatio florecido: Tendencias de la dinámica de la cultura en Centroamérica 1979-1990*. Editorial de la Universidad Nacional.
- De la Peza, M. (2009). El bolero y la nueva canción de amor: Un análisis comparativo de la educación sentimental de las nuevas generaciones. En *El sujeto sexuado: Entre estereotipos y derechos: Memoria de la III Semana Cultural de la Diversidad sexual*. Instituto Nacional de Antropología e Historia.
- Devoto, D. (1977). Expresiones musicales: Sus relaciones y alcances en las clases sociales. En *América Latina en su música*. Siglo XXI.
- Dónde están y qué graban los artistas nacionales. (1974, septiembre 1). *La Nación*, 20 c.
- Dormond, R. (2010). *La guitarra en Costa Rica (1800-1940)*. Editorial Universidad de Costa Rica.
- Drexler, J. (2014). *Bailar en la cueva* [CD].
- Duarte, G. (2021, junio 3). [Comunicación personal].
- Duarte, R. (2011). Industria cultural 2.0. *Revista de Teoría crítica*, 3, 90-117.
- Eguizábal. (2019). Perspectivas en la investigación de la publicidad: El enfoque iconológico. *Communication & Methods*, 1(2), 77-88.
- Estrada, P. (1981). Central America: Troubled market seek stability. *Billboard*, 12, LA12-LA46.
- Excepcional venta de discos nacionales. (1972, diciembre 9). *La Prensa Libre*.
- Femenías, M. L., & Soza. (2009). Poder y violencia sobre el cuerpo de las mujeres. *Sociologías*, 21, 42-65.
- Fischerman, D. (2004). *Efecto Beethoven: Complejidad y valor en la música de tradición popular*. Paidós.
- Fonseca, O. (1990). «Latino soy» cumbia por el grupo la empresa. *Revista Herencia*, 2(1), 15-21.
- Frith, S. (2001). Hacia una estética de la música popular. En *Las culturas musicales: Lecturas etnomusicológicas*. Trotta.
- Fumero, P. (2015). *Cultura y sociedad en Costa Rica: 1915-1950*. Universidad de Costa Rica.
- Garaigodobil, M., & Ajiri, J. (2022). Sexismo hostil y benevolente: Relaciones con el autoconcepto, el racismo y la sensibilidad intercultural. *Revista de Psicodidáctica*, 16(2), 331-350.

- García, J. A. G. (2016). *Introducción Música y antropología. Notas acerca de una relación olvidada*. 14.
- García, O. (2018). *Entendiendo el amor. Explicaciones sociológicas de la sobrevaloración del Amor Romántico*. Universidad de Salamanca.
- Gatto, E. (2016). Música, cultura y racializaciones. Debates en torno a la definición de música negra en Estados Unidos. *Estudios del ISHiR*, 16, 156-180.
- González, J. (2010). Música popular urbana en la América Latina del siglo xx. En *A tres bandas: Mestizaje, sincretismo e hibridación en el espacio sonoro iberoamericano*. (Ministerio de Cultura). SEACEX y AKAL Ediciones.
- Govaere, V. (s.f). *Integración Centroamericana*.
- Grosfoguel, R. (2015). Del extractivismo económico al extractivismo epistémico y ontológico. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 4, 33-45.
- Guendell, G. (2009). Dialéctica del imaginario nacional costarricense, orígenes y alcances sobre el sentido de nuestra identidad cultural contemporánea. *Revista de Filosofía*, 122, 29-37.
- Gugliotta, M. (2013). *El uso del cuerpo femenino en los medios de comunicación masiva: Cuerpos femeninos en programas y publicidades de la televisión argentina actual. Estereotipos, roles y criterios de belleza*. Universidad Nacional de La Plata.
- Gutiérrez, A. (2003). Los conceptos centrales de la sociología de la cultura de Pierre Bourdieu. En *El sentido social del gusto: Elementos para una sociología de la cultura*. Siglo XXI.
- Gutiérrez, J. (1999). *Los azules días*. Editorial Costa Rica.
- Hanna, M. (2017). *Las radios en línea en América Latina: Surgimiento y auge*. Universidad politécnica Salesiana de Ecuador.
- Hernández, L. (2022, marzo 17). [Zoom].
- Hidalgo, A. (2018). Las nociones de lo «costarricense» en la música folklórica de los años 80. El caso del grupo Cantares. *Revista Kariña*, 42, 89-117.
- Hobsbawn, E., & Ranger, T. (1983). *La invención de la tradición*. Editorial Crítica.
- Honrubia, A. (2017). *Humor y música. Aproximación a las teorías de humor musical a travez de Les Luthiers* [Universidad de Salamanca]. <https://gredos.usal.es/handle/10366/136905>
- Horkheimer, M., & Adorno, T. (1998). *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*. Trotta.
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2008). *Estimaciones y proyecciones de población por sexo y edad*.
- Insunza, G. (2016). *La evolución de la industria discográfica: Un análisis de los procesos de innovación en Europa*. Universidad del País Vasco.

- Loaiza, N. (1970, diciembre 30). José Francisco Viquez y Gastón Fournierr graban el primer disco clásico en Costa Rica. *La Nación*, 13.
- López, R. (2022). "The Way I Loved You": Amor y sufrimiento en la canción popular. *Contrapulso*, 4, 18-31.
- López, T. (2020). Acceso de las mujeres a la industria de la música popular. En *Aquelarre: La emancipación de las mujeres en la cultura de masas*. Advook.
- Lugones, M. (2008). Colonialidad y género. *Tabula Rasa*, 9, 73-101.
- Madoery, D. (2011). El folklore profesional. Una perspectiva que aborda las continuidades. En *Popular, poo populachera? El dilema de las músicas populares en América Latina* (Actas del IX Congreso de la IASPM-AL).
- Madrid, A. (2010). Música y nacionalismos en América Latina. En *A tres bandas: Mestizaje, sincretismo e hibridación en el espacio sonoro Iberoamericano*. Akal.
- Marín, J. J. (2009). *Melodías de la perversión y subversión: La música popular en Costta Rica 1932-1960*. Librería Alma Mater.
- Mata, L. F. (1989, mayo 31). Piratería golpea a música local. *La Nación*, 20.
- Melico sigue cantando. (2000, diciembre 6). *Periódico La Nación*.
- Mendívil, J. (2020). *En contra de la música: Herramientas para pensar, comprender y vivir las músicas*. Gourmet musical.
- Mignolo, W. (2000). La colonialidad a lo largo y a lo ancho: El hemisferio occidental en el horizonte colonial de la modernidad. En *La colonialidad del saber: Eurocentrismo y ciencias sociales. Perspectivas latinoamericanas*. Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales.
- Molina, I. (1995). *El que quiera divertirse: Libros y sociedad en Costa Rica (1750-1914)*. Universidad de Costa Rica.
- Molina, I. (2018). Los estudiantes de la segunda enseñanza pública costarricense (1913-1953). En *La inolvidable edad: Jóvenes en la Costa Rica del siglo XX*. EUNA.
- Molina, I., & Palmer, S. (2017). *Historia de Costa Rica: Breve, actualizada y con ilustraciones*. Editorial Universidad de Costa Rica.
- Molina, R. (2022, febrero 18). [Comunicación personal].
- Mondol, M. (2015). *Tango, arrabal y modernidad en Costa Rica*. Editorial Costa Rica.
- Mondol, M. (2018). *Voces e intérpretes del Tango en Costa Rica*. Editorial de la Universidad Estatal a Distancia.
- Monestel, M. (2005). *Ritmo canción e identidad: Una historia sociocultural del calypso limonense*. Editorial de la Universidad Estatal a Distancia.
- Montero, C. (2015). *Arte costarricense 1897-1971*. Universidad de Costa Rica.

Moreno, A. (2021, noviembre 6). [Zoom].

No se ponen de acuerdo Dicesa y sus artistas. (1975, noviembre 20). *La Prensa Libre*, 24.

Ortiz, A., & Mackenbach, W. (2008). (De)formaciones: Violencia y narrativa en Centroamérica. *Iberoamericana*, 8, 81-97.

Ortuño, D. (2022, febrero 10). [Zoom].

Osuna, M. (2011). La mercantilización de los roles sexo/género en la sociedad. En *La mujer en el espejo mediático II Jornadas Universitarias «Sexo, Género y Comunicación»*. Asociación Universitaria de Comunicación y Cultura.

Palomino, P. (2021). *La invención de la música latinoamericana: Una historia transnacional*. Fondo de Cultura Económica.

Palominos, S. (2022). Voz colonial: Representación de la Otredad y exotización racializada en los contactos entre el campo musical chileno y el concepto de world music. *Revista Musical Chilena*, 237, 44-78.

Panofsk, E. (2012). *Estudios sobre iconología*. Alianza.

Pérez, L. (2018). Industria y música tropical: Apuntes para una historia de la producción musical en Hispanoamérica y el Caribe (1901-1968). *El oído pensante*, 6(2), 49-76.

Picornell, G. (2015). *Evolución de los sistemas técnicos de reproducción musical*. Universidad Politécnica de Madrid.

Piñeiro, T. (2004). Estereotipos de latinoamericanos en la publicidad radiofónica española. *Sociedad española de estudios de la Comunicación Iberoamericana*, 11, 41-66.

Poderoso impulso al arte dará nueva empresa local productora de discos. (1963, abril 30). *La Prensa Libre*, 4c.

Quintero, Á. (1998). *Salsa, sabor y control: Sociología de la música tropical*. Siglo XXI.

Rápidamente progresa la instalación de fábrica de discos en el país. (1963, abril 18). 4A.

Repullo, C. (2016). Los mitos del amor romántico S.O.S. celos!!! VI Congreso Universitario Internacional "Investigación y Género, 625-636.

Retana, C. (2014). *Las artimañas de la moda: Hacia un análisis del disciplinamiento del vestido*. Universidad Nacional de La Plata.

Retana, C. (2020). *Enseres: Esbozos para una teoría del disfraz*. Editorial Universidad de Costa Rica.

Reyes, G. (2000). Síntesis de la historia económica de América Latina 1960-2000. *Tendencias*, 1, 1-34.

Rojas, R. (2021, octubre 18). *Entrevista* [Comunicación personal].

- Román, R. (2018). *Procesos de simbolización e industrialización de la música costarricense de los años 80: El caso del fenómeno musical llamado «chiqui-chiqui»*. Universidad de Costa Rica.
- Saborío (Director). (1978). *Los quince años de la compañía de la música: INDICA*. INDICA.
- Sáenz, G. (1970, diciembre 16). La hazaña del disco. *La Nación*.
- Said, E. (2008). *Orientalismo*. Random House.
- Salas, L. (1972). *Carta de solicitud de exoneración de impuestos a discos de CBS INDICA* [Comunicación personal].
- Salazar, M. (2018). Rebelión juvenil y régimen político (1962-1971). En *La inolvidable edad: Jóvenes en la Costa Rica del siglo XX*. EUNA.
- Senior, D. (2011). *Ciudadanía afrocostarricense: El gran escenario comprendido entre 1927 y 1963*. Editorial de la Universidad Estatal a Distancia.
- Sojo, C. (2010). *Igualitarios: La construcción Social de la desigualdad en Costa Rica*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Solares, B. (2006). Aproximaciones a la noción de imaginario. *Revista mexicana de ciencias políticas y sociales*, 48, 129-141.
- Solís, L. (2018). Acoso sexual callejero, ¿no es para tanto o es para mucho? Percepciones sobre la violencia contra las mujeres en Costa Rica. *Repertorio Americano*, 28, 17-24.
- Thomas, F. (1994). *Los estragos del amor. El discurso amoroso en los medios de comunicación*. Universidad Nacional.
- Torán, C. (2017). Discos, arte y racismo: Introducción a la gráfica reivindicativa del free jazz de los años setenta. *Eme*, 5, 68-77.
- Torres, C. (2012). *Particularidades y proyecciones de futuro de la industria de la música en el siglo XXI: el caso de la industria discográfica mexicana*. Universidad Complutense de Madrid.
- Torres Rivas, E. (2007). *La piel de Centroamérica: Una visión epidérmica de setenta y cinco años de su historia*. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Valle, L. (2015). Apuntes sobre el baile popular en Costa Rica. *ÍSTMICA. Revista de la Facultad de Filosofía y Letras*, 18, Art. 18.
- Vargas, H. (2015). *Transformaciones en el campo de la música popular bailable en Costa Rica en la década de 1985-1995*. Universidad de Costa Rica.
- Vargas, M. (2004). *De las fanfarrias a las salas de concierto: Música en Costa Rica de 1840-1990*. Editorial Universidad de Costa Rica.
- Vargas, M., Chatski, E., & Vicente, T. (2012). *Música académica costarricense. Del presente al pasado cercano*. Universidad de Costa Rica. https://issuu.com/echatski/docs/op-662_musica_academica

Vicente, T. (2012). La música académica en el Valle Central: De oficio a profesión(1940 -1972). *Revista Kariña*, 36.

Victoriano, F. (2010). Estado, golpes de estado y militarización en América Latina: Una reflexión histórico política. *Argumentos*, 64, 175-193.

Viñuela, L. (2003). *La perspectiva de género y la música popular: Dos nuevos retos para la musicología*. KRK.

Webb, J. (2022, febrero 16). *Entrevista* [Comunicación personal].

Zaldívar, M. (2013). *Costarricenses en la música: Conversaciones con los protagonistas de la música popular 1939-1959*. Editorial Universidad de Costa Rica.

Zaldívar, M. (2021, mayo 31). *Entrevista* [Zoom].

Anexos

Anexo 1

Guía básica de entrevista semiestructurada

En el proceso de entrevista a diferentes actores del sector, con cada uno de ellos se trataran aspectos diferentes de la industria dependiendo el rol que jugaron en ella, pero en términos generales para cada uno de los aspectos a estudiar se plantean los temas y las preguntas guía que serán utilizadas en el proceso:

1.Reglas del Mercado Común Centroamericano en materia de bienes culturales.

- Cuáles eran las principales reglas de importación de materia prima para la empresa?
- Cuáles eran las principales reglas de exportación de discos a la región en ese momento?
- ¿Cómo afectó el período del conflicto armado Centroamericano el proceso de comercialización de bienes culturales?

2. Componentes del proceso de producción

- ¿De dónde provenía el capital inicial de la empresa? Quién era el dueño?
- ¿Por qué se decide venderla en 1966 a CBS?
- En qué consistía la relación con CBS, qué aspectos definía y cuáles no?
- ¿De dónde se importaba la materia prima y equipo para la planta de prensaje?
- ¿Cuántos departamentos tenía la empresa? Cuántas personas trabajaban en ella?
- ¿Cuáles eran las fases del proceso de producción?
- ¿Cómo y dónde aprendieron los técnicos a realizar los diferentes procesos de fabricación del disco?
- ¿Cuál era la cantidad de tirajes anuales que tenía la empresa?
- ¿Cuál fue la época de mayor producción de discos?

- ¿Cómo se analizaba la demanda del mercado? Hacían algún estudio de mercado?
- ¿De cada disco cuántos LP se tiraban generalmente?
- El Estado contratada tirajes de discos con la empresa: ¿cómo se establecía esa relación?
- ¿Cuánto costaba sacar un disco por unidad en 1970 y 1980?
- ¿Cómo se manejaba el tema de derechos de autor?
- ¿Dónde se registraban las obras publicadas?
- ¿Cuál era el margen de ganancia?
- ¿Cómo se distribuía la ganancia con los músicos?
- ¿Por qué se decide vender la empresa en 1986 a Sony?
- Cuando y cómo se desmantela la planta de prensaje de discos de CBS Indica?

3. Caracterización del catálogo

- ¿Qué se entendía por música nacional en el catálogo?
- ¿Qué porcentaje del catálogo general de CBS-INDICA era música nacional?
- ¿Cuántos discos de música nacional se tiraron en el periodo?
- ¿Cuál es el ritmo musical de más tiraje y el de menos tiraje?
- ¿Quién decidía qué se grababa y qué no?
- ¿La empresa seleccionaba ciertos grupos nacionales para ser grabados?
- ¿En algunos casos llegaban grupos nacionales a presentarse que querían ser grabados?Cuál era el proceso en ese caso?
- Había grupos nacionales que se pagaban el tiraje de sus discos, es decir, que sólo contrataban a la empresa?

4. Construcción de imaginarios

- ¿Cuáles eran los criterios de selección de lo que se publicaba y lo que no?
- ¿Había presencia de mujeres como artistas? ¿Por qué?
- ¿Se hacían estudios de mercado para definir la oferta?

- ¿Qué imagen de música latinoamericana estaba en boga en el periodo? Influía esto la definición del catálogo?
- ¿Habían directrices emitidas por CBS al respecto?

Anexo 2

Síntesis de operacionalización de la investigación

Objetivo específico	Aspectos a estudiar	Técnica e instrumento de recolección de información	Capítulo que lo desarrolla
Identificar las reglas del mercado de bienes culturales en Costa Rica en el período de estudio, que generaron la base de las condiciones de producción de esta industria.	-Reglas del Mercado Común Centroamericano en materia de bienes culturales.	Técnicas: Revisión documental y entrevista a exfuncionarios de empresas disqueras. Instrumentos: Guía de entrevista, guía para revisión documental.	Capítulo 2
Estudiar los componentes del proceso de producción de discos de vinilo, que permitieron la elaboración de estos bienes culturales por parte de la industria fonográfica.	-Origen del capital de la empresa. -Origen de materia prima y tecnología. -Cantidad de producción discográfica de música nacional. -Cantidad de tirajes de música nacional. -Costo aproximado de producción de un disco para cada década. -Derechos de autor y registro de obras.	Técnicas: Entrevista a exfuncionarios de empresas disqueras, revisión de periódicos de secciones de espectáculos, revisión de documentos de las empresas en Archivo Nacional, y entrevista a músicos del período. Instrumentos: Guía de entrevista, guía para revisión documental.	Capítulo 3
Caracterizar el catálogo de música nacional generado por esta industria en el período de estudio, que posibilitó la conformación de una oferta de música en el país. Determinar los imaginarios sobre la música nacional que generó esta industria cultural	-Proceso de selección del catálogo. -Imaginarios sobre demanda y públicos que estaban presentes en personeros de la industria en el proceso de selección. -Géneros musicales más producidos.	Técnicas: Entrevista a exfuncionarios de empresas disqueras, entrevista a músicos. Además revisión de bases de datos fonográficas: Data Base Discogs, Fonoteca de la Biblioteca Nacional y la Fonoteca Histórica del Archivo Universitario Rafael	Capítulo 4

a partir de la circulación masiva de estos catálogos. - Cambios en el catálogo a lo largo de las décadas. Obregón Loría de la Universidad de Costa Rica.

Instrumentos: Guía de entrevista, guía para revisión documental. Además matriz del catálogo discográfico.

Anexo 3

Cronología de principales momentos de desarrollo de la industria discográfica de 1877-1981

Año	Evento
1877	Primera reproducción de sonido de Edison en cilindros de papel de aluminio y dispositivo llamado "fonógrafo". Micrófono inventado por Emile Berliner. Charles Gros de Francia escribe un artículo que describe el proceso de grabación y reproducción de sonido.
1878	Se forma la Edison Speaking Phonograph Co. y se funda la Compañía Estereoscopio de Londres.
1881	Chichester A. Bell y Charles Sumner Tainter trabajan en mejoras en el fonógrafo.
1885	La patente de Bell & Tainter del "grafófono" reemplaza al cilindro de papel de aluminio por cartón encerado.
1887	Se hace la solicitud de patente de disco de fonógrafo plano por Emile Berliner. Se crea la empresa American Graphophone Co.
1888	Edison mejora el fonógrafo, usando cera y forma la empresa Edison Phonograph Works. Se realizan las primeras grabaciones de celebridades en el laboratorio de Edison. Se crea la empresa North American Phonograph Co.
1889	Se funda Columbia Phonograph Co. para comercializar productos de grafófono. En Alemania se producen los primeros gramófonos y discos.
1894	Berliner fabrica gramófonos y discos en Washington, D.C. Los hermanos Pathe en Francia fabrican fonógrafos y cilindros.
1895	National Phonograph Co. formada por Edison, fabrica y distribuye fonógrafos para hogares.
1897	La expansión internacional comienza con American Graphophone's Oficina de Londres.
1899	Se crea Deutsche Grammophon Gesellschaft en Hannover.
1900	Columbia Phonograph Co. abre una oficina en Londres.
1901	El marketing de las grabaciones en disco avanza con la formación de Victor Talking Machine Co.
1902	Columbia y Victor comparten la patente de las grabaciones en disco, y el cilindro cae en desgracia.
1903	Primer sistema de regalías para compensación de artistas discográficos. En Berlín, se crea la International Talking Machine Co. (Odeón)
1904	Primeros registros de doble cara emitidos por Odeón
1906	Aparece la Vitrola, primer fonógrafo de cuerno cerrado.
1909	Odeón publica las primeras grabaciones orquestales a gran escala.
1910	Enrico Caruso retransmite por radioteléfono desde backstage en el Metropolitan Opera.
1912	Se abandona el uso del cilindro. Se formaron muchas marcas nuevas.
1915	David Sarnoff propone "radio music box" a Marconi Wireless Telegraph Co.
1917	Victor lanza el primer disco de jazz de la Dixieland Jazz Band y la primer grabación de orquesta de Leopold Stokowski / Filadelfia.
1920	Primera transmisión de radio comercial en WEA, N.Y. Primeros radios anunciados para la venta.
1923	Primera transmisión transatlántica. Dr. Vladimir K. Zworykin solicita una patente y muestra un sistema completo de tv con tubo de imagen incluido.
1924	Auge de grabaciones debido a la difusión de la radio. Se perfecciona el registro eléctrico por parte de Bell Laboratories. El altavoz reemplaza auriculares.
1925	Columbia y Victor emite grabaciones eléctricas.
1926	Introducción de receptores de radio AC diseñados para conectarse a tomacorriente de pared.
1927	Se introducen las radios de automóvil. Primera radio de costa a costa.

- 1929** La empresa Victor es comprada por RCA.
Warner Bros. compra Brunswick Radio Corp.
- 1930** La depresión genera el declive de la industria discográfica, pero la radio recurre cada vez más a las grabaciones.
- 1931** Se forma la empresa EMI a través de la fusión de Gramophone Co. y Columbia Gramophone.
Demostración de primer disco de larga duración de 33 1/3 por RCA
- 1934** Se lanza American Decca.
RCA Víctor comercializada una combinación de grabador y radio.
- 1936** Se populariza la rocola o sinfonola.
El servicio de programas de televisión comenzó en Gran Bretaña.
- 1939** El primer FM experimental sale al aire.
Se ofrecen los primeros televisores a la venta en EE. UU.
- 1940** Las grabadoras de cinta magnética se producen en Alemania.
- 1942** Técnica de alta fidelidad utilizada por el inglés Decca.
Formación de Capitol Records.
- 1945** Nace Mercury Record Corp.
Existen en Estados Unidos 9 estaciones de TV comerciales, 46 estaciones de FM y 943 AM.
- 1946** Los primeros registradores de magnetic wire recorder llegan a los consumidores.
- 1947** Uso limitado de grabación en cinta magnética en Estados Unidos y Europa.
Sale al mercado el transistor.
- 1948** Columbia distribuye el LP de 33 1/3 r.p.m., con 23 minutos grabados por lado.
- 1949** RCA introduce el disco de 45 r.p.m y desencadena una batalla de velocidades.
Se presenta el fonógrafo de tres velocidades.
- 1950** RCA introduce el disco de 78 r.p.m. las ventas disminuyen cuando RCA anuncia su intención de producir LP.
- 1954** Primer radio de bolsillo de transistores comercializado masivamente en 49,95 dólares.
- 1955** Columbia inicia club de discos, mientras que otras empresas cortan precios LP.
- 1956** Primera aparición de una grabación en cinta estereofónica de alta calidad.
Grabación de cintas de video introducido para las estaciones de televisión.
- 1958** Se introducen los primeros LP y fonógrafos estéreo.
- 1960** Stereo boom to offset singles dip
- 1961** El estéreo FM funciona correctamente con la FCC; los bastidores muestran ganancias.
- 1962** Temporada de verano una de las mejores de la historia para los singles. Se registra una ganancia del 24% con respecto a 1961
- 1964** Las ventas en Estados Unidos alcanzaron un récord histórico con la invasión de los Beatles y se registran grandes ganancias en ventas de LP.
- 1966** Primera gran comercialización de grabadoras de casete.
- 1967** Los fabricantes elevan los precios monoaurales al nivel estéreo gran paso en la creación de la industria del estéreo.
- 1969** Tendencia hacia el crecimiento en todos los niveles del negocio de la música con todas las áreas involucradas en el juego de la fusión.
- 1970** Sistema de cartucho de 4 canales y 8 pistas compatible, Quad-8, presentado por RCA y Motorola.
- 1971** CBS / Sony previsualiza el disco "SO", un 4- sistema de disco de canal.
Primera conferencia internacional en grabación de video (VIDCA).
Cartucho compatible de 4 canales y 8 pistas
- 1972** RCA, Japan Victor Co. y Panasonic presentan 4 canales sistema de disco discreto. Grabaciones de sonido proporcionadas mayor protección federal contra la piratería.
De desarrollo demostración del sistema de disco de video doméstico.
- 1973** Se da una oleada de creación de estatutos estatales contra la piratería para reducir el flujo ilícito de cintas.
- 1974** La continua escasez de material eleva los costos de producción en un 35% para singles y 60% para LP.
- 1975** La inflación eleva los precios de los sencillos de \$ 1 a \$ 1,29, LP y las cintas saltan \$ 1.
Proliferan las cadenas minoristas de discos y cintas.

- 1976** La discoteca rompe como una potente fuente de promoción y ventas; New Wave golpea, pocos grandes responden.
CBS pistas de lanzamientos de superestrellas de mayor precio.
- 1977** Se aprueba la nueva ley de derechos de autor revisada.
Se revive la grabación directa en disco.
Cinta de video grabada auge de ventas a medida que muchos fabricantes entran en el mercado.
Las computadoras se convierten en importantes artículos de consumo.
Los reproductores de audio / cintas reemplazan a los CB como los mejores automóviles nuevos producto.
- 1978** Bandas sonoras de películas disfrutan de una renovada popularidad, y combinado con la emoción generada por la música disco que impulsa la película "Saturday Night Fever" y que genera récords en los niveles de ventas.
Entra la grabación digital la escena y el video obtienen una mayor aceptación a pesar del formato Confusión.
- 1979** Fusiones de etiquetas y la crisis energética / económica la industria acaba de salir de un aumento de ventas de 1978 que vio el volumen pregrabado en EE. UU. sobrepasar los \$ 4 mil millones.
La cinta de audio con partículas metálicas llega al mercado.
- 1980** MCA estrena disco de video DiscoVision en varios mercados de EE. UU.
mientras que RCA y JVC anuncian próximas versiones no compatibles de sistemas de videodisco.
Muchas discográficas se preparan para la introducción del video.
La controversia de la grabación casera se calienta en un año de bajas ventas récord.
- 1981** RCA lanza el videodisco Selecta Visión en uno de los mayores campañas introductorias en electrónica de consumo historia.
CBS presenta la reducción de ruido del decodificador CX sistema para discos codificados compatibles.
Sony presenta Grabador de estudio profesional digital de 24 pistas.
Personal, estéreo / auriculares portátiles ganan popularidad en todo el mundo como prácticamente todos los principales fabricantes emitió una versión del Sony Walkman. Registros CBS responde a la inflación en espiral y los márgenes de precios estrechos aboliendo la lista de precios en todas las categorías de productos los precios al por mayor aumentan.

Fuente: Billboard (1982). International Buyer's Guide.

Anexo 4

Lugar de origen y residencia de los principales músicos de orquesta

de las décadas de 1939-1959

Músico	Lugar de nacimiento	Lugar de residencia en el momento de la entrevista	Orquestas en las que participó
Francisco “Kiko” Barahona	Naranjo, Alajuela	Desamparados	Orquesta de julio Barquero, Orquesta Hugo Mariani, Orquesta Lubín Barahona y los Caballeros del Ritmo
Otto Vargas	No se menciona	Alajuelita, 1997	Orquesta Guillermo Murillo, Orquesta Otto Vargas
Gilberto Hernández	Puntarenas	No se menciona	Orquesta de Lubín Barahona
Jorge Duarte	Cerca del Hospital San Juan de Dios	No se menciona	Orquesta Lubín Barahona
Carlos Luis Vargas	San Marcos de Tarrazú	Calle Blancos	Orquesta Wilson Boys, Orquesta Gil Vega, Orquesta Hernán Sánchez, Orquesta Alcides Prado
Pablo Pochet Baroni	Barrio la Soledad, centro de San José	No se menciona	Lubin Barahona
Rosario Coto	No se menciona	Hatillo 3, 2001	Orquesta Gilberto Murillo, Orquesta julio Barquero, Lubín Barahona
Ronald Alfaro	San Ramón de Alajuela	Tibás, 2001	Orquesta Maryval, Otto Vargas, Trio alma de américa, Lubín Barahona
José Córdoba	Curridabat	San pedro montes de oca 2001	Trio Alma de América
Manuel Chamorro	Liberia	Liberia	
Francisco paco quintana	No se menciona	Barrio Calderón Muñoz	Orquesta Gilberto Murillo
Edgar Chávez	No se menciona	Hatillo, 2001	Conjunto Castillo, Orquesta Maryval, Otto Vargas, Súper Orquesta Costa Rica
Oscar “el gato” Fernández	Sur de san José	Barrio naciones Unidas, sur de San José, 2001	Orquesta Néstor Cubero, Gilbert Murillo

Rafa Pérez	No se menciona	Tibás, 2001	Isaac Segundo Barahona, Lubín Barahona, Orquesta Maryval
Las hermanas Chavarría	La dolorosa	Hatillo 1, 2001	Cuadro Buenos Aires, Trio alma de América, Trio Los Ticos
Elizabeth Alvarado	Sarchí de Valverde Vega	San pablo de Heredia	Trio los brillantes, el combo de Carlos Luna, Marimba Chorotega
Julita Cortés	No se menciona	Escazú, 2001	Los Machucambos
Ricardo Mora	Puriscal	Barrio la Dolorosa	Conjunto Siboney
Guillermo sacho	Barrio ángeles José	los San Luis de santo Domingo de Heredia	Cuadro Buenos Aires, Gilberto Murillo
Carlos Oconitrillo	Barrio ángeles	los No se menciona	Maryval, quincho prado, Julio Barquero, Wilson Boys
Eduardo Blanco	Barrio lujan	Gravilias, desamparados	Luis Martínez, Wilson Boys, Gilberto Murillo, paco Alvarado, Julio barquero, Toño Solís
Ray Tico	Limón	No se menciona	
Mario Chacón	Santo domingo de Heredia	No se menciona	Cuadro buenos aires, Trio Los Ticos

Fuente: (Zaldívar, 2013)

Anexo 5

CATÁLOGO DE DISCOS GRABADOS EN LA EMPRESA CBS INDICA EN FORMATO LP POR GÉNERO MUSICAL EN EL PERIODO 1963-1989.

Este catálogo fue creado a partir de revisión de archivos institucionales y colaboraciones de coleccionistas, así como revisión de plataformas de discos.

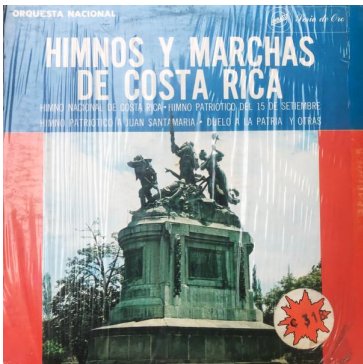
De cada uno de los discos se presenta información básica como la portada, el nombre del grupo, título del disco, el año y las canciones. Con respecto a las portadas de los discos, estas se incluyen en la mayoría de los casos, pero algunas fotografías al ser tomadas en las casas de los coleccionistas, el resultado final no tienen la calidad adecuada y por tanto decidido no se incluirlas.

En el caso de la información de la casilla denominada “Institución, sello disquero o prensaje particular”, esta refiere a las diferentes formas en que la empresa vendía servicios, sea a instituciones o personas (en este caso se consignaba con el código PP antes del número del disco), o bien, a otros sellos disqueros (que aparecían en la portada o contraportada de los discos). De manera que en los casos que se tenía ese dato en el disco se explicita en dicho espacio.

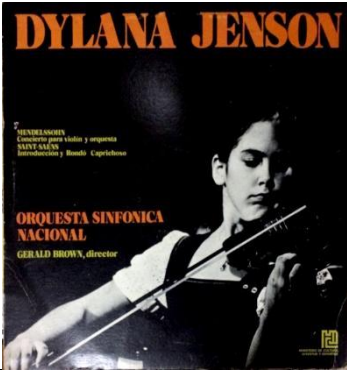
Finalmente, con respecto a las canciones u obras que se incluyen en cada disco esta información se incluye en la ficha en los casos que estuvo disponible. Para estas se asigna la letra A o B dependiendo en qué lado del disco aparece y la numeración siguiendo su orden de aparición en cada lado.

El catálogo se muestra a partir de la clasificación seguida en el estudio que contempla cinco categorías utilizadas por la empresa CBS INDICA para organizar su producción para la venta, estas son: música clásica, himnos, folklore, romántica, tropical y rock.

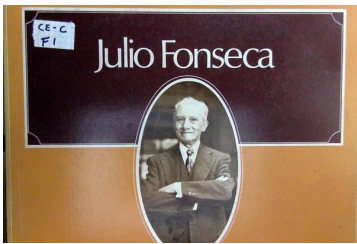
1. HIMNOS Y MARCHAS

Número en el catálogo: 1		
Portada 	Grupo: Orquesta sinfónica	
	Título del disco: Himnos y marchas de Costa Rica	
	Año: 1987	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Obra A1 Himno Nacional De Costa Rica A2 Patriótica Costarricense A3 Himno Patriótico Al 15 De Setiembre A4 Marcha Patriótica Santa Rosa A5 Himno Patriótico Al 1 de Mayo A6 Himno Patriótico A Juan Santamaría A7 A La Bandera De Costa Rica	B1 Duelo De La Patria B2 Oh Costa Rica

2. MÚSICA CLÁSICA

Número en el catálogo: 2		
Portada 	Grupo: Orquesta sinfónica Nacional	
	Título del disco: Dylana Jenson	
	Año: 1973	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: Ministerio de Cultura Juventud y Deportes	
	Obra	

Número en el catálogo: 3		
Portada 	Grupo: Orquesta sinfónica	
	Título del disco: Julio Fonseca,	
	Año: 1985	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: Ministerio de Cultura Juventud y Deportes	
	Obra Suite tropical Gran fantasía sinfónica Vals Leda	

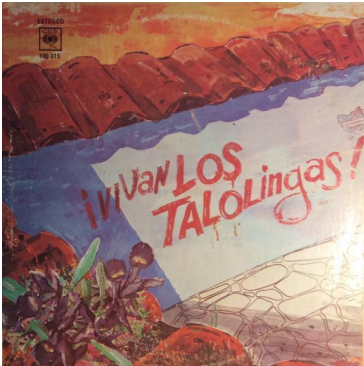
Número en el catálogo: 4		
Portada 	Grupo: Bernal Flores	
	Título del disco: Julio Fonseca - Musica Para Piano	
	Año: 1971	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes	
	Obra	
	A1 Notturnetto A2 Hoja de Álbum A3 Nocturno A4 Vals Virginia	B1 My Grandson Awakening B2 To A Girl B3 Beware! J.A. Is Coming B4 Teenagers B5 The Baby Smiles In The Cradle B6 At Sunset B7 The Delaware Patrol

Número en el catálogo: 6		
Portada	Grupo: Banda sinfónica del Conservatorio Castella	
	Título del disco: Banda sinfónica del Conservatorio Castella	
	Año: 1989	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: pp 44-89	
	Obra	

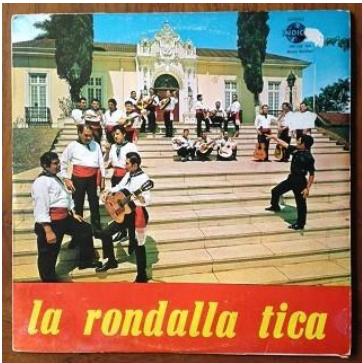
Número en el catálogo: 7		
Portada	Grupo: Varios	
	Título del disco: Así es Costa Rica: canciones de Alcides Prado	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: PP 376	
	Obra	

Número en el catálogo: 8		
Portada 	Grupo: Varios	
	Título del disco: Homenaje a Jorge Debravo	
	Año: 1971	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes	
	Obra A1 Jorge Debravo– Fragmento A2 Ana Poltronieri–Canto de Amor a las Cosas (1a Parte) A3 Jorge Debravo–La balada del despierto A4 Alfredo Catania-Esta hora nueva A5 Oscar Castillo (2)–Nocturno Sin Patria A6 Gladys Catania– El encuentro A7 Montserrat Salvador– Elegía a Cristo A8 Jorge Debravo–Digo	B1 Guido Sáenz–Yo no quiero morirme esta semana B2 Haydée de Lev–En qué rincón de la carne B3 Jorge Debravo–El Romance Negro B4 Virginia de Fernández– Nocturno de Vida y Muerte B5 Jorge Debravo– Yo no sabría decirte B6 Ana Poltronieri–Canto de Amor a las Cosas (2a Parte) B7 Jorge Debravo–Canciones de Amor y Pan B8 Antonio Yglesias– Mucho más que contigo B9, Guido Sáenz–Canciones de Amor y Pan B10 Lenin Garrido Y Anabelle Garrido–Diálogos de la Siembra B11 Jorge Debravo– Balada de la Cosecha

3. FOLKLORE

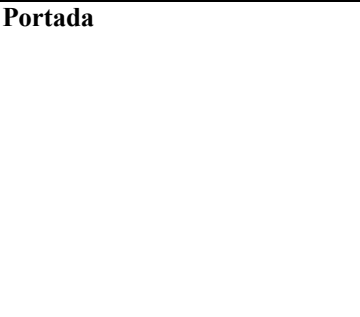
Número en el catálogo: 9		
Portada 	Grupo: Los Tololingas	
	Título del disco: Vivan Los Tololingas	
	Año: 1970	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 La Guaria Morada A2 Morena Linda A3 Gusanito De Espavel A4 Mi Talolinga A5 Me Estas Pringando A6 Maiz Pujagua	B1 El Guipipía B2 La Coyolera B3 Tempisqueña B4 Vibora Viborana B5 El Guacalito B6 Guaria Guapa

Número en el catálogo: 10		
Portada	Grupo: La Rondalla tica	
	Título del disco: Los grandes éxitos típicos	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones	

Número en el catálogo: 11		
Portada 	Grupo: La Rondalla tica	
	Título del disco: Rondalla tica	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones	

Número en el catálogo: 12		
Portada 	Grupo: Trío Los Ticos	
	Título del disco: Típicas con los ticos	
	Año: 1966	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 La Guaria Morada A2 El Torito A3 Pasión A4 Linda Costa Rica A5 De La Caña Se Hace El Guaro A6 Asi Es Mi Tierra	B1 Punto Guanacasteco B2 Amor De Temporada B3 Mi Novia Linda B4 El Huellón De La Carreta B5 Caballito Nicoyano B6 Ticas Lindas

Número en el catálogo: 13										
Portada 	Grupo: Trío Los Ticos									
	Título del disco: Bailemos con el conjunto ritmo Los Ticos									
	Año: 1964									
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:									
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 Mosaico De Reloj</td><td>B1 Mosaico El Del Burro</td></tr> <tr> <td>A2 Mosaico De Ramona</td><td>Socarron</td></tr> <tr> <td>A3 Mosaico Electrónico</td><td>B2 Puro México</td></tr> <tr> <td></td><td>B3 Canciones De Mario Chacón</td></tr> </table>	Canciones		A1 Mosaico De Reloj	B1 Mosaico El Del Burro	A2 Mosaico De Ramona	Socarron	A3 Mosaico Electrónico	B2 Puro México	
Canciones										
A1 Mosaico De Reloj	B1 Mosaico El Del Burro									
A2 Mosaico De Ramona	Socarron									
A3 Mosaico Electrónico	B2 Puro México									
	B3 Canciones De Mario Chacón									

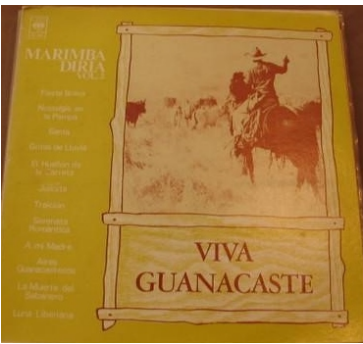
Número en el catálogo: 14				
Portada 	Grupo: Trío Los Ticos			
	Título del disco: Sigamos bailando			
	Año: 1970			
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:			
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td></td><td></td></tr> </table>	Canciones		
Canciones				

Número en el catálogo: 15														
Portada 	Grupo: Trío Los Ticos													
	Título del disco: Típicas bailables con Los Ticos													
	Año: s.f													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 El Torito</td><td>B1 El Punto Guanacasteco</td></tr> <tr> <td>A2 El Zapateado</td><td>B2 El Cambute</td></tr> <tr> <td>A3 El Pavo</td><td>B3 La Botijuela</td></tr> <tr> <td>A4 Caña Dulce</td><td>B4 Los Amores De Laco</td></tr> <tr> <td>A5 La Guaria Morada</td><td>B5 Ticas Lindas</td></tr> <tr> <td>A6 Guarito E' Caña</td><td>B6 Amor De Temporada</td></tr> </table>	Canciones		A1 El Torito	B1 El Punto Guanacasteco	A2 El Zapateado	B2 El Cambute	A3 El Pavo	B3 La Botijuela	A4 Caña Dulce	B4 Los Amores De Laco	A5 La Guaria Morada	B5 Ticas Lindas	A6 Guarito E' Caña
Canciones														
A1 El Torito	B1 El Punto Guanacasteco													
A2 El Zapateado	B2 El Cambute													
A3 El Pavo	B3 La Botijuela													
A4 Caña Dulce	B4 Los Amores De Laco													
A5 La Guaria Morada	B5 Ticas Lindas													
A6 Guarito E' Caña	B6 Amor De Temporada													

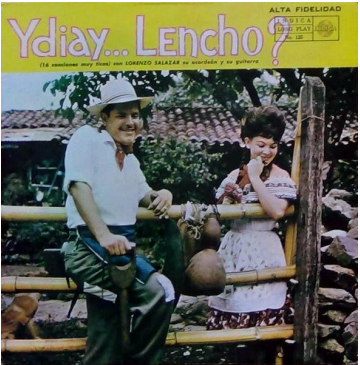
Número en el catálogo: 16		
Portada 	Grupo: Trío los Ticos	
	Título del disco: Más típicas con Los Ticos	
	Año: 1981	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 El Piojo A2 La Cajeta A3 El Coyotillo A4 La Loca A5 Lengua Larga A6 Los Cuatro Gatos	B1 Guarito E Caña B2 Con Mi Guitarra En La Mano B3 Los Novios B4 Morena Linda B5 Ruede La Bola B6 Morenitas

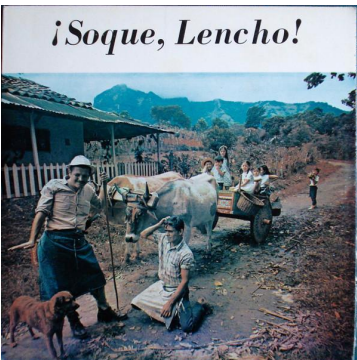
Número en el catálogo: 17		
Portada	Grupo: Trío Los Ticos	
	Título del disco: A mi Costa Rica	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones	

Número en el catálogo: 18		
Portada 	Grupo: Marimba Diríá	
	Título del disco: Viva Guanacaste	
	Año: 1974	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Amor De Temporada A2 Flor De Caña A3 Los Amores De Laco A4 La Botijuela A5 El Torito A6 Marimba Diríá	B1 Así Es Guanacaste B2 Zapateado B3 He Guardado B4 La Cajeta B5 La Polvareda B6 Espiritu Guanacasteco

Número en el catálogo: 19		
Portada 	Grupo: Marimba Diria	
	Título del disco: Viva Guanacaste vol. 2	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Fiesta Brava A2 Nostalgia En La Pampa A3 Santa A4 Gotas De Lluvia A5 El Huellón De La Carreta A6 Juanita	B1 Traición B2 Serenata Romántica B3 A Mi Madre B4 Aires Guanacastecos B5 La Muerte Del Sabanero B6 Luna Liberiana

Número en el catálogo: 20		
Portada 	Grupo: Lencho Salazar	
	Título del disco: ¡Quiubo Lencho?...	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Palito E Guarumo A2 La Tonada Del Despecho A3 Chepillo A4 Triste Muy Triste A5 La Chayotera A6 El Cordelillo A7 Amor Del Polvorista	B1 Pasas ... Y Me Chiflas B2 Traigo Rafela B3 El Velorio B4 Engracia Hernandez B5 La Arranca Terrones

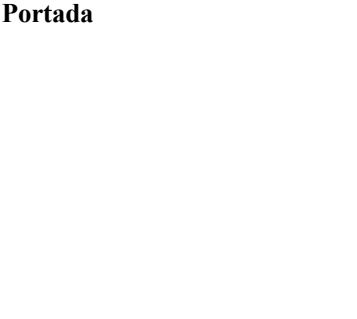
Número en el catálogo: 21		
Portada 	Grupo: Lencho Salazar	
	Título del disco: Ydiay...Lencho?	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 El Himno Al Guaro A2 Estampas De Abril Y Mayo A3 Palomita Encantadora A4 Estampas Ticas A5 La Zegua A6 Pasión A7 La Danza De Los Mecates A8 Patriótica Costarricense	B1 Ay Viene El Angel... B2 Romelia B3 La Pava Negra B4 La Saca E Guaro B5 El Palo E Guaba B6 La Conchita B7 He Guardado B8 Amor De Temporada

Número en el catálogo: 22	
Portada	Grupo: Lencho Salazar
	Título del disco: Soque Lencho!
	Año: s.f
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
Canciones A1 La Culpa La Tuvo El Guaro A2 Pa' Puntarenas A3 Aparecidos A4 Pa' Uste Delaida A5 El Indio Enamorado A6 El Boyero A7 El Polecía	B1 La Trista Historia B2 Viaje Al Puerto B3 La Luna E' Miel B4 Matrimonio Mal Hecho B5 Luzmilda Azofeifa B6 La Chorca B7 Despedida

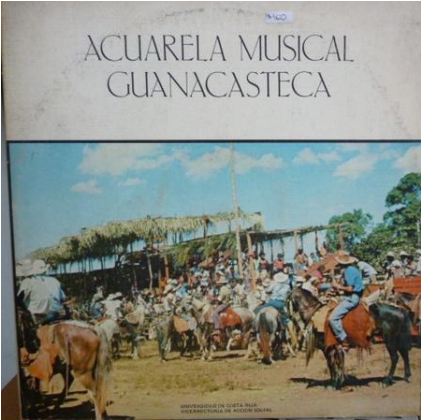
Número en el catálogo: 23	
Portada	Grupo: Lencho Salazar
	Título del disco: Danzas costarricenses
	Año: 1976
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
Canciones A1 Pasión A2 Amores De Guardia A3 Nandayureña A4 Danza Tica A5 Cómo Estás A6 Cuatro Filazos A7 Chismografía A8 Punto Guanacasteco	B1 Nicoyanita B2 La Pava Negra B3 El Floreo B4 El Suelto B5 Romance En Limón B6 Espíritu Guanacasteco B7 Charanga B8 Punto Sancarleño

Número en el catálogo: 24	
Portada	Grupo: Lencho Salazar ft Trío del Ama de América
	Título del disco: Costa Rica: El país de la amistad
	Año: s.f
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
	Instituto de Turismo
Canciones A1 Mosaico A Costa Rica A2 Recordando Mi Puerto A3 Costarriqueña A4 Amor de Temporado A5 Mendigo de Amor A6 Caballito Nicoyano	B1 La Guaría Morado B2 De la Caña Se Hace El Guaro B3 Pampa B4 Portete B5 Noche de Inspiración B6 Punto Guanacasteco

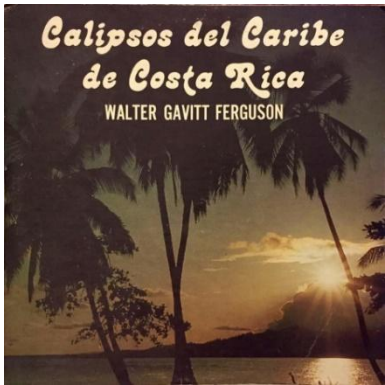
Número en el catálogo: 25																
Portada 	Grupo: Lencho Salazar															
	Título del disco: Adentro Lencho!															
	Año: s.f															
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: Shell															
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 La Arrugua E'Chepa</td><td>B1 El Quijongo</td></tr> <tr> <td>A2 Maicerita Mia</td><td>B2 Estoy Chirote</td></tr> <tr> <td>A3 El Cadejos</td><td>B3 La Llorona</td></tr> <tr> <td>A4 El Tamal</td><td>B4 Las Cogidas De Cafe</td></tr> <tr> <td>A5 El Chinchivi</td><td>B5 La Subasta En El Turno</td></tr> <tr> <td>A6 Jacinta</td><td>B6 El Dia De Pago</td></tr> <tr> <td>A7 La Botija</td><td>B7 La Serenata</td></tr> </table>	Canciones		A1 La Arrugua E'Chepa	B1 El Quijongo	A2 Maicerita Mia	B2 Estoy Chirote	A3 El Cadejos	B3 La Llorona	A4 El Tamal	B4 Las Cogidas De Cafe	A5 El Chinchivi	B5 La Subasta En El Turno	A6 Jacinta	B6 El Dia De Pago	A7 La Botija
Canciones																
A1 La Arrugua E'Chepa	B1 El Quijongo															
A2 Maicerita Mia	B2 Estoy Chirote															
A3 El Cadejos	B3 La Llorona															
A4 El Tamal	B4 Las Cogidas De Cafe															
A5 El Chinchivi	B5 La Subasta En El Turno															
A6 Jacinta	B6 El Dia De Pago															
A7 La Botija	B7 La Serenata															

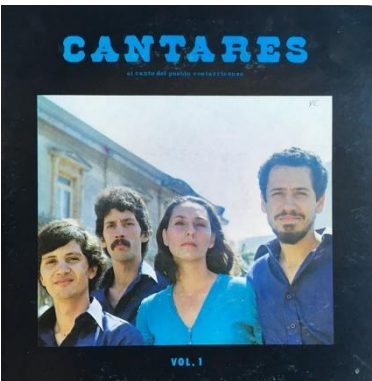
Número en el catálogo: 26				
Portada 	Grupo: Lencho Salazar			
	Título del disco: El abuelo Lencho			
	Año: s.f			
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:			
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td></td><td></td></tr> </table>	Canciones		
Canciones				

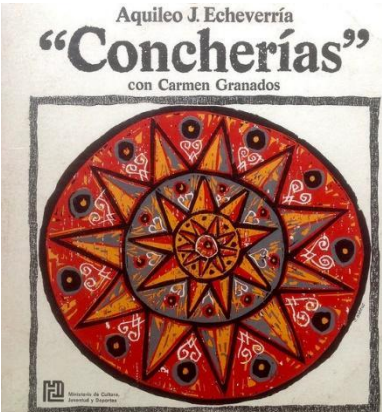
Número en el catálogo: 27																
Portada 	Grupo: Lencho Salazar															
	Título del disco: El Rancho e' Lencho															
	Año: 1979															
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:															
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 Lencho Salazar– Ernestina Hermosa</td><td>B1 Lencho Salazar– Casonas Viejas</td></tr> <tr> <td>A2 Los Chiquizases 'e Naranjo– Viva San Juan</td><td>B2 Los Chiquizases 'e Naranjo– Amor De Bajo Corrales</td></tr> <tr> <td>A3 Juan Rafael Sandoval–Amor De Cafetal</td><td>B3 Juan Rafael Sandoval–El Samuel</td></tr> <tr> <td>A4 Los Chiquizases 'e Naranjo– Volando Voy</td><td>B4 Los Chiquizases 'e Naranjo– La Chinda</td></tr> <tr> <td>A5 Lencho Salazar– Oración De Una Solterona</td><td>B5 Lencho Salazar– Tango</td></tr> <tr> <td>A6 Los Chiquizases 'e Naranjo– Adios A Mi Filomena</td><td>B6 Los Chiquizases 'e Naranjo– La Jocotona</td></tr> <tr> <td>A7 Juan Rafael Sandoval–El Sombrerillazo</td><td>B7 Juan Rafael Sandoval–El Rosario Del Niño</td></tr> </table>	Canciones		A1 Lencho Salazar– Ernestina Hermosa	B1 Lencho Salazar– Casonas Viejas	A2 Los Chiquizases 'e Naranjo– Viva San Juan	B2 Los Chiquizases 'e Naranjo– Amor De Bajo Corrales	A3 Juan Rafael Sandoval–Amor De Cafetal	B3 Juan Rafael Sandoval–El Samuel	A4 Los Chiquizases 'e Naranjo– Volando Voy	B4 Los Chiquizases 'e Naranjo– La Chinda	A5 Lencho Salazar– Oración De Una Solterona	B5 Lencho Salazar– Tango	A6 Los Chiquizases 'e Naranjo– Adios A Mi Filomena	B6 Los Chiquizases 'e Naranjo– La Jocotona	A7 Juan Rafael Sandoval–El Sombrerillazo
Canciones																
A1 Lencho Salazar– Ernestina Hermosa	B1 Lencho Salazar– Casonas Viejas															
A2 Los Chiquizases 'e Naranjo– Viva San Juan	B2 Los Chiquizases 'e Naranjo– Amor De Bajo Corrales															
A3 Juan Rafael Sandoval–Amor De Cafetal	B3 Juan Rafael Sandoval–El Samuel															
A4 Los Chiquizases 'e Naranjo– Volando Voy	B4 Los Chiquizases 'e Naranjo– La Chinda															
A5 Lencho Salazar– Oración De Una Solterona	B5 Lencho Salazar– Tango															
A6 Los Chiquizases 'e Naranjo– Adios A Mi Filomena	B6 Los Chiquizases 'e Naranjo– La Jocotona															
A7 Juan Rafael Sandoval–El Sombrerillazo	B7 Juan Rafael Sandoval–El Rosario Del Niño															

Número en el catálogo: 28	
Portada 	Grupo o artista: Jorge Luis Acevedo Vargas
	Título del disco: Acuarela musical guanacasteca
	Año: 1980
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: Vicerrectoría de acción social UCR
	Canciones

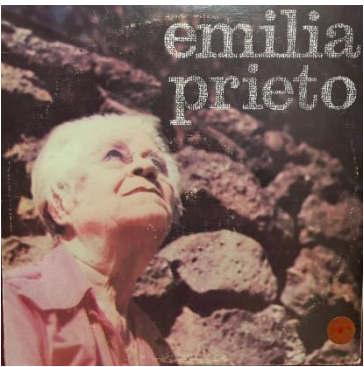
Número en el catálogo: 29	
Portada 	Grupo: Rondalla INS
	Título del disco: Rondalla INS
	Año: 1981
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: INS
	Canciones

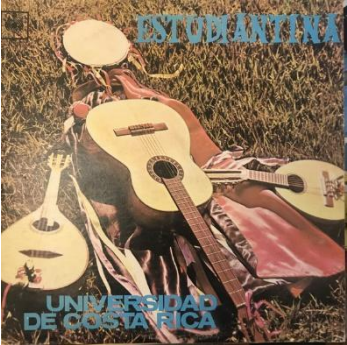
Número en el catálogo: 30	
Portada 	Grupo o artista: Walter Ferguson
	Título del disco: Calipsos del Caribe de Costa Rica
	Año: 1986
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: Ministerio de Cultura Juventud y Deportes
	Canciones A1 Tourn you banner roll A2 Cabin in the wáter A3 Nigger never like me A4 Tacuma And Anansi's Party A5 Leave People Business Alone B1 Sorry Fi Magga Dog B2 Love Up Your Teacher B3 G.O.O.D. B4 Confusion B5 Everybody laughing At Me

Número en el catálogo: 31	
Portada 	Grupo: Cantares
	Título del disco: Cantares. El canto del pueblo costarricense
	Año: 1982
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: Prensaje particular (Pp 468 A)
	Canciones A1 Caballo A2 El tesoro de Nayudel A3 El sueño que habrá de ser A4 Retahíla A5 Arriera A6 Galileo Gailei A7 El amor B1 La guaria morada B2 La mascada de Pedro Arias B3 El siglo nos llama B4 Por ese barro B5 Coplas de amor B6 Don Quijote de la Mancha

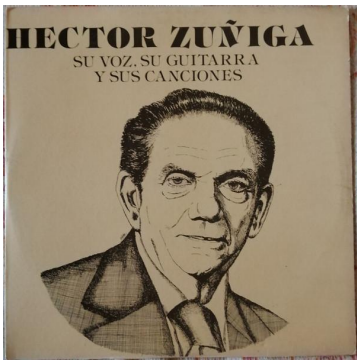
Número en el catálogo: 32	
Portada Aquileo J. Echeverría “Concherías” con Carmen Granados 	Grupo: varios artistas
	Título del disco: Equileo J, Echeverría. Concherías
	Año: 1975
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: Ministerio de cultura Juventud y Deportes PP-403
	Canciones A1 Efluvios De Amor A2 Mercado leña A3 Dialogo A4 El curandero B1 Luna tabarcela B2 Al mercado B3 Visita de pésame B4 Trato frustrado B5 La vela de un angelito

Número en el catálogo: 33	
Portada 	Grupo: Varios artistas
	Título del disco: Estampas tica
	Año: 1983
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
	Canciones A1 Linda Costa Rica A2 He guardado A3 Maicerita mía A4 La guaria morada A5 Espiritu guanacasteco A6 El guipipía B1 El punto guanacasteco B2 Caña dulce B3 Estampas ticas B4 Amor de temporada B5 Luna liberiana B6 Ticas lindas

Número en el catálogo: 34														
Portada 	Grupo: Emilia Prieto													
	Título del disco: Música patria y folklórica													
	Año: s.f													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Un imposible</td><td>B1 Serenata</td></tr> <tr> <td>A2 Las despedidas</td><td>B2 Pero mire mamá</td></tr> <tr> <td>A3 Mariquita</td><td>B3 Échale betún</td></tr> <tr> <td>A4 Palomita</td><td>B4 Rosa de abril</td></tr> <tr> <td>A5 Cándido lirio</td><td>B5 Carta</td></tr> <tr> <td>A6 Ya me voy</td><td>B6 Llorando cogí la pluma</td></tr> </table>	Canciones		A1 Un imposible	B1 Serenata	A2 Las despedidas	B2 Pero mire mamá	A3 Mariquita	B3 Échale betún	A4 Palomita	B4 Rosa de abril	A5 Cándido lirio	B5 Carta	A6 Ya me voy
Canciones														
A1 Un imposible	B1 Serenata													
A2 Las despedidas	B2 Pero mire mamá													
A3 Mariquita	B3 Échale betún													
A4 Palomita	B4 Rosa de abril													
A5 Cándido lirio	B5 Carta													
A6 Ya me voy	B6 Llorando cogí la pluma													

Número en el catálogo: 35														
Portada 	Grupo: Estudiantina de la Universidad de Costa Rica													
	Título del disco: Estudiantina de la Universidad de Costa Rica													
	Año: S.F													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: Prensaje particular PP 423 B													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Pasión</td><td>B1 Ella</td></tr> <tr> <td>A2 Te encontraré</td><td>B2 Otra vez</td></tr> <tr> <td>A3 El cóndor pasa</td><td>B3 La tuna provinciana</td></tr> <tr> <td>A4 Recordando mi puerto</td><td>B4 La jota de la uva</td></tr> <tr> <td>A5 La flor de Nayuribes</td><td>B5 Somos estudiantes</td></tr> <tr> <td>A6 Estudiantina</td><td>B6 La parranda</td></tr> </table>	Canciones		A1 Pasión	B1 Ella	A2 Te encontraré	B2 Otra vez	A3 El cóndor pasa	B3 La tuna provinciana	A4 Recordando mi puerto	B4 La jota de la uva	A5 La flor de Nayuribes	B5 Somos estudiantes	A6 Estudiantina
Canciones														
A1 Pasión	B1 Ella													
A2 Te encontraré	B2 Otra vez													
A3 El cóndor pasa	B3 La tuna provinciana													
A4 Recordando mi puerto	B4 La jota de la uva													
A5 La flor de Nayuribes	B5 Somos estudiantes													
A6 Estudiantina	B6 La parranda													

Número en el catálogo: 36																
Portada 	Grupo: Estudiantina de la Universidad de Costa Rica															
	Título del disco: Estudiantina de la Universidad de Costa Rica															
	Año: 1976															
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: Prensaje particular															
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Fonseca</td><td>B1 Apaga luz</td></tr> <tr> <td>A2 Sirena del mar</td><td>B2 Tipitín</td></tr> <tr> <td>A3 Luna liberiana</td><td>B3 Alma llanera</td></tr> <tr> <td>A4 Capotín</td><td>B4 Rosa de abril</td></tr> <tr> <td>A5 Pasillaneando</td><td>B5 Si vas para Chile</td></tr> <tr> <td>A6 El bolero mayorquino</td><td>B6 El bachiller</td></tr> <tr> <td>A7 San Miguel en carnaval</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 Fonseca	B1 Apaga luz	A2 Sirena del mar	B2 Tipitín	A3 Luna liberiana	B3 Alma llanera	A4 Capotín	B4 Rosa de abril	A5 Pasillaneando	B5 Si vas para Chile	A6 El bolero mayorquino	B6 El bachiller	A7 San Miguel en carnaval
Canciones																
A1 Fonseca	B1 Apaga luz															
A2 Sirena del mar	B2 Tipitín															
A3 Luna liberiana	B3 Alma llanera															
A4 Capotín	B4 Rosa de abril															
A5 Pasillaneando	B5 Si vas para Chile															
A6 El bolero mayorquino	B6 El bachiller															
A7 San Miguel en carnaval																

Número en el catálogo: 37		
Portada 	Grupo: Hector Zúñiga	
	Título del disco: Su voz, su guitarra y sus canciones	
	Año: 1980	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Amor de Temporada A2 Están Yeguando A3 Paisaje A4 Dieciocho Primaveras A5 El Burro'E Chilo A6 Playas Del Coco	B1 Murciélago B2 El Tren de Puntarenas B3 Visión De La Pampa B4 El Huellón De La Carreta B5 Toros de Ayer y de Hoy B6 Amanecer Pampero

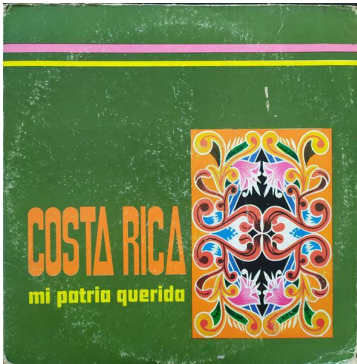
Número en el catálogo: 38		
Portada 	Grupo: Varios	
	Título del disco: Música Popular Afrolimonense	
	Año: 1982	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes	
	Canciones A1 Monilia A2 Madie Gal A3 Woman Sweet Than A Man A4 "Tree biling" A5 Yuca And Plantain A6 Baptism (Bautismo) A7 Helen A8 Dog War Of Matches Land B1 Reathing B2 Happy And Hot B3 Té, Chocolate, Café B4 Canción Escolar B5 En Costa Rica B6 California B7 Sambo, Sambi, Sambi B8 London Bridge B9 Ron, Macarrón, Tintero B11 Chimi, Chimi, Chimi B12 Bombon Bombon B12 Canción De Cuna B13 My Faith Look Up To The B14 Cuando Veo La Sangre B15 Dios Cuidará De Tí	C1 Sirena (Inicio Del Carnaval) C2 Comparsa "Los Marineros" C3 Comparsa "Los Indios" C4 Comparsa "Los Ticos Alegres" C5 Comparsa "Los Excelentes" C6 Comparsa "Los Brasileiros" C7 Comparsa De Cahuita C8 Música Para El Desfile De Disfraces C9 Royal Telephone C10 Lambu C11 Canción Para Un Cuento Culi D1 Vals D2 Cuadrilla: Primera Figura D3 Cuadrilla: Segunda Figura D4 Cuadrilla: Tercera Figura D5 Cuadrilla: Cuarta Figura D6 Cuadrilla: Quinta Figura D7 Vals D8 Canción De Bala Yula

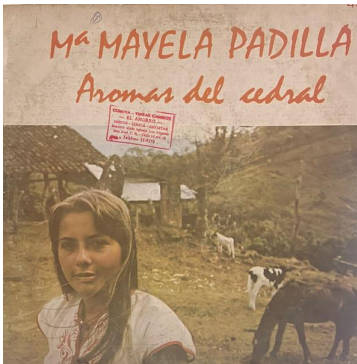
Número en el catálogo: 39		
Portada	Grupo: Cantoamérica	
	Título del disco: Buscando esa bella flor	
	Año: 1988	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: International Production Music	
	Canciones	

Número en el catálogo: 40		
Portada 	Grupo: AYA	
	Título del disco: Festival del agua en la canción	
	Año: 1987	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: AYA	
	Canciones A1 A Quien Me Deje Vivir A2 Plegaria De Una Nube A3 Ese Liquido Transparente A4 H2O A5 Bendita Tu	B1 Esperanza B2 La Protesta Del Agua B3 En El Principio Era El Agua B4 Eres Vital Elemento B5 Poema Por ti

Número en el catálogo: 41		
Portada	Grupo: Sinart	
	Título del disco: Somos como somos. Primer festival folcklorico costarricense	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: PP 458-A	
	Canciones	

Número en el catálogo: 42		
Portada	Grupo: Elman Orozco	
	Título del disco: Guanacaste he de ser	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: PP 037-4-05	
	Canciones	

Número en el catálogo: 43		
Portada 	Grupo: Varios	
	Título del disco: Costa Rica mi patria querida	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: ICT	
	Canciones A1 Arreglo Del Trío Alma de América, – Mosaico A Costa Rica A2 Orlando Zeledón- Recordando Mi Puerto A3 Lorenzo Ureña– Costarriqueña A4 Héctor Zúñiga– Amor De Temporada A5 Lorenzo Ureña– Mendigo De Amor A6 Mario Chacón– Caballito Nicoyano	B1 Los Talolingas– La Guaría Morada B2 Various– De La Caña Se Hace El Guaro B3 Jesús Bonilla– Pampa B4 Trío Alma de América– Portete B5 Lorenzo Ureña– Noche De Inspiración B6 Leandro Cabalceta– Punto Guanacasteco

Número en el catálogo: 44		
Portada 	Grupo: María Mayela Padilla	
	Título del disco: Aromas del Cedral	
	Año: 1981	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: PP 28-84 ^a	
	Canciones A1 La Carta A2 Quien Juera Bruja A3 La Bruja Juana A4 El Noviazgo A5 El Rosario Del Niño A6 Día De Turno	B1 El Dueño E' Monte B2 La Machaca B3 La Confesión B4 La Cosecha De Naranjas B5 La Chancha B6 Las Cogidas De Café

Número en el catálogo: 45	
Portada	Grupo: María Mayela Padilla
	Título del disco: Sus mejores canciones
	Año: s.f
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: PP 77-91
	Canciones

Número en el catálogo: 46	
Portada	Grupo:
	Título del disco: Cantata Centroamericana
	Año: 1989
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: Municipalidad de San José
	Canciones

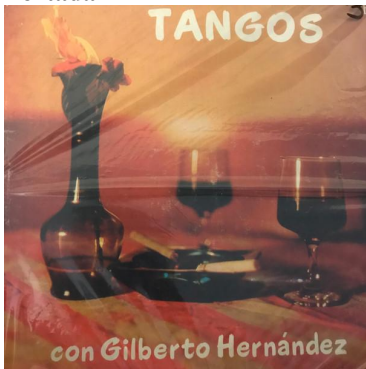
4. MÚSICA ROMÁNTICA

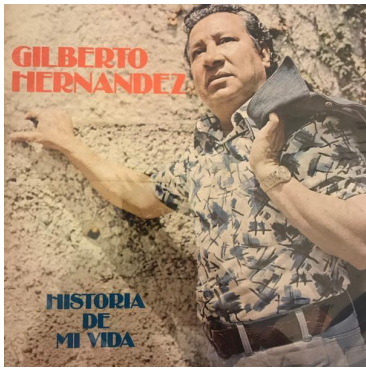
Número en el catálogo: 47														
Portada 	Grupo: Cuadro Buenos Aires													
	Título del disco: Canciones nacionales y suramericanas													
	Año:													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 He de seguir</td><td>B1 Mi desgracia</td></tr> <tr> <td>A2 Libertad</td><td>B2 Estoy que me muero</td></tr> <tr> <td>A3 Los Desheredados</td><td>B3 Nieve, viento y sol</td></tr> <tr> <td>A4 Confesión</td><td>B4 El pobre ciego</td></tr> <tr> <td>A5 Zapatitos de Charol</td><td>B5 Las quejas de un huérfano</td></tr> <tr> <td>A6</td><td>B6 Yo soy aquel</td></tr> </table>	Canciones		A1 He de seguir	B1 Mi desgracia	A2 Libertad	B2 Estoy que me muero	A3 Los Desheredados	B3 Nieve, viento y sol	A4 Confesión	B4 El pobre ciego	A5 Zapatitos de Charol	B5 Las quejas de un huérfano	A6
Canciones														
A1 He de seguir	B1 Mi desgracia													
A2 Libertad	B2 Estoy que me muero													
A3 Los Desheredados	B3 Nieve, viento y sol													
A4 Confesión	B4 El pobre ciego													
A5 Zapatitos de Charol	B5 Las quejas de un huérfano													
A6	B6 Yo soy aquel													

Número en el catálogo: 48												
Portada 	Grupo: Cuadro Buenos Aires											
	Título del disco: Recuerdos											
	Año: 1974											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Por el camino</td><td>B1 Noche triste</td></tr> <tr> <td>A2 Que importa</td><td>B2 Mano a mano</td></tr> <tr> <td>A3 Yo también</td><td>B3 Muñeca rota</td></tr> <tr> <td>A4 Tango del querer</td><td>B4 La prisa</td></tr> <tr> <td>A5 Ay corazón</td><td>B5 Nieve, viento y sal</td></tr> </table>	Canciones		A1 Por el camino	B1 Noche triste	A2 Que importa	B2 Mano a mano	A3 Yo también	B3 Muñeca rota	A4 Tango del querer	B4 La prisa	A5 Ay corazón
Canciones												
A1 Por el camino	B1 Noche triste											
A2 Que importa	B2 Mano a mano											
A3 Yo también	B3 Muñeca rota											
A4 Tango del querer	B4 La prisa											
A5 Ay corazón	B5 Nieve, viento y sal											

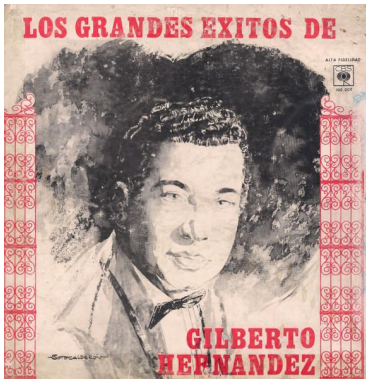
	A6 Lonjazos	
--	-------------	--

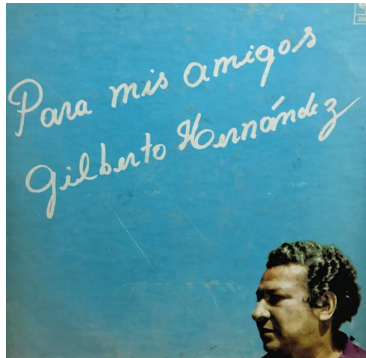
Número en el catálogo: 49		
Portada 	Grupo: Gilberto Hernández	
	Título del disco: Con mis recuerdos	
	Año: 1973	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Luna Traicionera A2 Viejo Carrusel A3 Penitencia A4 Luna Limonense A5 No Te Miento A6 Corazón	B1 Aclaración B2 Volver B3 Debo Y Pagaré B4 Cuando Ya No Me Quiera B5 Solo Con Mis Recuerdos B6 No Es Aquí

Número en el catálogo: 50		
Portada 	Grupo: Gilberto Hernández	
	Título del disco: Tangos con Gilberto Hernández	
	Año: 1974	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Otra Noche A2 Mano A Mano A3 Tiempos Viejos A4 La Última Copa A5 Tomo Y Obligo A6 Nostalgia	B1 Noche De Reyes B2 No Te Engañes Corazón B3 Mi Noche Triste B4 Esta Noche Me Emborracho B5 Ladrillo

Número en el catálogo: 51		
Portada 	Grupo: Gilberto Hernández	
	Título del disco: Historia de mi vida	
	Año: 1977	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 La Historia De Mi Vida A2 Repentinamente A3 Para Que Sufras A4 Frío A5 Ni Esposo Ni Amante	B1 Plebeyo B2 Lo Siento Mucho B3 Viaje Perdido B4 Besos Callejeros B5 Llanto Callado B6 De Tí Ni Me Acuerdo

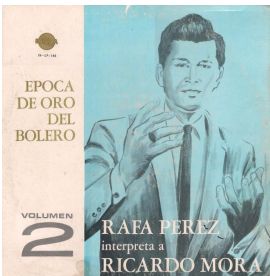
Número en el catálogo: 52		
Portada 	Grupo: Gilberto Hernández	
	Título del disco: Gilberto Hernández	
	Año: 1989	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Porque Te Quiero Me Voy A2 A Me Quiero Morir A3 Capricho A4 Cicatrices A5 Ya No Te Quiero A6 Bailando	7 Por qué me engañas corazón 8 Y tu amor en mí murió 9 Ojos Tristes 10 Luna En El Estero 11 Por Ser Como Yo 12 Donde Tu Estás

Número en el catálogo: 53		
Portada 	Grupo: Gilberto Hernández	
	Título del disco: Los grandes éxitos	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Triste Recuerdo A2 Cabaretera A3 Recordando mi puerto A4 Sabes De Que Tengo Ganas A5 Las Abandonadas A6 Olvidame	B1 Si Me Faltaras Tú B2 No Podré Olvidarte B3 Para qué B4 Si Quieres Irte Vete B5 Noche Inolvidable B6 Solo Y Triste

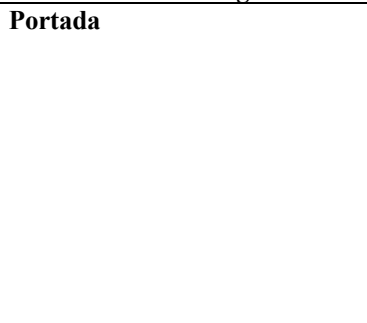
Número en el catálogo: 54		
Portada 	Grupo: Gilberto Hernández	
	Título del disco: Para mis amigos	
	Año: 1975	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Amargura A2 Canción Del Alma A3 Las Mirlas A4 No Lo Llames A5 Si Volviera el Ayer A6 Aventurera	B1 Toda Una Vida B2 Ave Negra B3 Aunque Me Muera B4 Carne Y Hueso B5 Miseria

Número en el catálogo: 55		
Portada 	Grupo: Gilberto Hernández	
	Título del disco: Para mis amigos	
	Año: 1989	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Búscame A2 Olvidé que te amaba A3 Por equivocación A4 Este amor salvaje A5 Qué es lo que pasa	B1 tarjeta roja B2 Beso borracho B3 Página archivada B4 Va muriendo la tarde B5 Atrévete

Número en el catálogo: 56		
Portada 	Grupo: Rafa Pérez	
	Título del disco: Época de oro del bolero: Rafa Pérez interpreta a Ricardo Mora	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Por Que Me Engañas Corazón A2 Fuiste Tu A3 Carmen A4 Ya No Quiero Que Vuelvas A5 Es Inútil A6 Noche Inolvidable	B1 Un Secreto B2 Recuérdame B3 Mala Suerte B4 Junto A Ti B5 Triste Final B6 Calla Corazón

Número en el catálogo: 57		
Portada 	Grupo: Rafa Pérez	
	Título del disco: Época de oro del bolero Volumen 2	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Son Tus Ojos Verde Mar A2 Ya Nada Soy A3 Un Minuto De Tu Amor A4 Sabrás Que Te Quiero A5 Aquella Boca A6 Olvídame	B1 Confesión B2 Linda Porteñita B3 Aquel Romance B4 Mi Consejo B5 Pasional

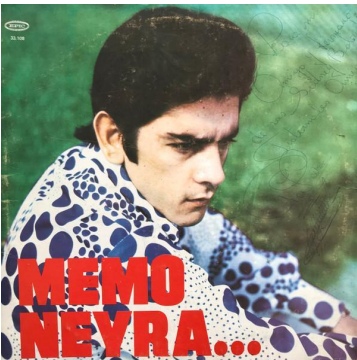
Número en el catálogo: 58		
Portada 	Grupo: Rafa Pérez	
	Título del disco: Rafa Pérez	
	Año: 1986	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Por qué me engañas corazón A2 Fuiste tú A3 Carmen A4 Ya no quiero que vuelvas más A5 Es inútil A6 Noche inolvidable	B1 En secreto B2 Recuérdame B3 Mala suerte B4 Junto a ti B5 Triste final B6 Calla corazón

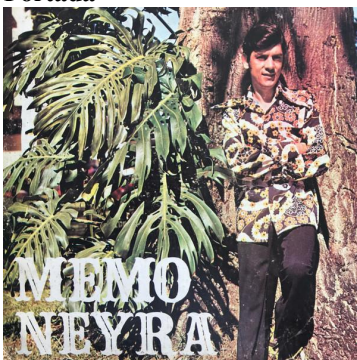
Número en el catálogo: 59		
Portada 	Grupo: Mario Chacón	
	Título del disco: Mario Chacón interpreta a Mario Chacón	
	Año: 1972	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones	

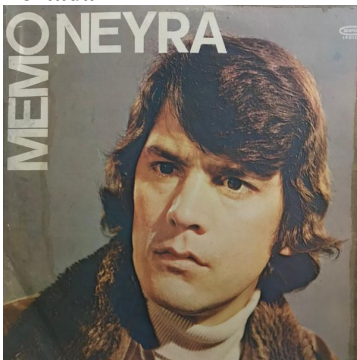
Número en el catálogo: 60		
Portada 	Grupo: Luis Molina	
	Título del disco: Luis Molina interpreta a Ricardo Mora	
	Año: 1973	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Noche Inolvidable A2 Nuestra Canción A3 En Tu Carta A4 Para Que Voy A Volver A5 Tu Canción	B1 Plenilunio B2 Amiga B3 Tu Visión B4 En Mi Delirio B5 Si Me Faltas Tú B6 Tu Último Adiós

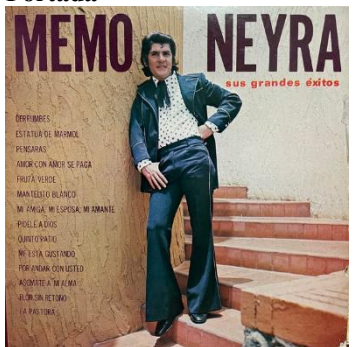
Número en el catálogo: 61	
Portada 	Grupo: Jorge del Castillo
	Título del disco: Jorge del Castillo
	Año: 1973
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: EPIC
	Canciones A1 Ven Ven A2 Yo Te Daré A3 Anoche Soñé A4 Cuando Lloro El Mar A5 Señor Yo Quiero Ver A6 Te Quiero Amor Te Quiero B1 Voy A Guardar Mi Lamento B2 Es Así Como Te Quiero B3 Tu No Me Olvidarás B4 Vi Al Viento Jugar B5 Dios Del Olvido B6 Lástima

Número en el catálogo: 62	
Portada 	Grupo: Francisco Loria
	Título del disco: En Recuerdo
	Año: 1973
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
	Canciones A1 Corazón De Roca A2 Añoranza A3 Sin Corazón A4 Flor De Mi Colina A5 Santa Y Bella B1 Si Las Flores Pudieran Hablar B2 Amor De Temporada B3 Cuidalo Bien B4 Esta Es Mi Canción B5 Que Dios Te Bendiga

Número en el catálogo: 63	
Portada 	Grupo: Memo Neyra
	Título del disco: Memo Neyra
	Año: 1973
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: EPIC
	Canciones A1 Nunca A2 Que Murmuren A3 Estatua De Marmol A4 Quinto Patio A5 Sin Tí Ya No Puedo Vivir A6 Amor Con Amor Se Paga B1 Gorriñoncillo Pecho Amarillo B2 Dime Que Sí B3 Lágrimas Del Alma B4 Flor Sin Retoño B5 Fruta Verde B6 Un Gran Amor

Número en el catálogo: 64		
	Grupo: Memo Neyra	
	Título del disco: Memo Neyra	
	Año: 1974	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: EPIC	
	Canciones	
	A1 Temeridad A2 Déjenme llorar A3 No Toques Ese Disco A4 Cariñito A5 Tus Ojos Me Denuncian A6 Te Regalo El Corazón	
B1 Ratitos Robados B2 Coqueta Loca B3 Tú Sólo Tú B4 Espérame En El Cielo B5 Ya Perdí B6 Lágrimas De Amor		

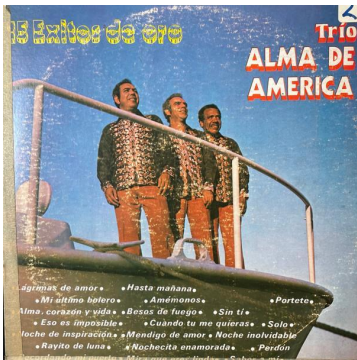
Número en el catálogo: 65		
	Grupo: Memo Neyra	
	Título del disco: Memo Neyra	
	Año: 1976	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: EPIC	
	Canciones	
	A1 Derrumbes A2 Triste Por Ti A3 La Pastora A4 Solo En Mil Noches A5 Nuestro Juramento A6 No Te Vayas	
B1 Inconsolable B2 Recuerdos Del Ayer B3 Malditos Celos B4 Destino B5 Amar Y Vivir		

Número en el catálogo: 66		
	Grupo: Memo Neyra	
	Título del disco: Sus grandes éxitos	
	Año: 1977	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: EPIC	
	Canciones	
	A1 Derrumbes A2 Estatua de mármol A3 Pensarás A4 Amor con amor se paga A5 Fruta verde A6 Mantelito blanco A7 Mi amiga, mi esposa, mi amante	
B1 Pídele a Dios B2 Quinto patio B3 Me está gustando B4 Por andar con usted B5 Asómate a mi alma B6 Flor sin retoño B7 La pastora		

Número en el catálogo: 67	
Portada	Grupo: Trío Alma de América
	Título del disco: Ahora no te vas
	Año: 1977
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
Canciones A1 Todo Me Gusta De Tí A2 Perfume De Gardenia A3 Eso Es Imposible A4 Portete A5 Para Qué A6 Hilda	B1 Ahora No Te Vas B2 Mentiras B3 Estrellita Del Sur B4 Sabor A Mí B5 Ojos Tristes B6 Jacarandosa

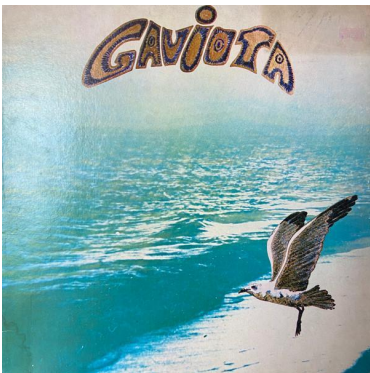
Número en el catálogo: 68	
Portada	Grupo: Trío Alma de América
	Título del disco: Trío Alma de América
	Año: 1979
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
Canciones A1 Mira Que Eres Linda A2 Besos De Fuego A3 Lo Nuestro Terminó A4 Cartas Marcadas A5 ¿Dónde Encontrarás?	B1 Amémonos B2 Mucho Corazón B3 Dime Que Sí B4 Morena De Ojos Negros B5 Ahora Seremos Felices B6 Perdón

Número en el catálogo: 69	
Portada	Grupo: Trío Alma de América
	Título del disco: Noche de inspiración
	Año: 1982
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
Canciones A1 Noche Inolvidable A2 Historia De Un Amor A3 Desilusión A4 Encadenados A3 Mendigo De Amor A6 Noche De Luna / Fue Mentira	B1 Noche De Inspiración B2 Y Hablame B3 Mi Segundo Amor B4 Dos Almas B5 Ella B6 Nohecita / Oración Caribe

Número en el catálogo: 70																		
Portada	Grupo: Trío Alma de América																	
	Título del disco: 15 éxitos de oro																	
	Año: 1984																	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:																	
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td>B1 Mendigo De Amor</td></tr> <tr> <td>A1 Mosaico</td><td>B2 Amémonos</td></tr> <tr> <td>A2 Noche De Inspiración</td><td>B3 Perdón</td></tr> <tr> <td>A3 Mosaico</td><td>B4 Portete</td></tr> <tr> <td>A4 Alma, Corazón Y Vida</td><td>B5 Mira Que Eres Linda</td></tr> <tr> <td>A5 Recordando Mi Puerto</td><td>B6 Besos De Fuego</td></tr> <tr> <td>A6 Eso Es Imposible</td><td>B7 Noche Inolvidable</td></tr> <tr> <td>A7 Mosaico</td><td></td></tr> <tr> <td>A8 Sabor A Mí</td><td></td></tr> </table>	Canciones	B1 Mendigo De Amor	A1 Mosaico	B2 Amémonos	A2 Noche De Inspiración	B3 Perdón	A3 Mosaico	B4 Portete	A4 Alma, Corazón Y Vida	B5 Mira Que Eres Linda	A5 Recordando Mi Puerto	B6 Besos De Fuego	A6 Eso Es Imposible	B7 Noche Inolvidable	A7 Mosaico		A8 Sabor A Mí
Canciones	B1 Mendigo De Amor																	
A1 Mosaico	B2 Amémonos																	
A2 Noche De Inspiración	B3 Perdón																	
A3 Mosaico	B4 Portete																	
A4 Alma, Corazón Y Vida	B5 Mira Que Eres Linda																	
A5 Recordando Mi Puerto	B6 Besos De Fuego																	
A6 Eso Es Imposible	B7 Noche Inolvidable																	
A7 Mosaico																		
A8 Sabor A Mí																		

Número en el catálogo: 71														
Portada	Grupo: Trío Alma de América													
	Título del disco:													
	Año:													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td>B1 Cerca Del Mar / Eternamente / Gema</td></tr> <tr> <td>A1 Despierta / Novia Mía</td><td>B2 Quinceañera</td></tr> <tr> <td>A2 Nohecita Enamorada / Cuando Tú Me Quieras</td><td>B3 Miedo</td></tr> <tr> <td>A3 Sin Tí / Solo / Rayito De Luna</td><td>B4 Tú Eres Mi Destino</td></tr> <tr> <td>A4 Miedo De Quererte</td><td>B5 Lágrimas De Amor / Mi Último Bolero / Hasta Mañana</td></tr> <tr> <td>A5 Silencio</td><td>B6 Toda Una Vida / Parece Que Fue Ayer</td></tr> <tr> <td>A6 Donde Tú Estás</td><td></td></tr> </table>	Canciones	B1 Cerca Del Mar / Eternamente / Gema	A1 Despierta / Novia Mía	B2 Quinceañera	A2 Nohecita Enamorada / Cuando Tú Me Quieras	B3 Miedo	A3 Sin Tí / Solo / Rayito De Luna	B4 Tú Eres Mi Destino	A4 Miedo De Quererte	B5 Lágrimas De Amor / Mi Último Bolero / Hasta Mañana	A5 Silencio	B6 Toda Una Vida / Parece Que Fue Ayer	A6 Donde Tú Estás
Canciones	B1 Cerca Del Mar / Eternamente / Gema													
A1 Despierta / Novia Mía	B2 Quinceañera													
A2 Nohecita Enamorada / Cuando Tú Me Quieras	B3 Miedo													
A3 Sin Tí / Solo / Rayito De Luna	B4 Tú Eres Mi Destino													
A4 Miedo De Quererte	B5 Lágrimas De Amor / Mi Último Bolero / Hasta Mañana													
A5 Silencio	B6 Toda Una Vida / Parece Que Fue Ayer													
A6 Donde Tú Estás														

Número en el catálogo: 72														
Portada	Grupo: Gaviota													
	Título del disco: Era otro cielo													
	Año: 1978													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td>B1 Solo Tu</td></tr> <tr> <td>A1 Contigo Aprendí</td><td>B2 Triste Madrugada</td></tr> <tr> <td>A2 Quisiera</td><td>B3 No Te Has Dado Cuenta</td></tr> <tr> <td>A3 Una Lagrima En Tu Mejilla</td><td>B4 Hoy Nos Hemos Dicho Adiós</td></tr> <tr> <td>A4 Samba</td><td>B5 Contigo O Sin Ti (Te Sigo Amando)</td></tr> <tr> <td>A5 Tardes De Lluvia Y Sol</td><td></td></tr> <tr> <td>A6 Era Otro Cielo...</td><td></td></tr> </table>	Canciones	B1 Solo Tu	A1 Contigo Aprendí	B2 Triste Madrugada	A2 Quisiera	B3 No Te Has Dado Cuenta	A3 Una Lagrima En Tu Mejilla	B4 Hoy Nos Hemos Dicho Adiós	A4 Samba	B5 Contigo O Sin Ti (Te Sigo Amando)	A5 Tardes De Lluvia Y Sol		A6 Era Otro Cielo...
Canciones	B1 Solo Tu													
A1 Contigo Aprendí	B2 Triste Madrugada													
A2 Quisiera	B3 No Te Has Dado Cuenta													
A3 Una Lagrima En Tu Mejilla	B4 Hoy Nos Hemos Dicho Adiós													
A4 Samba	B5 Contigo O Sin Ti (Te Sigo Amando)													
A5 Tardes De Lluvia Y Sol														
A6 Era Otro Cielo...														

Número en el catálogo: 73														
Portada	Grupo: Gaviota													
	Título del disco: Gaviota													
	Año: 1979													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td>B1 Ven</td></tr> <tr> <td>A1 Siempre Tu</td><td>B2 Te He Conocido</td></tr> <tr> <td>A2 María</td><td>B3 Yo Tengo El Pan</td></tr> <tr> <td>A3 Son Momentos</td><td>B4 Ahora Lo Se</td></tr> <tr> <td>A4 Ayúdame A Olvidar</td><td>B5 No Nos Ha Quedado Nada</td></tr> <tr> <td>A5 Cuanto Deseo</td><td></td></tr> <tr> <td>A6 Volvamos Al Amor</td><td></td></tr> </table>	Canciones	B1 Ven	A1 Siempre Tu	B2 Te He Conocido	A2 María	B3 Yo Tengo El Pan	A3 Son Momentos	B4 Ahora Lo Se	A4 Ayúdame A Olvidar	B5 No Nos Ha Quedado Nada	A5 Cuanto Deseo		A6 Volvamos Al Amor
Canciones	B1 Ven													
A1 Siempre Tu	B2 Te He Conocido													
A2 María	B3 Yo Tengo El Pan													
A3 Son Momentos	B4 Ahora Lo Se													
A4 Ayúdame A Olvidar	B5 No Nos Ha Quedado Nada													
A5 Cuanto Deseo														
A6 Volvamos Al Amor														

Número en el catálogo: 74												
Portada	Grupo: Gaviota											
	Título del disco: Nostalgia											
	Año: 1980											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td>B6 En Cada Despedida</td></tr> <tr> <td>A1 Dónde Encontrarte</td><td>B7 No Estás</td></tr> <tr> <td>A2 Deja Que Sea Yo</td><td>B8 Yo Sin Ti</td></tr> <tr> <td>A3 Tu Dónde Iras</td><td>B9 Gaviota</td></tr> <tr> <td>A4 Pájaro Infel</td><td>B10 Vuelo Supremo</td></tr> <tr> <td>A5 Noches En Jamaica</td><td></td></tr> </table>	Canciones	B6 En Cada Despedida	A1 Dónde Encontrarte	B7 No Estás	A2 Deja Que Sea Yo	B8 Yo Sin Ti	A3 Tu Dónde Iras	B9 Gaviota	A4 Pájaro Infel	B10 Vuelo Supremo	A5 Noches En Jamaica
Canciones	B6 En Cada Despedida											
A1 Dónde Encontrarte	B7 No Estás											
A2 Deja Que Sea Yo	B8 Yo Sin Ti											
A3 Tu Dónde Iras	B9 Gaviota											
A4 Pájaro Infel	B10 Vuelo Supremo											
A5 Noches En Jamaica												

Número en el catálogo: 75														
Portada	Grupo: Gaviota													
	Título del disco: La Aurora													
	Año: 1982													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td>B1 La Aurora</td></tr> <tr> <td>A1 Un Amigo Como Tú</td><td>B2 Él</td></tr> <tr> <td>A2 Virgen Negra</td><td>B3 Tú Y Yo</td></tr> <tr> <td>A3 Qué Vas A Hacer Esta Noche</td><td>B4 Dices Que No Estás</td></tr> <tr> <td>A4 Pienso</td><td>B5 No Deseo Ni Pensar</td></tr> <tr> <td>A5 Noche Lenta</td><td></td></tr> <tr> <td>A6 Junto A Ti</td><td></td></tr> </table>	Canciones	B1 La Aurora	A1 Un Amigo Como Tú	B2 Él	A2 Virgen Negra	B3 Tú Y Yo	A3 Qué Vas A Hacer Esta Noche	B4 Dices Que No Estás	A4 Pienso	B5 No Deseo Ni Pensar	A5 Noche Lenta		A6 Junto A Ti
Canciones	B1 La Aurora													
A1 Un Amigo Como Tú	B2 Él													
A2 Virgen Negra	B3 Tú Y Yo													
A3 Qué Vas A Hacer Esta Noche	B4 Dices Que No Estás													
A4 Pienso	B5 No Deseo Ni Pensar													
A5 Noche Lenta														
A6 Junto A Ti														

Número en el catálogo: 76		
Portada 	Grupo: Gaviota	
	Título del disco: 15 Grandes Éxitos	
	Año: 1983	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Anna Mía A2 La Aurora A3 Puerto Solitario A4 No Deseo Ni Pensar A5 Era Otro Cielo A6 Cuando Busco Tu Cariño A7 Un Amigo Como Tu A8 Dónde Encontraré	B1 Qué vas a hacer esta noche B2 María B3 Gaviota B4 Quisiera B5 Volvamos al amor B6 Solo tú B7 No nos ha quedado nada

Número en el catálogo: 77		
Portada 	Grupo: Manuel Chamorro	
	Título del disco: 25 años de éxitos	
	Año:	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: MC	
	Canciones A1 Invariablemente A2 En Mi Hastío A3 Sin Palabras A4 Mi Error A5 No Se Lo Digas A6 Duerme Corazón	B1 Quiero Volver (Luna De Miel) B2 No Me Puedo Acostumbrar B3 Vanidad B4 Peregrina B5 He Guardado B6 Luna Liberiana

Número en el catálogo: 78		
Portada 	Grupo: María Cecilia Márquez	
	Título del disco: Te voy a querer	
	Año: 1990	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Te Voy A Querer A2 Sueño Con él A3 Siempre Que Estoy Contigo A4 Mujer Y Algo Mas A5 Volver A Enamorarme	B1 Corazón Solitario B2 Vas A Llorar B3 Frío En El Alma B4 Cariño Mío B5 Nunca Olvidaré

Número en el catálogo: 79										
Portada 	Grupo: Valentino									
	Título del disco: Valentino									
	Año: 1989									
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:									
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Dime que me amas</td><td>B1 Esta noche</td></tr> <tr> <td>A2 ¡Que no!</td><td>B2 Nadie te amará como yo</td></tr> <tr> <td>A3 Necesito tu amor</td><td>A3 Sin lágrimas</td></tr> <tr> <td>A4 Soñándote</td><td>B4 Linda mujer</td></tr> </table>	Canciones		A1 Dime que me amas	B1 Esta noche	A2 ¡Que no!	B2 Nadie te amará como yo	A3 Necesito tu amor	A3 Sin lágrimas	A4 Soñándote
Canciones										
A1 Dime que me amas	B1 Esta noche									
A2 ¡Que no!	B2 Nadie te amará como yo									
A3 Necesito tu amor	A3 Sin lágrimas									
A4 Soñándote	B4 Linda mujer									

Número en el catálogo: 80												
Portada 	Grupo: Frank Victory											
	Título del disco: Frank Victory 1											
	Año: 1985											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Donde Pudiera Encontrar</td><td>B1 Sólo Llama Para Decirte Te Quiero</td></tr> <tr> <td>A2 Susurro</td><td>B2 ¿Qué Voy A Hacer Ahora?</td></tr> <tr> <td>A3 No Te Das Cuenta</td><td>B3 Noches Sin Tu Amor</td></tr> <tr> <td>A4 Donde Encontraré</td><td>B4 Sólo Tú y Yo</td></tr> <tr> <td>A5 Tiempo</td><td>B5 Prisionero De Amor</td></tr> </table>	Canciones		A1 Donde Pudiera Encontrar	B1 Sólo Llama Para Decirte Te Quiero	A2 Susurro	B2 ¿Qué Voy A Hacer Ahora?	A3 No Te Das Cuenta	B3 Noches Sin Tu Amor	A4 Donde Encontraré	B4 Sólo Tú y Yo	A5 Tiempo
Canciones												
A1 Donde Pudiera Encontrar	B1 Sólo Llama Para Decirte Te Quiero											
A2 Susurro	B2 ¿Qué Voy A Hacer Ahora?											
A3 No Te Das Cuenta	B3 Noches Sin Tu Amor											
A4 Donde Encontraré	B4 Sólo Tú y Yo											
A5 Tiempo	B5 Prisionero De Amor											

Número en el catálogo: 81												
Portada 	Grupo: Oscar Domingo											
	Título del disco: Oscar Domingo											
	Año: 1985											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Mientes</td><td>B1 Quiereme</td></tr> <tr> <td>A2 No Me Trates Asi</td><td>B2 Ahora Se Que Te Amo</td></tr> <tr> <td>A3 Necesito Que Me Ames</td><td>B3 La Amo Y No Lo Sabe</td></tr> <tr> <td>A4 Primero Yo</td><td>B4 Lo Siento Amiga</td></tr> <tr> <td>A5 Se Fue La Niña</td><td>B5 Estoy Llorando Por Dentro</td></tr> </table>	Canciones		A1 Mientes	B1 Quiereme	A2 No Me Trates Asi	B2 Ahora Se Que Te Amo	A3 Necesito Que Me Ames	B3 La Amo Y No Lo Sabe	A4 Primero Yo	B4 Lo Siento Amiga	A5 Se Fue La Niña
Canciones												
A1 Mientes	B1 Quiereme											
A2 No Me Trates Asi	B2 Ahora Se Que Te Amo											
A3 Necesito Que Me Ames	B3 La Amo Y No Lo Sabe											
A4 Primero Yo	B4 Lo Siento Amiga											
A5 Se Fue La Niña	B5 Estoy Llorando Por Dentro											

Número en el catálogo: 82												
Portada 	Grupo: Oscar Domingo											
	Título del disco: Géminis											
	Año: 1988											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 Vuelve A Mi</td><td>B1 Moliendo Café</td></tr> <tr> <td>A2 Y más</td><td>B2 Niega</td></tr> <tr> <td>A3 La He Visto Pasar</td><td>B3 Dime Que Me Quieres</td></tr> <tr> <td>A4 Dos Extraños</td><td>B4 Mujer</td></tr> <tr> <td>A5 El Viejo Violín</td><td>B5 Tenaz</td></tr> </table>	Canciones		A1 Vuelve A Mi	B1 Moliendo Café	A2 Y más	B2 Niega	A3 La He Visto Pasar	B3 Dime Que Me Quieres	A4 Dos Extraños	B4 Mujer	A5 El Viejo Violín
Canciones												
A1 Vuelve A Mi	B1 Moliendo Café											
A2 Y más	B2 Niega											
A3 La He Visto Pasar	B3 Dime Que Me Quieres											
A4 Dos Extraños	B4 Mujer											
A5 El Viejo Violín	B5 Tenaz											

Número en el catálogo: 83												
Portada 	Grupo: Oscar Domingo											
	Título del disco: Impaciente											
	Año: 1986											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 Impaciente</td><td>B1 Dime</td></tr> <tr> <td>A2 Rebelde Y Soñador</td><td>B2 Sola</td></tr> <tr> <td>A3 Me Rompo Como Un Cristal</td><td>B3 Amigo</td></tr> <tr> <td>A4 Vete</td><td>B4 Atados Piel Con Piel</td></tr> <tr> <td>A5 Voy A Tratar</td><td>B5 Michelle</td></tr> </table>	Canciones		A1 Impaciente	B1 Dime	A2 Rebelde Y Soñador	B2 Sola	A3 Me Rompo Como Un Cristal	B3 Amigo	A4 Vete	B4 Atados Piel Con Piel	A5 Voy A Tratar
Canciones												
A1 Impaciente	B1 Dime											
A2 Rebelde Y Soñador	B2 Sola											
A3 Me Rompo Como Un Cristal	B3 Amigo											
A4 Vete	B4 Atados Piel Con Piel											
A5 Voy A Tratar	B5 Michelle											

1. MÚSICA TROPICAL

Número en el catálogo: 84								
Portada 	Grupo: Navarrete, su conjunto y Gloria Estela							
	Título del disco: Entremeses							
	Año: 1964							
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:							
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 Mosaico Del Camaleón</td><td>B1 Mosaico De La Gitana</td></tr> <tr> <td>A2 Mosaico Sideral</td><td>B2 Mosaico De La Vieja Luna</td></tr> <tr> <td>A3 Mosaico Tropical</td><td>B3 Mosaico Centroamericano</td></tr> </table>	Canciones		A1 Mosaico Del Camaleón	B1 Mosaico De La Gitana	A2 Mosaico Sideral	B2 Mosaico De La Vieja Luna	A3 Mosaico Tropical
Canciones								
A1 Mosaico Del Camaleón	B1 Mosaico De La Gitana							
A2 Mosaico Sideral	B2 Mosaico De La Vieja Luna							
A3 Mosaico Tropical	B3 Mosaico Centroamericano							

Número en el catálogo: 85	
Portada	Grupo: Paco Navarrete Y Su Conjunto Show
	Título del disco: Su nuevo punto de vista
	Año: 1965
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
Canciones A1 El Martillo-America A2 Hugo A3 Bongo Son A4 Solo A5 Peter Gun	B1 Mosaico De Cumbias B2 Nada Menos Que Tu B3 Viaje A Recife B4 Cuando Veo Que Todos Se Quieren B5 Navarreteando (Mosaico) B6 Como Nace Un Amor

Número en el catálogo: 86	
Portada	Grupo: Paco Navarrete
	Título del disco: La Magia del órgano
	Año: 1967
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
Canciones A1 Kilimanjaro A2 Cuando Tu No Estas A3 Descalzos En El Parque A4 Georgina A5 El Despertar A6 Alina	B1 Adoro B2 Sueño Imposible B3 Ayer - Michelle B4 Una Probadita De Miel B5 Charada B6 Un Hombre Y Una Mujer

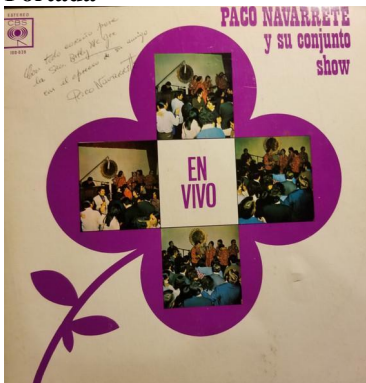
Número en el catálogo: 87	
Portada	Grupo: Paco Navarrete
	Título del disco: La Magia del órgano, vol. 2
	Año: 1968
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: CBS – E-100-002
Canciones A1 Amor En Todas Partes A2 Vivir Por Vivir A3 Cuando Me Enamoro A4 Amor En Rio A5 La, La, La A6 El Mundo Que Conocimos A7 Lágrimas De Enamorados	B8 Canción Para Tí B9 El Amor Es De Colores B10 Amor En Fuga B11 Morir O Vivir B12 Aranjuez Con Mi Amor

Número en el catálogo: 88	
Portada	Grupo: Paco Navarrete y su Conjunto show
	Título del disco: Se armó el vacilón
	Año: 1969
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: CBS – 100.006
Canciones A1 Mosaico Del Acuario A2 Se Armó el Vacilón A3 Mosaico Del Limonero A4 Soul Limbo	B1 Mosaico De La Regadera B2 A Barranquilla B3 Mosaico Romantico B4 La Burrita

Número en el catálogo: 89	
Portada	Grupo: Paco Navarrete
	Título del disco: La magia del órgano vol 4
	Año: s.f
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: CBS – 100.032
Canciones A1 Cómo Poder Saber Si Te Amo A2 Esta Noche La Paso Contigo A3 Como Deseo Ser Tu Amor A4 Recordando Mi Puerto / Luna Liberiana A5 Paisaje Gris	B1 Es Muy Tarde B2 Mary Es Mi Amor B3 Soy Latinoamericano B4 Niebla Del Riachuelo / Somos B5 Joven Amor

Número en el catálogo: 90	
Portada	Grupo: Paco Navarrete
	Título del disco: La magia del órgano vol. 5
	Año: 1974
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
Canciones A1 El día que me quieras A2 Caña dulce- He guardado A3 La Estrella de David A4 Eternamente A5 Daddy's Home (El hogar de papá)	B1 La Noche de verano B2 Rara sensación B3 Mariela B4 Qué lindo ser joven B5 Búscame B6 La chica más hermosa

Número en el catálogo: 91	
Portada	Grupo: Paco Navarrete
	Título del disco: La magia del órgano vol.3
	Año: 1970
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: CBS – 100,014
	Canciones A1 Cuéntame A2 Las Flores Del Jardín De Nuestra Casa A3 Temprano En La Mañana A4 Nunca Volveré A Enamorarme A5 Champagne, Una Rosa y Tú A6 Lluvia Cae Sobre Mi Cabeza B7 Yo Canto B8 La Nave Del Olvido B9 Trigal B10 Amor En La Discoteque B11 Tema De Amor De "Romeo Y Julieta"

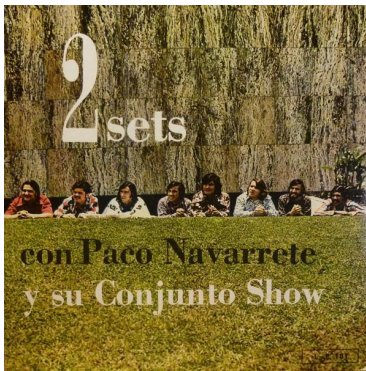
Número en el catálogo: 92	
Portada	Grupo: Paco Navarrete y su conjunto show
	Título del disco: En Vivo
	Año: 1971
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: CBS – 100.039
	Canciones A1 Imelda A2 Mosaico Romantico A3 Ghana'e A4 Boccaccio '72 B1 Mosaico Tropical B2 Esta Noche La Paso Contigo B3 Neron B4 Sultana

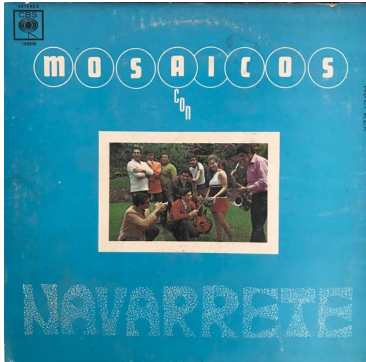
Número en el catálogo: 93	
Portada	Grupo: Paco Navarrete y su conjunto show
	Título del disco: Salsa y algo más
	Año: 1974
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: CBS – 100.169
	Canciones A1 Rikiti-Rikita A2 Aléjate De Mi A3 Déjame Soñar A4 Acuérdate A5 Llanto De Luna A6 La Mujer Que Yo Quiero B1 Las Malas Lenguas B2 Eterna Obsesion B3 Violencia B4 Te Quiero Aunque Ya No Eres Mia B5 Carnaval En Limón

Número en el catálogo: 94												
Portada 	Grupo: Paco Navarrete y su conjunto show											
	Título del disco: Llegó el ritmo											
	Año: 1970											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Mosaico De La Maestranza</td><td>B1 Mosaico De la Piragua</td></tr> <tr> <td>A2 Ese Muerto No Lo Cargo Yo</td><td>B2 Zum Zum</td></tr> <tr> <td>A3 La Abeja</td><td>B3 Dale A Los Parches Movita</td></tr> <tr> <td>A4 Pimenta Escocesa</td><td>B4 El Arca De Noé</td></tr> <tr> <td>A5 Baila Como Quieras</td><td>B5 Mosaico De Agustín Lara</td></tr> </table>	Canciones		A1 Mosaico De La Maestranza	B1 Mosaico De la Piragua	A2 Ese Muerto No Lo Cargo Yo	B2 Zum Zum	A3 La Abeja	B3 Dale A Los Parches Movita	A4 Pimenta Escocesa	B4 El Arca De Noé	A5 Baila Como Quieras
Canciones												
A1 Mosaico De La Maestranza	B1 Mosaico De la Piragua											
A2 Ese Muerto No Lo Cargo Yo	B2 Zum Zum											
A3 La Abeja	B3 Dale A Los Parches Movita											
A4 Pimenta Escocesa	B4 El Arca De Noé											
A5 Baila Como Quieras	B5 Mosaico De Agustín Lara											

Número en el catálogo: 95														
Portada 	Grupo: Paco Navarrete													
	Título del disco: El nuevo sonido de Navarrete													
	Año: 1976													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: CBS – 20.109													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Una Quinta De Beethoven</td><td>B7 La Bamba</td></tr> <tr> <td>A2 Nuestro Pequeño Mundo</td><td>B8 Como Somos</td></tr> <tr> <td>A3 Verano Del 42</td><td>B9 Guararé</td></tr> <tr> <td>A4 Canción De Juventud</td><td>B10 Besame Mucho</td></tr> <tr> <td>A5 Mosaico Brasileño</td><td></td></tr> <tr> <td>A6 No</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 Una Quinta De Beethoven	B7 La Bamba	A2 Nuestro Pequeño Mundo	B8 Como Somos	A3 Verano Del 42	B9 Guararé	A4 Canción De Juventud	B10 Besame Mucho	A5 Mosaico Brasileño		A6 No
Canciones														
A1 Una Quinta De Beethoven	B7 La Bamba													
A2 Nuestro Pequeño Mundo	B8 Como Somos													
A3 Verano Del 42	B9 Guararé													
A4 Canción De Juventud	B10 Besame Mucho													
A5 Mosaico Brasileño														
A6 No														

Número en el catálogo: 96				
Portada No hay	Grupo: Paco Navarrete y su conjunto show			
	Título del disco: Hit Navideño			
	Año: s.f			
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:			
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>No está disponible</td><td></td></tr> </table>	Canciones		No está disponible
Canciones				
No está disponible				

Número en el catálogo: 97												
Portada	Grupo: Paco Navarrete y su conjunto show											
	Título del disco: 2 sets											
	Año: 1972											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: PP 455											
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td>B1 Oh Mamá</td></tr> <tr> <td>A1 Te Acordas</td><td>B2 Manoteando</td></tr> <tr> <td>A2 Pensando En Ti</td><td>B3 Solo Otra Vez</td></tr> <tr> <td>A3 Lo Que Te Queda</td><td>B4 Yo No Me Enojo Por Eso</td></tr> <tr> <td>A4 Esos No Son De Aquí</td><td>B5 Una Mujer</td></tr> <tr> <td>A5 Mosaico Romántico A Los Panchos</td><td>B6 Mosaico De Año Nuevo</td></tr> </table>	Canciones	B1 Oh Mamá	A1 Te Acordas	B2 Manoteando	A2 Pensando En Ti	B3 Solo Otra Vez	A3 Lo Que Te Queda	B4 Yo No Me Enojo Por Eso	A4 Esos No Son De Aquí	B5 Una Mujer	A5 Mosaico Romántico A Los Panchos
Canciones	B1 Oh Mamá											
A1 Te Acordas	B2 Manoteando											
A2 Pensando En Ti	B3 Solo Otra Vez											
A3 Lo Que Te Queda	B4 Yo No Me Enojo Por Eso											
A4 Esos No Son De Aquí	B5 Una Mujer											
A5 Mosaico Romántico A Los Panchos	B6 Mosaico De Año Nuevo											

Número en el catálogo: 98								
Portada	Grupo: Paco Navarrete y su conjunto show							
	Título del disco: Mosaicos con Navarrete							
	Año: s.f							
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: Cbs – 100046							
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td>B1 Mosaico Romántico No. 1</td></tr> <tr> <td>A1 Mosaico De La Piragua</td><td>B2 Mosaico De La Maestranza</td></tr> <tr> <td>A2 Mosaico Romántico No. 2</td><td>B3 Mosaico Tropical</td></tr> <tr> <td>A3 Se Armó El Vacilón</td><td></td></tr> </table>	Canciones	B1 Mosaico Romántico No. 1	A1 Mosaico De La Piragua	B2 Mosaico De La Maestranza	A2 Mosaico Romántico No. 2	B3 Mosaico Tropical	A3 Se Armó El Vacilón
Canciones	B1 Mosaico Romántico No. 1							
A1 Mosaico De La Piragua	B2 Mosaico De La Maestranza							
A2 Mosaico Romántico No. 2	B3 Mosaico Tropical							
A3 Se Armó El Vacilón								

Número en el catálogo: 99		
Portada	Grupo: Mariachi Nacional	
	Título del disco: Plata y oro	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> </table>	Canciones
Canciones		

Número en el catálogo: 100		
Portada No está disponible	Grupo: Mariachi Nacional	
	Título del disco: Serenata con mariachi	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones No está disponible	

Número en el catálogo: 101		
Portada 	Grupo: Alfa 7	
	Título del disco: La onda de Alfa 7	
	Año: 1972	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Me estoy enamorando de ti A2 El Precavido A3 Olvidame A4 El yoyo A5 Meditando	B1 Te necesito B2 El Cangrejo B3 Vanidad B4 Obsesión B5 Canción para un tico B6 Aunque no pueda ser

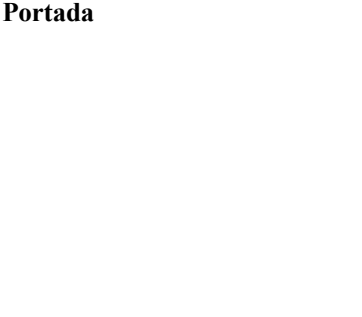
Número en el catálogo: 102		
Portada 	Grupo: Alfa 7	
	Título del disco: Que la dejen ir al baile sola	
	Año: 1974	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Soy Como Quiero Ser A2 En Un Viejo Baúl A3 Merengue Apambichao A4 Cuando Hayas De Venir A5 María Bonita A6 Ya No	B1 Mosaico: Que La Dejen Ir Al Baile Sola

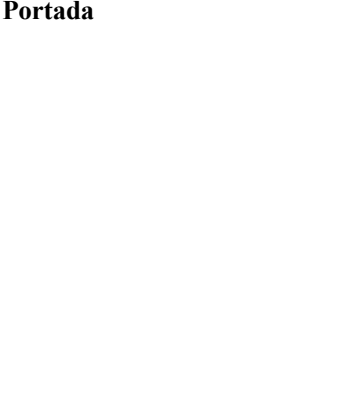
Número en el catálogo: 103														
Portada 	Grupo: Alfa 7													
	Título del disco: Tropicalísimo													
	Año: s.f													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Mireya</td><td>7 Puntarenas</td></tr> <tr> <td>A2 La Rubia Y La Morena</td><td>8 Carmela</td></tr> <tr> <td>A3 Gitano Mustafa</td><td>9 Ella</td></tr> <tr> <td>A4 Llanto Del Alma</td><td>10 Mujer Conforme</td></tr> <tr> <td>A5 Cumbia Viajera</td><td>11 Recuerdo De Esta Pasión</td></tr> <tr> <td>A6 Mi Adorada</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 Mireya	7 Puntarenas	A2 La Rubia Y La Morena	8 Carmela	A3 Gitano Mustafa	9 Ella	A4 Llanto Del Alma	10 Mujer Conforme	A5 Cumbia Viajera	11 Recuerdo De Esta Pasión	A6 Mi Adorada
Canciones														
A1 Mireya	7 Puntarenas													
A2 La Rubia Y La Morena	8 Carmela													
A3 Gitano Mustafa	9 Ella													
A4 Llanto Del Alma	10 Mujer Conforme													
A5 Cumbia Viajera	11 Recuerdo De Esta Pasión													
A6 Mi Adorada														

Número en el catálogo: 104												
Portada 	Grupo: Los Abejorros											
	Título del disco: La Fiesta											
	Año: 1982											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 La Fiesta</td><td>B1 Se Tambalea</td></tr> <tr> <td>A2 Como Un Señor</td><td>B2 El Alacrán</td></tr> <tr> <td>A3 Mosaico De L' Avispa</td><td>B3 Será Porque Te Amo</td></tr> <tr> <td>A4 No Tengo Edad</td><td>B4 El Primer Beso</td></tr> <tr> <td></td><td>B5 La Abeja Maya</td></tr> </table>	Canciones		A1 La Fiesta	B1 Se Tambalea	A2 Como Un Señor	B2 El Alacrán	A3 Mosaico De L' Avispa	B3 Será Porque Te Amo	A4 No Tengo Edad	B4 El Primer Beso	
Canciones												
A1 La Fiesta	B1 Se Tambalea											
A2 Como Un Señor	B2 El Alacrán											
A3 Mosaico De L' Avispa	B3 Será Porque Te Amo											
A4 No Tengo Edad	B4 El Primer Beso											
	B5 La Abeja Maya											

Número en el catálogo: 105												
Portada 	Grupo: Los Abejorros											
	Título del disco: Yo me propongo											
	Año: 1983											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Yo Me Propongo</td><td>B1 Esa Chiquilla Me Tiene Loco</td></tr> <tr> <td>A2 Hoy Le Canto Al Amor</td><td>B2 De Vacaciones</td></tr> <tr> <td>A3 Oh Mi Mamá</td><td>B3 Viva Mi papá</td></tr> <tr> <td>A4 Canten El Rock</td><td>B4 Con Mucho Amor</td></tr> <tr> <td>A5 Los Consejos Del Abuelo</td><td>B5 Sueños De Un Niño</td></tr> </table>	Canciones		A1 Yo Me Propongo	B1 Esa Chiquilla Me Tiene Loco	A2 Hoy Le Canto Al Amor	B2 De Vacaciones	A3 Oh Mi Mamá	B3 Viva Mi papá	A4 Canten El Rock	B4 Con Mucho Amor	A5 Los Consejos Del Abuelo
Canciones												
A1 Yo Me Propongo	B1 Esa Chiquilla Me Tiene Loco											
A2 Hoy Le Canto Al Amor	B2 De Vacaciones											
A3 Oh Mi Mamá	B3 Viva Mi papá											
A4 Canten El Rock	B4 Con Mucho Amor											
A5 Los Consejos Del Abuelo	B5 Sueños De Un Niño											

Número en el catálogo: 106	
Portada 	Grupo: Varios
	Título del disco: Hola Juventud
	Año: 1986
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
	Canciones A1 La Banda–Esta Cobardía A2 Manantial (2)–Déjenla A3 Gaviota– Ella A4 Papel y Lápiz– Amor Te Vas A5 Canela (9)–Amada Mía B1 Frank Victory– Te Llamé Para Decirte Que Te Quiero B2 Jaque Mate (4)– Poco A Poco B3 Oscar Domingo– Mientes B4 Canela (9)– Prisionero B5 La Pandylla– El Crítico

Número en el catálogo: 107	
Portada 	Grupo: Varios
	Título del disco: Julio Barquero y su piano
	Año: s.f
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
	Canciones

Número en el catálogo: 108	
Portada 	Grupo: Gustavo Torres
	Título del disco: Mi Puntarenas
	Año: s.f
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
	Canciones

Número en el catálogo: 109														
Portada 	Grupo: Sus Diamantes													
	Título del disco: Aquí sus Diamantes													
	Año: 1974													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Volver Volver</td><td>B2 El Amor Comienza Así</td></tr> <tr> <td>A2 Quedate Amor</td><td>B3 El Burrito Renco</td></tr> <tr> <td>A3 El Fuego Que Tu Tienes</td><td>B4 Anabel</td></tr> <tr> <td>A4 El Retirada</td><td>B5 Pensando En Ti</td></tr> <tr> <td>A5 Te Quise</td><td></td></tr> <tr> <td>A6 Playas Del Coco</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 Volver Volver	B2 El Amor Comienza Así	A2 Quedate Amor	B3 El Burrito Renco	A3 El Fuego Que Tu Tienes	B4 Anabel	A4 El Retirada	B5 Pensando En Ti	A5 Te Quise		A6 Playas Del Coco
Canciones														
A1 Volver Volver	B2 El Amor Comienza Así													
A2 Quedate Amor	B3 El Burrito Renco													
A3 El Fuego Que Tu Tienes	B4 Anabel													
A4 El Retirada	B5 Pensando En Ti													
A5 Te Quise														
A6 Playas Del Coco														

Número en el catálogo: 110														
Portada 	Grupo: Sus Diamantes													
	Título del disco: Solo éxitos de Sus Diamantes													
	Año: 1975													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Fiebre De Tí</td><td>B1 Lorena</td></tr> <tr> <td>A2 Tu Juramento</td><td>B2 Castígame</td></tr> <tr> <td>A3 Tus Costumbres</td><td>B3 La Más Bella</td></tr> <tr> <td>A4 Con Un Poquito Menos</td><td>B4 Triste Soledad</td></tr> <tr> <td>A5 Una Persona</td><td>B5 Vete Pero No Me Dejes Así</td></tr> <tr> <td>A6 ¿Y La Pavita Qué?</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 Fiebre De Tí	B1 Lorena	A2 Tu Juramento	B2 Castígame	A3 Tus Costumbres	B3 La Más Bella	A4 Con Un Poquito Menos	B4 Triste Soledad	A5 Una Persona	B5 Vete Pero No Me Dejes Así	A6 ¿Y La Pavita Qué?
Canciones														
A1 Fiebre De Tí	B1 Lorena													
A2 Tu Juramento	B2 Castígame													
A3 Tus Costumbres	B3 La Más Bella													
A4 Con Un Poquito Menos	B4 Triste Soledad													
A5 Una Persona	B5 Vete Pero No Me Dejes Así													
A6 ¿Y La Pavita Qué?														

Número en el catálogo: 111														
Portada 	Grupo: Sus Diamantes													
	Título del disco: 77													
	Año: 1977													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 La Cuñada</td><td>B1 El Montañero</td></tr> <tr> <td>A2 Olvidate</td><td>B2 Comprometido</td></tr> <tr> <td>A3 El Arca De Noé</td><td>B3 Sandra</td></tr> <tr> <td>A4 Mortal Desilusión</td><td>B4 Me Duele A Mí</td></tr> <tr> <td>A5 El Camino Embruja'o</td><td>B5 La Vaca Muuu</td></tr> <tr> <td>A6 El Mambo Del Jo Jo</td><td>B6 Te Espero Mi Amor, Te Espero</td></tr> </table>	Canciones		A1 La Cuñada	B1 El Montañero	A2 Olvidate	B2 Comprometido	A3 El Arca De Noé	B3 Sandra	A4 Mortal Desilusión	B4 Me Duele A Mí	A5 El Camino Embruja'o	B5 La Vaca Muuu	A6 El Mambo Del Jo Jo
Canciones														
A1 La Cuñada	B1 El Montañero													
A2 Olvidate	B2 Comprometido													
A3 El Arca De Noé	B3 Sandra													
A4 Mortal Desilusión	B4 Me Duele A Mí													
A5 El Camino Embruja'o	B5 La Vaca Muuu													
A6 El Mambo Del Jo Jo	B6 Te Espero Mi Amor, Te Espero													

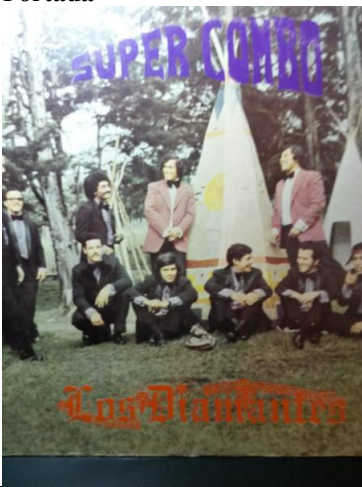
Número en el catálogo: 112														
Portada 	Grupo: Sus Diamantes													
	Título del disco: Qué bonito!													
	Año: 1977													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Alajuelita</td><td>B7 Total</td></tr> <tr> <td>A2 Qué Me Has Dado Tú</td><td>B8 Gracia Y Salero</td></tr> <tr> <td>A3 Tengo Cicatrices</td><td>B9 Recuerdos</td></tr> <tr> <td>A4 Morena Linda</td><td>B10 Tu Cobardía</td></tr> <tr> <td>A5 Este Robert Soto</td><td>B11 Qué Bonito</td></tr> <tr> <td>A6 El Carbonero</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 Alajuelita	B7 Total	A2 Qué Me Has Dado Tú	B8 Gracia Y Salero	A3 Tengo Cicatrices	B9 Recuerdos	A4 Morena Linda	B10 Tu Cobardía	A5 Este Robert Soto	B11 Qué Bonito	A6 El Carbonero
Canciones														
A1 Alajuelita	B7 Total													
A2 Qué Me Has Dado Tú	B8 Gracia Y Salero													
A3 Tengo Cicatrices	B9 Recuerdos													
A4 Morena Linda	B10 Tu Cobardía													
A5 Este Robert Soto	B11 Qué Bonito													
A6 El Carbonero														

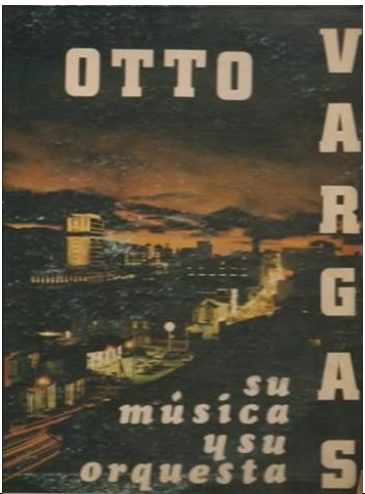
Número en el catálogo: 113														
Portada 	Grupo: Sus Diamantes													
	Título del disco: 3000 segundos de sabor tropical													
	Año: 1978													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 María Pequeñita</td><td>B1 Se Prendieron Las Velas</td></tr> <tr> <td>A2 Celosa</td><td>B2 Me Gusta La Gurbia</td></tr> <tr> <td>A3 Volveré</td><td>B3 Por Favor No Lo Hagas</td></tr> <tr> <td>A4 El Matrimonio</td><td>B4 Me Gusta, Me Gusta</td></tr> <tr> <td>A5 El Vagabundo</td><td>B5 El Merengue Del Marciano</td></tr> <tr> <td>A6 No Estoy Para Tus Besos</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 María Pequeñita	B1 Se Prendieron Las Velas	A2 Celosa	B2 Me Gusta La Gurbia	A3 Volveré	B3 Por Favor No Lo Hagas	A4 El Matrimonio	B4 Me Gusta, Me Gusta	A5 El Vagabundo	B5 El Merengue Del Marciano	A6 No Estoy Para Tus Besos
Canciones														
A1 María Pequeñita	B1 Se Prendieron Las Velas													
A2 Celosa	B2 Me Gusta La Gurbia													
A3 Volveré	B3 Por Favor No Lo Hagas													
A4 El Matrimonio	B4 Me Gusta, Me Gusta													
A5 El Vagabundo	B5 El Merengue Del Marciano													
A6 No Estoy Para Tus Besos														

Número en el catálogo: 114														
Portada 	Grupo: Sus Diamantes													
	Título del disco: Cantando es mucho mejor													
	Año: 1979													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Cantado Es Mucho Mejor</td><td>B7 La Negrita María Rosa</td></tr> <tr> <td>A2 El Mambo Del Arroz</td><td>B8 Y Así Nació Mi Cumbia</td></tr> <tr> <td>A3 Camila Antonia</td><td>B9 Soy El Cha</td></tr> <tr> <td>A4 Amor Comprado</td><td>B10 La Carta</td></tr> <tr> <td>A5 Y Qué Será</td><td></td></tr> <tr> <td>A6 Ay Mexicanita</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 Cantado Es Mucho Mejor	B7 La Negrita María Rosa	A2 El Mambo Del Arroz	B8 Y Así Nació Mi Cumbia	A3 Camila Antonia	B9 Soy El Cha	A4 Amor Comprado	B10 La Carta	A5 Y Qué Será		A6 Ay Mexicanita
Canciones														
A1 Cantado Es Mucho Mejor	B7 La Negrita María Rosa													
A2 El Mambo Del Arroz	B8 Y Así Nació Mi Cumbia													
A3 Camila Antonia	B9 Soy El Cha													
A4 Amor Comprado	B10 La Carta													
A5 Y Qué Será														
A6 Ay Mexicanita														

Número en el catálogo: 115														
Portada 	Grupo: Sus Diamantes													
	Título del disco: Calientísimo													
	Año: 1983													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Mujercita</td><td>B1 Yo no he podido</td></tr> <tr> <td>A2 Cuando El Alma Sufre</td><td>B2 Despedida</td></tr> <tr> <td>A3 Cielo Tico</td><td>B3 La Borona</td></tr> <tr> <td>A4 Caprichosa Mentirosa</td><td>B4 Sobrerito sabanero</td></tr> <tr> <td>A5 Tico Tico</td><td>B5 La Colombiana</td></tr> <tr> <td>A6 El ahorro</td><td>B6 Tenme compasión</td></tr> </table>	Canciones		A1 Mujercita	B1 Yo no he podido	A2 Cuando El Alma Sufre	B2 Despedida	A3 Cielo Tico	B3 La Borona	A4 Caprichosa Mentirosa	B4 Sobrerito sabanero	A5 Tico Tico	B5 La Colombiana	A6 El ahorro
Canciones														
A1 Mujercita	B1 Yo no he podido													
A2 Cuando El Alma Sufre	B2 Despedida													
A3 Cielo Tico	B3 La Borona													
A4 Caprichosa Mentirosa	B4 Sobrerito sabanero													
A5 Tico Tico	B5 La Colombiana													
A6 El ahorro	B6 Tenme compasión													

Número en el catálogo: 116														
Portada 	Grupo: Sus Diamantes													
	Título del disco: El pollo													
	Año: 1980													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Es El Amor</td><td>B1 El Pollo</td></tr> <tr> <td>A2 Nada Soy</td><td>B2 Mi Trigueña</td></tr> <tr> <td>A3 Massa - Massa</td><td>B3 Palito de Cidrón</td></tr> <tr> <td>A4 Cumbia Morena</td><td>B4 Hoy Para Qué</td></tr> <tr> <td>A5 Para La Reina</td><td>B5 El Mozote</td></tr> <tr> <td>A6 La Leche</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 Es El Amor	B1 El Pollo	A2 Nada Soy	B2 Mi Trigueña	A3 Massa - Massa	B3 Palito de Cidrón	A4 Cumbia Morena	B4 Hoy Para Qué	A5 Para La Reina	B5 El Mozote	A6 La Leche
Canciones														
A1 Es El Amor	B1 El Pollo													
A2 Nada Soy	B2 Mi Trigueña													
A3 Massa - Massa	B3 Palito de Cidrón													
A4 Cumbia Morena	B4 Hoy Para Qué													
A5 Para La Reina	B5 El Mozote													
A6 La Leche														

Número en el catálogo: 117												
Portada 	Grupo: Sus Diamantes											
	Título del disco: Súper combo Los Diamantes											
	Año: 1973											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Me Caí De Una Nube</td><td>B1 Niebla Del Riachuelo</td></tr> <tr> <td>A2 Dime Por Qué</td><td>B2 Momentos</td></tr> <tr> <td>A3 Amémonos</td><td>B3 Mosaico De Anselma</td></tr> <tr> <td>A4 El último Acto</td><td></td></tr> <tr> <td>A5 Clavelito De Rosa Blanca</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 Me Caí De Una Nube	B1 Niebla Del Riachuelo	A2 Dime Por Qué	B2 Momentos	A3 Amémonos	B3 Mosaico De Anselma	A4 El último Acto		A5 Clavelito De Rosa Blanca
Canciones												
A1 Me Caí De Una Nube	B1 Niebla Del Riachuelo											
A2 Dime Por Qué	B2 Momentos											
A3 Amémonos	B3 Mosaico De Anselma											
A4 El último Acto												
A5 Clavelito De Rosa Blanca												

Número en el catálogo: 118														
Portada 	Grupo: Otto Vargas y su orquesta													
	Título del disco: Su Música y su orquesta													
	Año: 1967													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <th colspan="2">Canciones</th></tr> <tr> <td>A1 Costa Rica (pasodoble)</td><td>B1 San José de Costa Rica (bossa nova)</td></tr> <tr> <td>A2 Solo quiero mirarte (bolero)</td><td>B2 Has de volver (bolero)</td></tr> <tr> <td>A3 Amor del mar (tropical)</td><td>B3 Eres inolvidable (bolero)</td></tr> <tr> <td>A4 Para mis amigos (guaracha)</td><td>B4 Demuéstrame to cariño (tropical)</td></tr> <tr> <td>A5 Como un sueño (bolero)</td><td>B5 Te esperare (bolero)</td></tr> <tr> <td>A6 Esta navidad (bolero)</td><td>B6 Rico cafecito (mambique)</td></tr> </table>	Canciones		A1 Costa Rica (pasodoble)	B1 San José de Costa Rica (bossa nova)	A2 Solo quiero mirarte (bolero)	B2 Has de volver (bolero)	A3 Amor del mar (tropical)	B3 Eres inolvidable (bolero)	A4 Para mis amigos (guaracha)	B4 Demuéstrame to cariño (tropical)	A5 Como un sueño (bolero)	B5 Te esperare (bolero)	A6 Esta navidad (bolero)
Canciones														
A1 Costa Rica (pasodoble)	B1 San José de Costa Rica (bossa nova)													
A2 Solo quiero mirarte (bolero)	B2 Has de volver (bolero)													
A3 Amor del mar (tropical)	B3 Eres inolvidable (bolero)													
A4 Para mis amigos (guaracha)	B4 Demuéstrame to cariño (tropical)													
A5 Como un sueño (bolero)	B5 Te esperare (bolero)													
A6 Esta navidad (bolero)	B6 Rico cafecito (mambique)													

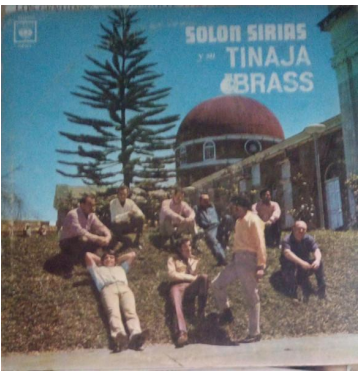
Número en el catálogo: 119														
Portada 	Grupo: Otto Vargas y su orquesta													
	Título del disco: A bailar con Otto Vargas y su orquesta													
	Año: 1968													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <th colspan="2">Canciones</th></tr> <tr> <td>1 El Pecador</td><td>7 Señorita Minifalda</td></tr> <tr> <td>2 Mi Boogaloo</td><td>8 Mosaico Romántico</td></tr> <tr> <td>3 Mosaico De Cumbias</td><td>9 El Gato</td></tr> <tr> <td>4 Leyenda De Tus Ojos</td><td>10 Sicolocodélico</td></tr> <tr> <td>5 Quinceañera</td><td>11 Jonas</td></tr> <tr> <td>6 El Pollito</td><td></td></tr> </table>	Canciones		1 El Pecador	7 Señorita Minifalda	2 Mi Boogaloo	8 Mosaico Romántico	3 Mosaico De Cumbias	9 El Gato	4 Leyenda De Tus Ojos	10 Sicolocodélico	5 Quinceañera	11 Jonas	6 El Pollito
Canciones														
1 El Pecador	7 Señorita Minifalda													
2 Mi Boogaloo	8 Mosaico Romántico													
3 Mosaico De Cumbias	9 El Gato													
4 Leyenda De Tus Ojos	10 Sicolocodélico													
5 Quinceañera	11 Jonas													
6 El Pollito														

Número en el catálogo: 120														
Portada 	Grupo: Otto Vargas y su orquesta													
	Título del disco: Solamente éxitos													
	Año: 1969													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <th colspan="2">Canciones</th></tr> <tr> <td>1 La Chevecha</td><td>7 Qué Es El Amor?</td></tr> <tr> <td>2 O Quizás Simplemente Le Regale Una Rosa</td><td>8 Porque Yo Te Amo</td></tr> <tr> <td>3 María Isabel</td><td>9 Costa Brava</td></tr> <tr> <td>4 Fuego En San Miguel</td><td>10 Sabré Olvidar</td></tr> <tr> <td>5 Mi Pena</td><td>11 Para La Luna</td></tr> <tr> <td>6 Sabrosita</td><td>12 Limón Limonero</td></tr> </table>	Canciones		1 La Chevecha	7 Qué Es El Amor?	2 O Quizás Simplemente Le Regale Una Rosa	8 Porque Yo Te Amo	3 María Isabel	9 Costa Brava	4 Fuego En San Miguel	10 Sabré Olvidar	5 Mi Pena	11 Para La Luna	6 Sabrosita
Canciones														
1 La Chevecha	7 Qué Es El Amor?													
2 O Quizás Simplemente Le Regale Una Rosa	8 Porque Yo Te Amo													
3 María Isabel	9 Costa Brava													
4 Fuego En San Miguel	10 Sabré Olvidar													
5 Mi Pena	11 Para La Luna													
6 Sabrosita	12 Limón Limonero													

Número en el catálogo: 124		
Portada 	Grupo: Gloria Estela	
	Título del disco: Flor de cumbia y la cumbiamba de Quincho Prado	
	Año: 1965	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Bocachico Sinuano A2 Adiós Adiós Corazón A3 La Manzana De La Discordia A4 Paisaje A5 La Pollera Amarilla A6 La Gaita de Antonio	B1 Tabaquera B2 Cosechera B3 Cumbia de Ovejas B4 Color de Cumbia B5 En la Playa B6 Cumbia Barulera

Número en el catálogo: 125		
Portada 	Grupo: Los tres josefinos	
	Título del disco: LYJ	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Te esperaré A2 Flor josefina A3 Tócame la campana A4 Nueva vida A5 Lindo Sarapiqui A6 Mi peor enemiga	B1 Eso es imposible B2 Vendrá mañana B3 Sin sufrimiento B4 Mi última aventura B5 Ciego de amor B6 Cruel separación

Número en el catálogo: 126		
Portada	Grupo: Los tres josefinos	
	Título del disco: Olimpo Cárdenas y Los tres josefinos	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones	

Número en el catálogo: 127														
Portada	Grupo: Solón Sirias y su Tinaja Brass													
	Título del disco: Los más grandes éxitos de Solón Sirias y su Tinaja Brass													
	Año: s.f													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 Señorita Tica</td><td>B1 Brazilia</td></tr> <tr> <td>A2 Cocktail Margarita</td><td>B2 Te Traigo El Pompo</td></tr> <tr> <td>A3 Irazú</td><td>B3 Cavita</td></tr> <tr> <td>A4 Zamba Agridulce</td><td>B4 Souful Strut</td></tr> <tr> <td>A5 Los Molinos De Tu Pensamiento</td><td>B5 Palillos Chinos</td></tr> <tr> <td>A6 Leyendo Tus Cartas</td><td>B6 Barquito Marinero</td></tr> </table>	Canciones		A1 Señorita Tica	B1 Brazilia	A2 Cocktail Margarita	B2 Te Traigo El Pompo	A3 Irazú	B3 Cavita	A4 Zamba Agridulce	B4 Souful Strut	A5 Los Molinos De Tu Pensamiento	B5 Palillos Chinos	A6 Leyendo Tus Cartas
Canciones														
A1 Señorita Tica	B1 Brazilia													
A2 Cocktail Margarita	B2 Te Traigo El Pompo													
A3 Irazú	B3 Cavita													
A4 Zamba Agridulce	B4 Souful Strut													
A5 Los Molinos De Tu Pensamiento	B5 Palillos Chinos													
A6 Leyendo Tus Cartas	B6 Barquito Marinero													

Número en el catálogo: 128												
Portada	Grupo: Solón Sirias y su Tinaja Brass											
	Título del disco: Cumbia en azul 1972											
	Año:											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 Cumbia En Azul</td><td>B1 Pájaro Amarillo</td></tr> <tr> <td>A2 Mucho Corazón</td><td>B2 La Arenita</td></tr> <tr> <td>A3 Cumbia Sobre El Mar</td><td>B3 Mi Canción De Ausencia</td></tr> <tr> <td>A4 Noche De Cumbia</td><td>B4 Mosaico Del Canaleta</td></tr> <tr> <td>A5 La Pelea Del Siglo</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 Cumbia En Azul	B1 Pájaro Amarillo	A2 Mucho Corazón	B2 La Arenita	A3 Cumbia Sobre El Mar	B3 Mi Canción De Ausencia	A4 Noche De Cumbia	B4 Mosaico Del Canaleta	A5 La Pelea Del Siglo
Canciones												
A1 Cumbia En Azul	B1 Pájaro Amarillo											
A2 Mucho Corazón	B2 La Arenita											
A3 Cumbia Sobre El Mar	B3 Mi Canción De Ausencia											
A4 Noche De Cumbia	B4 Mosaico Del Canaleta											
A5 La Pelea Del Siglo												

Número en el catálogo: 129																
Portada	Grupo: Solón Sirias y su Tinaja Brass															
	Título del disco: Ajajá!															
	Año: 1967															
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:															
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 Zapateado Mexicano</td><td>B1 Irazú</td></tr> <tr> <td>A2 Un Paseo Por El Bosque Negro</td><td>B2 Guantanamera</td></tr> <tr> <td>A3 Te Traigo Pompo</td><td>B3 En Una Flor</td></tr> <tr> <td>A4 Cavita Hey Lupe</td><td>B4 Zorba El Griego</td></tr> <tr> <td>A5 La Sombra De Tu Sonrisa</td><td>B5 Cuatro Palabras</td></tr> <tr> <td>A6 Parroque Corazonada</td><td>B6 La Pulga Española</td></tr> <tr> <td></td><td>B7 Hello Dolly</td></tr> </table>	Canciones		A1 Zapateado Mexicano	B1 Irazú	A2 Un Paseo Por El Bosque Negro	B2 Guantanamera	A3 Te Traigo Pompo	B3 En Una Flor	A4 Cavita Hey Lupe	B4 Zorba El Griego	A5 La Sombra De Tu Sonrisa	B5 Cuatro Palabras	A6 Parroque Corazonada	B6 La Pulga Española	
Canciones																
A1 Zapateado Mexicano	B1 Irazú															
A2 Un Paseo Por El Bosque Negro	B2 Guantanamera															
A3 Te Traigo Pompo	B3 En Una Flor															
A4 Cavita Hey Lupe	B4 Zorba El Griego															
A5 La Sombra De Tu Sonrisa	B5 Cuatro Palabras															
A6 Parroque Corazonada	B6 La Pulga Española															
	B7 Hello Dolly															

Número en el catálogo: 130	
Portada	Grupo: Solón Sirias y su Tinaja Brass
	Título del disco: A toda máquina
	Año: 1972
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
Canciones A1 Duele Decir Adiós A2 Los Molinos De Tu Pensamiento A3 La Bola A4 Love Me Tonight A5 Nacido Para Ti	B1 My Way B2 Mama B3 Soulful Strut B4 Buenos Días Estrellita B5 Amor Y Ritmo B6 Amor Hippie

Número en el catálogo: 131	
Portada	Grupo: Solón Sirias y su Tinaja Brass
	Título del disco: Mar y Estrellas
	Año: 1974
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
Canciones A1 El Rosal A2 Este Amor A3 Playas De Costa Rica A4 Mosaico Romántico	B1 Mar Y Estrellas B2 Soy Feliz B3 La Molestosa B4 Porque B5 Mosaico "Panameño"

Número en el catálogo: 132	
Portada	Grupo: Solón Sirias y su Tinaja Brass
	Título del disco: ¡Solón!
	Año:
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: Polydor
Canciones A1 Brasilia A2 Barquito Marinero A3 Plucky A4 Samba Agridulce A5 Cuando Estoy Contigo A6 No Pienses En Mí	B1 Sunny B2 Palillos Chinos B3 La Tabla B4 Riendo, llorando B5 Cuando Digo Que Te Amo B6 Hurry Sundown

Número en el catálogo: 133														
Portada 	Grupo: Combo Sensación Kodokán													
	Título del disco: Combo Sensación Kodokán													
	Año: 1977													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: EPIC													
	<table border="0"> <tr> <td>Canciones</td><td>B2 El Hombre Feo</td></tr> <tr> <td>A1 Castillito De Arena</td><td>B3 Ya Nació El Niño</td></tr> <tr> <td>A2 Morenita</td><td>B4 El Amuleto</td></tr> <tr> <td>A3 Perdón</td><td>B5 Obsesión</td></tr> <tr> <td>A4 El Muerto</td><td></td></tr> <tr> <td>A5 Mil Copas</td><td></td></tr> <tr> <td>A6 Plaza De Santamaría</td><td></td></tr> </table>	Canciones	B2 El Hombre Feo	A1 Castillito De Arena	B3 Ya Nació El Niño	A2 Morenita	B4 El Amuleto	A3 Perdón	B5 Obsesión	A4 El Muerto		A5 Mil Copas		A6 Plaza De Santamaría
Canciones	B2 El Hombre Feo													
A1 Castillito De Arena	B3 Ya Nació El Niño													
A2 Morenita	B4 El Amuleto													
A3 Perdón	B5 Obsesión													
A4 El Muerto														
A5 Mil Copas														
A6 Plaza De Santamaría														

Número en el catálogo: 134														
Portada 	Grupo: Combo Sensación Kodokán													
	Título del disco: Combo Sensación Kodokán													
	Año: 1978													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: EPIC													
	<table border="0"> <tr> <td>Canciones</td><td>B1 Cruel Humanidad</td></tr> <tr> <td>A1 Hermano Indio</td><td>B2 Por Una Manzana</td></tr> <tr> <td>A2 Los Mejores Amantes</td><td>B3 Alma Gitana</td></tr> <tr> <td>A3 La Borrachera</td><td>B4 Cabeza Loca</td></tr> <tr> <td>A4 Mi Arbil y Yo</td><td>B5 Qué Más Puedo Decir</td></tr> <tr> <td>A5 Peregrino</td><td></td></tr> <tr> <td>A6 El Tarta Mudo</td><td></td></tr> </table>	Canciones	B1 Cruel Humanidad	A1 Hermano Indio	B2 Por Una Manzana	A2 Los Mejores Amantes	B3 Alma Gitana	A3 La Borrachera	B4 Cabeza Loca	A4 Mi Arbil y Yo	B5 Qué Más Puedo Decir	A5 Peregrino		A6 El Tarta Mudo
Canciones	B1 Cruel Humanidad													
A1 Hermano Indio	B2 Por Una Manzana													
A2 Los Mejores Amantes	B3 Alma Gitana													
A3 La Borrachera	B4 Cabeza Loca													
A4 Mi Arbil y Yo	B5 Qué Más Puedo Decir													
A5 Peregrino														
A6 El Tarta Mudo														

Número en el catálogo: 135														
Portada 	Grupo: Los Hicsos													
	Título del disco: Los Hicsos													
	Año: 1972													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table border="0"> <tr> <td>Canciones</td><td>B1 Si Volvieras</td></tr> <tr> <td>A1 Violencia</td><td>B2 Tilsia</td></tr> <tr> <td>A2 El Regañado</td><td>B3 Mosaico...Te Canta La Gallina</td></tr> <tr> <td>A3 Son Las 11 Y No Has Venido</td><td></td></tr> <tr> <td>A4 Beso Sobre Beso</td><td></td></tr> <tr> <td>A5 Sufro Porque Te Quiero</td><td></td></tr> <tr> <td>A6 La Tos</td><td></td></tr> </table>	Canciones	B1 Si Volvieras	A1 Violencia	B2 Tilsia	A2 El Regañado	B3 Mosaico...Te Canta La Gallina	A3 Son Las 11 Y No Has Venido		A4 Beso Sobre Beso		A5 Sufro Porque Te Quiero		A6 La Tos
Canciones	B1 Si Volvieras													
A1 Violencia	B2 Tilsia													
A2 El Regañado	B3 Mosaico...Te Canta La Gallina													
A3 Son Las 11 Y No Has Venido														
A4 Beso Sobre Beso														
A5 Sufro Porque Te Quiero														
A6 La Tos														

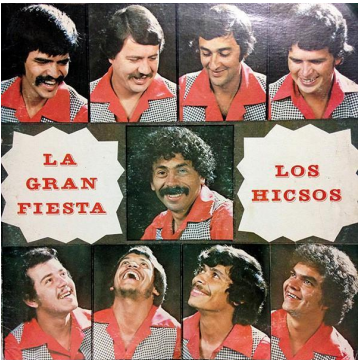
Número en el catálogo: 136														
Portada	Grupo: Los Hicsos													
	Título del disco: Banda pop													
	Año: 1973													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Amor, Amar</td><td>B1 El Gato Viudo</td></tr> <tr> <td>A2 La Rosita</td><td>B2 Déjala Que Se Vaya</td></tr> <tr> <td></td><td>B3 A María Yo Encontré</td></tr> <tr> <td></td><td>B4 Compadre Pedro Juan</td></tr> <tr> <td></td><td>B5 Que Seas Feliz</td></tr> <tr> <td></td><td>B6 Ma O Menos</td></tr> </table>	Canciones		A1 Amor, Amar	B1 El Gato Viudo	A2 La Rosita	B2 Déjala Que Se Vaya		B3 A María Yo Encontré		B4 Compadre Pedro Juan		B5 Que Seas Feliz	
Canciones														
A1 Amor, Amar	B1 El Gato Viudo													
A2 La Rosita	B2 Déjala Que Se Vaya													
	B3 A María Yo Encontré													
	B4 Compadre Pedro Juan													
	B5 Que Seas Feliz													
	B6 Ma O Menos													

Número en el catálogo: 137												
Portada	Grupo: Los Hicsos											
	Título del disco: Los Hicsos											
	Año: 1974											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Para San José</td><td>B1 Si Yo Fuera él</td></tr> <tr> <td>A2 La Tranca</td><td>B2 Mosaico...María Cristina</td></tr> <tr> <td>A3 Miedo</td><td></td></tr> <tr> <td>A4 Loreta</td><td></td></tr> <tr> <td>A5 Vamonós</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 Para San José	B1 Si Yo Fuera él	A2 La Tranca	B2 Mosaico...María Cristina	A3 Miedo		A4 Loreta		A5 Vamonós
Canciones												
A1 Para San José	B1 Si Yo Fuera él											
A2 La Tranca	B2 Mosaico...María Cristina											
A3 Miedo												
A4 Loreta												
A5 Vamonós												

Número en el catálogo: 138														
Portada	Grupo: Los Hicsos													
	Título del disco: De fiesta													
	Año: 1977													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Cerca Del Bigote</td><td>B1 Cómo es él</td></tr> <tr> <td>A2 No Te Mires En El río</td><td>B2 Glorioso San Antonio</td></tr> <tr> <td>A3 Jesús Guanacasteco</td><td>B3 La Gitana</td></tr> <tr> <td>A4 La Cumbia Es Una Hembra</td><td></td></tr> <tr> <td>A5 Sin Ti</td><td></td></tr> <tr> <td>A6 La Muela</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 Cerca Del Bigote	B1 Cómo es él	A2 No Te Mires En El río	B2 Glorioso San Antonio	A3 Jesús Guanacasteco	B3 La Gitana	A4 La Cumbia Es Una Hembra		A5 Sin Ti		A6 La Muela
Canciones														
A1 Cerca Del Bigote	B1 Cómo es él													
A2 No Te Mires En El río	B2 Glorioso San Antonio													
A3 Jesús Guanacasteco	B3 La Gitana													
A4 La Cumbia Es Una Hembra														
A5 Sin Ti														
A6 La Muela														

Número en el catálogo: 139														
Portada 	Grupo: Los Hicsos													
	Título del disco: Al Estilo Los Hicsos													
	Año: 1976													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Ojos Azules</td><td>B1 Así Es Mi Tierra</td></tr> <tr> <td>A2 Ask (Sin Esperanza)</td><td>B2 Viva León</td></tr> <tr> <td>A3 Bartola</td><td>B3 Esa Mujer</td></tr> <tr> <td>A4 Puente De Piedra</td><td>B4 Recuerdos De Mi Tierra</td></tr> <tr> <td>A5 Pasión</td><td>B5 Bien Acotejao</td></tr> <tr> <td>A6 Garrapatica</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 Ojos Azules	B1 Así Es Mi Tierra	A2 Ask (Sin Esperanza)	B2 Viva León	A3 Bartola	B3 Esa Mujer	A4 Puente De Piedra	B4 Recuerdos De Mi Tierra	A5 Pasión	B5 Bien Acotejao	A6 Garrapatica
Canciones														
A1 Ojos Azules	B1 Así Es Mi Tierra													
A2 Ask (Sin Esperanza)	B2 Viva León													
A3 Bartola	B3 Esa Mujer													
A4 Puente De Piedra	B4 Recuerdos De Mi Tierra													
A5 Pasión	B5 Bien Acotejao													
A6 Garrapatica														

Número en el catálogo: 140														
Portada 	Grupo: Los Hicsos													
	Título del disco: Alegrísimos													
	Año: 1978													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Luces De Ciudad</td><td>B1 Wanján Con Cameron</td></tr> <tr> <td>A2 Mis Recuerdos</td><td>B2 Ocaso</td></tr> <tr> <td>A3 Orgullo</td><td>B3 Himno Al Guaro</td></tr> <tr> <td>A4 El Sombrero De Gaspar</td><td>B4 Contigo Besos Salvajes</td></tr> <tr> <td>A5 He Guardado</td><td>B5 El Compadre</td></tr> <tr> <td>A6 Agua De La Quebrada</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 Luces De Ciudad	B1 Wanján Con Cameron	A2 Mis Recuerdos	B2 Ocaso	A3 Orgullo	B3 Himno Al Guaro	A4 El Sombrero De Gaspar	B4 Contigo Besos Salvajes	A5 He Guardado	B5 El Compadre	A6 Agua De La Quebrada
Canciones														
A1 Luces De Ciudad	B1 Wanján Con Cameron													
A2 Mis Recuerdos	B2 Ocaso													
A3 Orgullo	B3 Himno Al Guaro													
A4 El Sombrero De Gaspar	B4 Contigo Besos Salvajes													
A5 He Guardado	B5 El Compadre													
A6 Agua De La Quebrada														

Número en el catálogo: 141										
Portada 	Grupo: Los Hicsos									
	Título del disco: La Gran fiesta									
	Año: 1980									
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:									
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 El Samuel</td><td>B1 El Difunto</td></tr> <tr> <td>A2 Calla Corazón</td><td>B2 Al Despertarnos</td></tr> <tr> <td>A3 La Suegra</td><td>B3 Papacito Papasote</td></tr> <tr> <td>A4 Baila El Son</td><td>B4 La Historia De Juan</td></tr> </table>	Canciones		A1 El Samuel	B1 El Difunto	A2 Calla Corazón	B2 Al Despertarnos	A3 La Suegra	B3 Papacito Papasote	A4 Baila El Son
Canciones										
A1 El Samuel	B1 El Difunto									
A2 Calla Corazón	B2 Al Despertarnos									
A3 La Suegra	B3 Papacito Papasote									
A4 Baila El Son	B4 La Historia De Juan									

Número en el catálogo: 142		
Portada 	Grupo: Los Hicsos presentan a Gerardo	
	Título del disco:	
	Año: 1986	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Si te vas A2 Digan lo que digan A3 Así es la vida A4 Nuestro amor no va A5 Recuerdos	B1 Su supieras B2 Amor amar B3 No me abandones B4 Eres tú B5 Hoy ha vuelto el sol

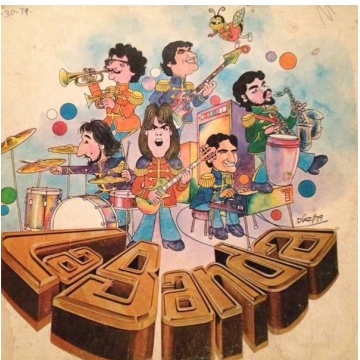
Número en el catálogo: 143		
Portada 	Grupo: Los Hicsos	
	Título del disco: 89	
	Año: 1989	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 La Negra Salomé A2 Volver a Vivir A3 Para Siempre Juntos A4 Paloma Sin Corazón A5 La Coloreteada	B1 Mosaico El Cubanito B2 Por Tu Amor B3 El Hula Hula

Número en el catálogo: 144		
Portada 	Grupo: La Empresa	
	Título del disco: La Empresa	
	Año: 1987	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Eres A2 El Vacilón A3 Vuelve Amor A4 Ella Es A5 Fiesta	B1 Dale Que Dale B2 El Play Boy B3 Ámame B4 Rosas B5 Latino Soy

Número en el catálogo: 145												
Portada 	Grupo: La Empresa											
	Título del disco: Cumbia soberana											
	Año: 1988											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 El Gordo</td><td>B1 Cumbia Soberana</td></tr> <tr> <td>A2 Leonor</td><td>B2 Quien Podrá Quererte</td></tr> <tr> <td>A3 Amor, Amor (Quiero)</td><td>B3 Tu Manera De Amar</td></tr> <tr> <td>A4 Amor Equivocado</td><td>B4 Quiéreme</td></tr> <tr> <td>A5 Tu</td><td>B5 Perdí</td></tr> </table>	Canciones		A1 El Gordo	B1 Cumbia Soberana	A2 Leonor	B2 Quien Podrá Quererte	A3 Amor, Amor (Quiero)	B3 Tu Manera De Amar	A4 Amor Equivocado	B4 Quiéreme	A5 Tu
Canciones												
A1 El Gordo	B1 Cumbia Soberana											
A2 Leonor	B2 Quien Podrá Quererte											
A3 Amor, Amor (Quiero)	B3 Tu Manera De Amar											
A4 Amor Equivocado	B4 Quiéreme											
A5 Tu	B5 Perdí											

Número en el catálogo: 146												
Portada 	Grupo: Jaque Mate											
	Título del disco: Jaque Mate											
	Año: 1988											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: Derby											
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 La Suegra</td><td>B1 Infieles</td></tr> <tr> <td>A2 Los Lamentos</td><td>B2 Merengueando</td></tr> <tr> <td>A3 Esclavo De Tu Amor</td><td>B3 Me Enamoro</td></tr> <tr> <td>A4 Maripily</td><td>B4 La Gallina</td></tr> <tr> <td>A5 Sarabanda</td><td>B5 El S.I.D.A.</td></tr> </table>	Canciones		A1 La Suegra	B1 Infieles	A2 Los Lamentos	B2 Merengueando	A3 Esclavo De Tu Amor	B3 Me Enamoro	A4 Maripily	B4 La Gallina	A5 Sarabanda
Canciones												
A1 La Suegra	B1 Infieles											
A2 Los Lamentos	B2 Merengueando											
A3 Esclavo De Tu Amor	B3 Me Enamoro											
A4 Maripily	B4 La Gallina											
A5 Sarabanda	B5 El S.I.D.A.											

Número en el catálogo: 147												
Portada 	Grupo: Jaque Mate											
	Título del disco: El cangrejo											
	Año: 1986											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: CBS/Columbia C.A. – DCS-1158											
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 Cangrejo</td><td>B1 Canchis Canchis</td></tr> <tr> <td>A2 El Comején</td><td>B2 Pipiribao</td></tr> <tr> <td>A3 El Choricero</td><td>B3 Mi Banana</td></tr> <tr> <td>A4 El Carnaval</td><td>B4 El Gordo</td></tr> <tr> <td>A5 Tristeza</td><td>B5 El Mareo</td></tr> </table>	Canciones		A1 Cangrejo	B1 Canchis Canchis	A2 El Comején	B2 Pipiribao	A3 El Choricero	B3 Mi Banana	A4 El Carnaval	B4 El Gordo	A5 Tristeza
Canciones												
A1 Cangrejo	B1 Canchis Canchis											
A2 El Comején	B2 Pipiribao											
A3 El Choricero	B3 Mi Banana											
A4 El Carnaval	B4 El Gordo											
A5 Tristeza	B5 El Mareo											

Número en el catálogo: 148												
Portada 	Grupo: La Banda											
	Título del disco: La banda											
	Año: 1979											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Avispa (Suavecito)</td><td>B1 Pero Anoche En La Playa</td></tr> <tr> <td>A2 Te Va A Ser Difícil Olvidar</td><td>B2 Los Tres Caballeros</td></tr> <tr> <td>A3 San José</td><td>B3 Vete De Mi</td></tr> <tr> <td>A4 Brazuca</td><td>B4 El Monstruo Del Mar</td></tr> <tr> <td></td><td>B5 Fin De Programa</td></tr> </table>	Canciones		A1 Avispa (Suavecito)	B1 Pero Anoche En La Playa	A2 Te Va A Ser Difícil Olvidar	B2 Los Tres Caballeros	A3 San José	B3 Vete De Mi	A4 Brazuca	B4 El Monstruo Del Mar	
Canciones												
A1 Avispa (Suavecito)	B1 Pero Anoche En La Playa											
A2 Te Va A Ser Difícil Olvidar	B2 Los Tres Caballeros											
A3 San José	B3 Vete De Mi											
A4 Brazuca	B4 El Monstruo Del Mar											
	B5 Fin De Programa											

Número en el catálogo: 149										
Portada 	Grupo: La Banda									
	Título del disco: La Banda 2									
	Año: 1980									
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:									
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Amorcito</td><td>B1 El Aguacero</td></tr> <tr> <td>A2 Rosalie</td><td>B2 Cada Día Que Pasa</td></tr> <tr> <td>A3 La Cotorra</td><td>B3 Ojos Verdes</td></tr> <tr> <td>A5 Fin De Este Lado</td><td>B5 Fin del otro lado</td></tr> </table>	Canciones		A1 Amorcito	B1 El Aguacero	A2 Rosalie	B2 Cada Día Que Pasa	A3 La Cotorra	B3 Ojos Verdes	A5 Fin De Este Lado
Canciones										
A1 Amorcito	B1 El Aguacero									
A2 Rosalie	B2 Cada Día Que Pasa									
A3 La Cotorra	B3 Ojos Verdes									
A5 Fin De Este Lado	B5 Fin del otro lado									

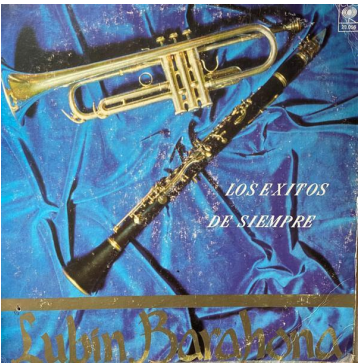
Número en el catálogo: 150										
Portada 	Grupo: La Banda									
	Título del disco: La Banda 3									
	Año: 1981									
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:									
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 El Bombín</td><td>B1 Después De Tanto</td></tr> <tr> <td>A2 Yo No Nací Para Amar</td><td>B2 Mabuya</td></tr> <tr> <td>A3 A Partir De Mañana</td><td>B3 Tiene Que Ser Hoy</td></tr> <tr> <td>A4 Mi Guitarra Y Yo (Mosaico Romántico)</td><td>B4 Mosaico De Cumbias</td></tr> </table>	Canciones		A1 El Bombín	B1 Después De Tanto	A2 Yo No Nací Para Amar	B2 Mabuya	A3 A Partir De Mañana	B3 Tiene Que Ser Hoy	A4 Mi Guitarra Y Yo (Mosaico Romántico)
Canciones										
A1 El Bombín	B1 Después De Tanto									
A2 Yo No Nací Para Amar	B2 Mabuya									
A3 A Partir De Mañana	B3 Tiene Que Ser Hoy									
A4 Mi Guitarra Y Yo (Mosaico Romántico)	B4 Mosaico De Cumbias									

Número en el catálogo: 151												
Portada 	Grupo: La Banda											
	Título del disco: La Banda											
	Año: 1983											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Panamá Me Tombé</td><td>B1 Que Se Mueran Los Feos</td></tr> <tr> <td>A2 Tiro Liro</td><td>B2 Los Días Del Arco Iris</td></tr> <tr> <td>A3 Aguas Azules</td><td>B3 El Alacrán</td></tr> <tr> <td>A4 Zumba Marimba</td><td>B4 Ríndete</td></tr> <tr> <td>A5 El Negro</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 Panamá Me Tombé	B1 Que Se Mueran Los Feos	A2 Tiro Liro	B2 Los Días Del Arco Iris	A3 Aguas Azules	B3 El Alacrán	A4 Zumba Marimba	B4 Ríndete	A5 El Negro
Canciones												
A1 Panamá Me Tombé	B1 Que Se Mueran Los Feos											
A2 Tiro Liro	B2 Los Días Del Arco Iris											
A3 Aguas Azules	B3 El Alacrán											
A4 Zumba Marimba	B4 Ríndete											
A5 El Negro												

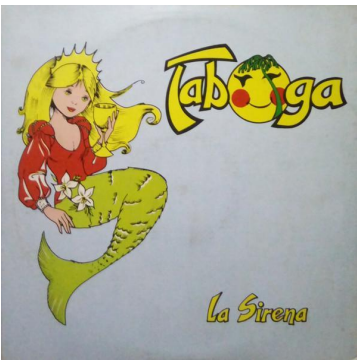
Número en el catálogo: 152										
Portada 	Grupo: La Banda									
	Título del disco: La Super banda vs Mala Nota									
	Año: 1987									
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: Derby									
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 La Pastilla Del Amor</td><td>B1 Para Qué Recordar</td></tr> <tr> <td>A2 Pianísimo</td><td>B2 Ya</td></tr> <tr> <td>A3 Arena Caliente</td><td>B3 Tema De Bolero</td></tr> <tr> <td>A4 La Rumba De San Martín</td><td>B4 Ahora Soy Yo</td></tr> </table>	Canciones		A1 La Pastilla Del Amor	B1 Para Qué Recordar	A2 Pianísimo	B2 Ya	A3 Arena Caliente	B3 Tema De Bolero	A4 La Rumba De San Martín
Canciones										
A1 La Pastilla Del Amor	B1 Para Qué Recordar									
A2 Pianísimo	B2 Ya									
A3 Arena Caliente	B3 Tema De Bolero									
A4 La Rumba De San Martín	B4 Ahora Soy Yo									

Número en el catálogo: 153		
Portada 	Grupo: Pachangueiros	
	Título del disco: Pachangas!	
	Año: 1984	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> </table>	Canciones
Canciones		

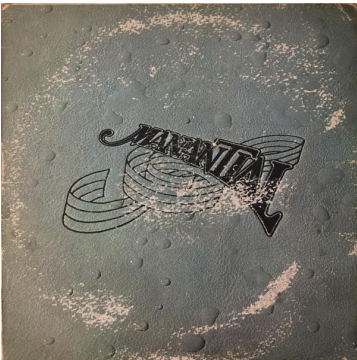
Número en el catálogo: 154												
Portada	Grupo: La Pandylla											
	Título del disco: Arroz quemao											
	Año: 1986											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Arroz Quemao</td><td>B1 El Criticón</td></tr> <tr> <td>A2 Calienta Calienta</td><td>B2 Dónde Están?</td></tr> <tr> <td>A3 Prenda Querida</td><td>B3 Tiempo Para Amar</td></tr> <tr> <td>A4 Mosaico Del Chiqui Chiqui</td><td>B4 De Mañana En Adelante</td></tr> <tr> <td></td><td>B5 A Comer Mamey</td></tr> </table>	Canciones		A1 Arroz Quemao	B1 El Criticón	A2 Calienta Calienta	B2 Dónde Están?	A3 Prenda Querida	B3 Tiempo Para Amar	A4 Mosaico Del Chiqui Chiqui	B4 De Mañana En Adelante	
Canciones												
A1 Arroz Quemao	B1 El Criticón											
A2 Calienta Calienta	B2 Dónde Están?											
A3 Prenda Querida	B3 Tiempo Para Amar											
A4 Mosaico Del Chiqui Chiqui	B4 De Mañana En Adelante											
	B5 A Comer Mamey											

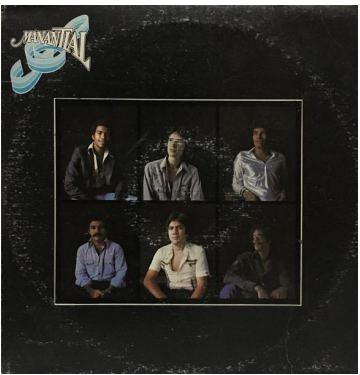
Número en el catálogo: 155														
Portada	Grupo: Lubín Barahona y sus caballeros de siempre													
	Título del disco: Los éxitos de siempre													
	Año: 1974													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Tema Musical De La Orquesta</td><td>B1 Mosaico De Boleros</td></tr> <tr> <td>A2 Reunión De Etiqueta</td><td>B2 Desesperanza</td></tr> <tr> <td>A3 No Puedo Ser Feliz</td><td>B3 Mi Dulce Querer</td></tr> <tr> <td>A4 In The Mood</td><td>B4 Serenade In Blue</td></tr> <tr> <td>A5 Congoja</td><td>B5 Qué Extraña Es La Vida</td></tr> <tr> <td>A6 Eterno Amor</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 Tema Musical De La Orquesta	B1 Mosaico De Boleros	A2 Reunión De Etiqueta	B2 Desesperanza	A3 No Puedo Ser Feliz	B3 Mi Dulce Querer	A4 In The Mood	B4 Serenade In Blue	A5 Congoja	B5 Qué Extraña Es La Vida	A6 Eterno Amor
Canciones														
A1 Tema Musical De La Orquesta	B1 Mosaico De Boleros													
A2 Reunión De Etiqueta	B2 Desesperanza													
A3 No Puedo Ser Feliz	B3 Mi Dulce Querer													
A4 In The Mood	B4 Serenade In Blue													
A5 Congoja	B5 Qué Extraña Es La Vida													
A6 Eterno Amor														

Número en el catálogo: 156														
Portada	Grupo: Taboga													
	Título del disco: El minero/ La cigüeña													
	Año: 1974													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 El Minero</td><td>B1 Permítame</td></tr> <tr> <td>A2 Esa Mujer Es Mía</td><td>B2 Eres Libre</td></tr> <tr> <td>A3 Mosaico: La Cigüeña</td><td>B3 El Gavilán</td></tr> <tr> <td>A4 Tú Eres La Luz De Mi Vida</td><td>B4 Era Tarde Llovía</td></tr> <tr> <td></td><td>B5 Se Murió mi Suegra</td></tr> <tr> <td></td><td>B6 Cariño Nuevo</td></tr> </table>	Canciones		A1 El Minero	B1 Permítame	A2 Esa Mujer Es Mía	B2 Eres Libre	A3 Mosaico: La Cigüeña	B3 El Gavilán	A4 Tú Eres La Luz De Mi Vida	B4 Era Tarde Llovía		B5 Se Murió mi Suegra	
Canciones														
A1 El Minero	B1 Permítame													
A2 Esa Mujer Es Mía	B2 Eres Libre													
A3 Mosaico: La Cigüeña	B3 El Gavilán													
A4 Tú Eres La Luz De Mi Vida	B4 Era Tarde Llovía													
	B5 Se Murió mi Suegra													
	B6 Cariño Nuevo													

Número en el catálogo: 157	
Portada 	Grupo: Taboga
	Título del disco: La Sirena
	Año: 1975
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
	Canciones A1 Déjame Vivir A2 Lamento Marino A3 Nunca Olvidarás A4 Mosaico De Cumbias B1 La Sirena B2 Lo Dejaste Ir B3 Yo No Fui B4 Pa' Yo B5 Ya Sé Lo Que Quiere El Negro

Número en el catálogo: 158	
Portada 	Grupo: Manantial
	Título del disco: Manantial
	Año: 1977
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
	Canciones A1 Esta Fantasía A2 No Me Abandones A3 5 Minutos Y Después A4 Te Lo Pago Con Mi Muerte A5 Recuerdos De Verano B1 La Hiedra B2 Buenos Días Amor B3 Escúcheme Señora B4 Perfidia B5 Canción De La Felicidad B6 Amiga

Número en el catálogo: 159	
Portada 	Grupo: Manantial
	Título del disco: Manantial 2
	Año: 1978
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
	Canciones A1 Rumores A2 No Volveré A Ser De Ti A3 Oda A La Alegría A4 Un Rincón En Tu Corazón B1 La Novia B2 Carnavales En Limón B3 Calypso B4 Merengue

Número en el catálogo: 160														
Portada 	Grupo: Manantial													
	Título del disco: Manantial 3													
	Año: 1979													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Mía</td><td>B1 Sereno</td></tr> <tr> <td>A2 Un Café Para Platón</td><td>B2 ¿Dónde estás?</td></tr> <tr> <td>A3 Cartas Amarillas</td><td>B3 Usted</td></tr> <tr> <td>A4 África Caliente</td><td>B4 Deprimido</td></tr> <tr> <td>A5 La Distancia</td><td>B5 Sola</td></tr> <tr> <td>A6 Poema</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 Mía	B1 Sereno	A2 Un Café Para Platón	B2 ¿Dónde estás?	A3 Cartas Amarillas	B3 Usted	A4 África Caliente	B4 Deprimido	A5 La Distancia	B5 Sola	A6 Poema
Canciones														
A1 Mía	B1 Sereno													
A2 Un Café Para Platón	B2 ¿Dónde estás?													
A3 Cartas Amarillas	B3 Usted													
A4 África Caliente	B4 Deprimido													
A5 La Distancia	B5 Sola													
A6 Poema														

Número en el catálogo: 161														
Portada 	Grupo: Manantial													
	Título del disco: Toda la frescura de Manantial													
	Año: 1981													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 La Hiedra</td><td>B1 Llegaré</td></tr> <tr> <td>A2 Esta Fantasía</td><td>B2 Porque Hoy</td></tr> <tr> <td>A3 Te Lo Pago Con Mi Muerte</td><td>B3 Recuerdos De Verano</td></tr> <tr> <td>A4 Mía</td><td>B4 Un Café Para Platón</td></tr> <tr> <td>A5 Debes Vivir, Debes Amar</td><td>B5 5 Minutos Y Después</td></tr> <tr> <td>A6 Amar</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 La Hiedra	B1 Llegaré	A2 Esta Fantasía	B2 Porque Hoy	A3 Te Lo Pago Con Mi Muerte	B3 Recuerdos De Verano	A4 Mía	B4 Un Café Para Platón	A5 Debes Vivir, Debes Amar	B5 5 Minutos Y Después	A6 Amar
Canciones														
A1 La Hiedra	B1 Llegaré													
A2 Esta Fantasía	B2 Porque Hoy													
A3 Te Lo Pago Con Mi Muerte	B3 Recuerdos De Verano													
A4 Mía	B4 Un Café Para Platón													
A5 Debes Vivir, Debes Amar	B5 5 Minutos Y Después													
A6 Amar														

Número en el catálogo: 162												
Portada 	Grupo: Manantial											
	Título del disco: Fresco y ardiente											
	Año: 1989											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Nunca Digas Nunca</td><td>B1 Vamos A Huir</td></tr> <tr> <td>A2 Mosaico Platters</td><td>B2 Que Nada Nada</td></tr> <tr> <td>A3 Cómo Ganar Tú Corazón</td><td>B3 Vaso De Agua</td></tr> <tr> <td>A4 Mosaico Manantial</td><td>B4 Tómallo</td></tr> <tr> <td></td><td>B5 Mosaico reggae</td></tr> </table>	Canciones		A1 Nunca Digas Nunca	B1 Vamos A Huir	A2 Mosaico Platters	B2 Que Nada Nada	A3 Cómo Ganar Tú Corazón	B3 Vaso De Agua	A4 Mosaico Manantial	B4 Tómallo	
Canciones												
A1 Nunca Digas Nunca	B1 Vamos A Huir											
A2 Mosaico Platters	B2 Que Nada Nada											
A3 Cómo Ganar Tú Corazón	B3 Vaso De Agua											
A4 Mosaico Manantial	B4 Tómallo											
	B5 Mosaico reggae											

Número en el catálogo: 163		
Portada 	Grupo: Karibú	
	Título del disco: Padre Nuestro que nos ilumina	
	Año: 1981	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A 1 Juan Soledad A 2 Como gotas de rocío A 3 Betina y Agustina A 4 Estoy a tiempo A 5 Millonario	B 1 Me estás perdiendo B2 Ali Baba B 3 Cosas del ayer B 4 P'al que sabe B 5 Ahora comprendí

Número en el catálogo: 164		
Portada 	Grupo: Karibú	
	Título del disco: Buscando Libertad	
	Año: 1982	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: EPIC	
	Canciones A1 Venancio A2 Sueño De Amor A3 No Mires El Reloj A4 El Paso Del Buey Cansa'o	1 El Heladero B2 Abusadora B3 No Te Detengas B4 Tortuga Con Coco

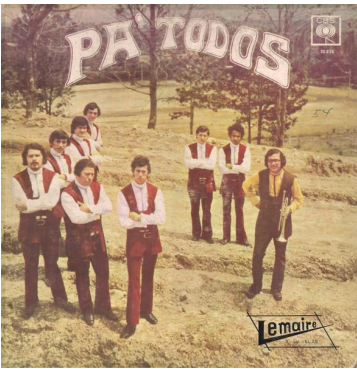
Número en el catálogo: 165		
Portada 	Grupo: Los Alegrísimos	
	Título del disco: Increíble	
	Año: 1981	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 El Hombre Increíble A2 Paso Doble Costa Rica A3 Juanito Pregunton A4 Amor A5 Escalerita A6 Lamento Inca	B1 Licenciado B3 Hay Que Lava'Lo B4 Lejanía B5 Dónde Estás

Número en el catálogo: 166		
Portada 	Grupo: Los Alegrísimos	
	Título del disco: Otra vez increíbles	
	Año: 1982	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 El Bigote A2 Copitas de Mezcal A3 Acuérdate A4 El 90% A5 Vivo Sin Ti	B1 Mosaico Infantil B2 El Hombre Bueno B3 Mira Mi Amor B4 Chavela Chave B5 Voy A Brincar

Número en el catálogo: 167		
Portada 	Grupo: Los Alegrísimos	
	Título del disco: La alegría de Los Alegrísimos	
	Año: 1984	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones Mosaica No. 9 A1.1 El Africano A1.2 Todo Es Para Ti A1.3 El Trabalenguas A1.4 El Perezoso A1.5 La Amenaza A1.6 El Hombre Divertido A1.7 El Funcionario Mosaico No. 10 A2.1 La Chispita A2.2 Amor Velero A2.3 039 A2.4 Coco De Agua A2.5 Chelita A2.6 Oye A2.7 Que Caliente Estoy A2.8 El Marinero A2.9 El Pichón A2.10 Te Quise	Mosaico No. 11 B1.1 Pasito Tun Tun B1.2 Santa Marta B1.3 A Bailar La Cumbia B1.4 La Canillona B1.5 Panamá De Tombe B1.6 La Mulata B1.7 Feliz Cumbe B1.8 Decisiones B1.9 Azuquita Pa'l Cafe B1.10 Amanecemos Parrandeando B1.11 La Calambrina B2 Cumbia Sampuesana B3 El Pescaio B4 Porque Te Quiero

Número en el catálogo: 168										
Portada 	Grupo: Los Alegrísimos									
	Título del disco: Banco Musical de Los Alegrísimos									
	Año: 1985									
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:									
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Mosaico No. 15</td><td>B1 Mosaico No. 14</td></tr> <tr> <td>A2 El Camionero</td><td>B2 Un Beso y Una Flor</td></tr> <tr> <td>A3 Patsy</td><td>B3 Todo Lo Que Tengo Es Tuyo</td></tr> <tr> <td>A4 Baila En La Calle</td><td>B4 Mosaico No. 13</td></tr> </table>	Canciones		A1 Mosaico No. 15	B1 Mosaico No. 14	A2 El Camionero	B2 Un Beso y Una Flor	A3 Patsy	B3 Todo Lo Que Tengo Es Tuyo	A4 Baila En La Calle
Canciones										
A1 Mosaico No. 15	B1 Mosaico No. 14									
A2 El Camionero	B2 Un Beso y Una Flor									
A3 Patsy	B3 Todo Lo Que Tengo Es Tuyo									
A4 Baila En La Calle	B4 Mosaico No. 13									

Número en el catálogo: 169										
Portada 	Grupo: Le Maire y su Klan									
	Título del disco: Mosaico									
	Año: 1974									
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:									
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Mosaico "La Distancia"</td><td>B1 El Gavilán Pollero</td></tr> <tr> <td>A2 Total</td><td>B2 Mosaico "De Locos"</td></tr> <tr> <td>A3 Mosaico De Merengues</td><td>B3 El Cantor De Fonseca</td></tr> <tr> <td></td><td>B4 El Machete y La Vaina</td></tr> </table>	Canciones		A1 Mosaico "La Distancia"	B1 El Gavilán Pollero	A2 Total	B2 Mosaico "De Locos"	A3 Mosaico De Merengues	B3 El Cantor De Fonseca	
Canciones										
A1 Mosaico "La Distancia"	B1 El Gavilán Pollero									
A2 Total	B2 Mosaico "De Locos"									
A3 Mosaico De Merengues	B3 El Cantor De Fonseca									
	B4 El Machete y La Vaina									

Número en el catálogo: 170										
Portada 	Grupo: Le Maire y su Klan									
	Título del disco: Pa' todos									
	Año: 1973									
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:									
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td></td></tr> <tr> <td>A1 Corazón De Chicharrón</td><td>B1 Mosaico "La Barola"</td></tr> <tr> <td>A2 Ah No, Yo No Se, No</td><td>B2 A La Memoria Del Muerto</td></tr> <tr> <td>A3 Mosaico Romántico De María Greever</td><td></td></tr> <tr> <td>A4 Los Doctores</td><td></td></tr> </table>	Canciones		A1 Corazón De Chicharrón	B1 Mosaico "La Barola"	A2 Ah No, Yo No Se, No	B2 A La Memoria Del Muerto	A3 Mosaico Romántico De María Greever		A4 Los Doctores
Canciones										
A1 Corazón De Chicharrón	B1 Mosaico "La Barola"									
A2 Ah No, Yo No Se, No	B2 A La Memoria Del Muerto									
A3 Mosaico Romántico De María Greever										
A4 Los Doctores										

Número en el catálogo: 171								
Portada 	Grupo: Le Maire y su Klan							
	Título del disco: Machaqueando							
	Año: 1973							
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:							
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 Mi Perrita</td><td>B1 La Machaca</td></tr> <tr> <td>A2 Mi Soncito</td><td>B2 El Negro Feliz</td></tr> <tr> <td>A3 Cumbia De Rosa</td><td>B3 La Hamaca Grande</td></tr> </table>	Canciones		A1 Mi Perrita	B1 La Machaca	A2 Mi Soncito	B2 El Negro Feliz	A3 Cumbia De Rosa
Canciones								
A1 Mi Perrita	B1 La Machaca							
A2 Mi Soncito	B2 El Negro Feliz							
A3 Cumbia De Rosa	B3 La Hamaca Grande							

Número en el catálogo: 172										
Portada 	Grupo: Le Maire y su Klan									
	Título del disco: Le Maire y su Klan									
	Año: 1976									
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:									
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 Por Amor</td><td>B5 Extráñame</td></tr> <tr> <td>A2 Si Mañana Muero</td><td>B6 Tú Significas Todo Para Mí</td></tr> <tr> <td>A3 Popotito</td><td>B7 Un Lugar</td></tr> <tr> <td>A4 Mosaico Boleros</td><td>B8 Mosaico Tropical</td></tr> </table>	Canciones		A1 Por Amor	B5 Extráñame	A2 Si Mañana Muero	B6 Tú Significas Todo Para Mí	A3 Popotito	B7 Un Lugar	A4 Mosaico Boleros
Canciones										
A1 Por Amor	B5 Extráñame									
A2 Si Mañana Muero	B6 Tú Significas Todo Para Mí									
A3 Popotito	B7 Un Lugar									
A4 Mosaico Boleros	B8 Mosaico Tropical									

Número en el catálogo: 173												
Portada 	Grupo: Le Maire y su Klan											
	Título del disco: Discocumbia											
	Año: 1978											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 Discocumbia</td><td>B1 Tabaco Mascao/Cigarron Colorado</td></tr> <tr> <td>A2 La Ceiba</td><td>B2 La Negra Celina/Rosa María</td></tr> <tr> <td>A3 En El Jardín</td><td>B3 En El Bosque De Los Pájaros</td></tr> <tr> <td>A4 Mi Cafetal - La Pollera Colora</td><td>B4 Regálame Una Rosa</td></tr> <tr> <td>A5 Recordando Mi Puerto</td><td>B5 Cumbia Sampuesana/La Danza Negra</td></tr> </table>	Canciones		A1 Discocumbia	B1 Tabaco Mascao/Cigarron Colorado	A2 La Ceiba	B2 La Negra Celina/Rosa María	A3 En El Jardín	B3 En El Bosque De Los Pájaros	A4 Mi Cafetal - La Pollera Colora	B4 Regálame Una Rosa	A5 Recordando Mi Puerto
Canciones												
A1 Discocumbia	B1 Tabaco Mascao/Cigarron Colorado											
A2 La Ceiba	B2 La Negra Celina/Rosa María											
A3 En El Jardín	B3 En El Bosque De Los Pájaros											
A4 Mi Cafetal - La Pollera Colora	B4 Regálame Una Rosa											
A5 Recordando Mi Puerto	B5 Cumbia Sampuesana/La Danza Negra											

Número en el catálogo: 174										
Portada	Grupo: Le Maire y su Klan									
	Título del disco: Este es									
	Año: 1977									
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:									
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td>B1 Paraíso Soñado</td></tr> <tr> <td>A1 Buen Viaje</td><td>B2 El Medallón</td></tr> <tr> <td>A2 Rondando Tu Esquina</td><td>B3 La Montaña</td></tr> <tr> <td>A3 La Gota Gorda</td><td>B4 Marola</td></tr> <tr> <td>A4 Pa'Salinas</td><td></td></tr> </table>	Canciones	B1 Paraíso Soñado	A1 Buen Viaje	B2 El Medallón	A2 Rondando Tu Esquina	B3 La Montaña	A3 La Gota Gorda	B4 Marola	A4 Pa'Salinas
Canciones	B1 Paraíso Soñado									
A1 Buen Viaje	B2 El Medallón									
A2 Rondando Tu Esquina	B3 La Montaña									
A3 La Gota Gorda	B4 Marola									
A4 Pa'Salinas										

Número en el catálogo: 175															
Portada	Grupo: Vernor Pibe Hine														
	Título del disco: El tema de la zorra														
	Año: 1969														
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:														
	Discos Tizoc- INDICA														
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td>B1 Enamorada De Un Amigo Mío</td></tr> <tr> <td>A1 Tema De La Zorra</td><td>B2 El Joven Y El Deseo</td></tr> <tr> <td>A2 Libre Otra Vez</td><td>B3 El Bueno, El Malo Y El Feo</td></tr> <tr> <td>A3 Digo Una Pequeña Oración</td><td>B4 Al Maestro Con Cariño</td></tr> <tr> <td>A4 Yo Soy Ese Amor</td><td>B5 La Calle Del Delfín Verde</td></tr> <tr> <td>A5 Juegos Prohibidos</td><td></td></tr> <tr> <td>A6 Arriba Y Más Arriba</td><td></td></tr> </table>	Canciones	B1 Enamorada De Un Amigo Mío	A1 Tema De La Zorra	B2 El Joven Y El Deseo	A2 Libre Otra Vez	B3 El Bueno, El Malo Y El Feo	A3 Digo Una Pequeña Oración	B4 Al Maestro Con Cariño	A4 Yo Soy Ese Amor	B5 La Calle Del Delfín Verde	A5 Juegos Prohibidos		A6 Arriba Y Más Arriba	
Canciones	B1 Enamorada De Un Amigo Mío														
A1 Tema De La Zorra	B2 El Joven Y El Deseo														
A2 Libre Otra Vez	B3 El Bueno, El Malo Y El Feo														
A3 Digo Una Pequeña Oración	B4 Al Maestro Con Cariño														
A4 Yo Soy Ese Amor	B5 La Calle Del Delfín Verde														
A5 Juegos Prohibidos															
A6 Arriba Y Más Arriba															

Número en el catálogo: 176											
Portada	Grupo: Vernor Pibe Hine										
	Título La Música De Lara En El Piano Del Pibe Hine										
	Año: 1966										
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:										
	INDICA 126										
	<table> <tr> <td>Canciones</td><td>B1 Cuerdas De Mi Guitarra - Silverio - Murcia - Granada</td></tr> <tr> <td>A1 Farolito - La Clave Azul - Talismán - María Bonita</td><td>B2 Rosa - Mujer - Pervertida</td></tr> <tr> <td>A2 Hastío - Señora Tentación - Tus Pupilas - Palmeras</td><td>B3 Madrid - Pecadora - Concha Nacar - La Marimba</td></tr> <tr> <td>A3 Piénsalo Bien - Cautiva - Santa Enamorada</td><td>B4 Cisne - Azul - Rival - La Cumbancha</td></tr> <tr> <td>A4 Imposible - Noche Criolla - Cada Noche Un Amor - Veracruz</td><td></td></tr> </table>	Canciones	B1 Cuerdas De Mi Guitarra - Silverio - Murcia - Granada	A1 Farolito - La Clave Azul - Talismán - María Bonita	B2 Rosa - Mujer - Pervertida	A2 Hastío - Señora Tentación - Tus Pupilas - Palmeras	B3 Madrid - Pecadora - Concha Nacar - La Marimba	A3 Piénsalo Bien - Cautiva - Santa Enamorada	B4 Cisne - Azul - Rival - La Cumbancha	A4 Imposible - Noche Criolla - Cada Noche Un Amor - Veracruz	
Canciones	B1 Cuerdas De Mi Guitarra - Silverio - Murcia - Granada										
A1 Farolito - La Clave Azul - Talismán - María Bonita	B2 Rosa - Mujer - Pervertida										
A2 Hastío - Señora Tentación - Tus Pupilas - Palmeras	B3 Madrid - Pecadora - Concha Nacar - La Marimba										
A3 Piénsalo Bien - Cautiva - Santa Enamorada	B4 Cisne - Azul - Rival - La Cumbancha										
A4 Imposible - Noche Criolla - Cada Noche Un Amor - Veracruz											

Número en el catálogo: 177		
Portada 	Grupo: Vernor Pibe Hine	
	Título del disco: Rumbup! Jazz tropical con Pibe, Pala y su combo	
	Año:	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Imágenes A2 Mayela Rumbup A3 Venus A4 Una Aventura más A5 Para Vigo Me Voy A6 Delirio	B1 Disimulando B2 Mar B3 Quisiera B4 Monchita Twist B5 Eres Todo Para Mi B6 Que Tu Parace Cholito
Número en el catálogo: 178		
Portada 	Grupo: Vernor Pibe Hine	
	Título del disco: Amanecer Atardecer	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: Philips	
	Canciones A1 Born Free A2 Sunrise, Sunset A3 Funny Girl A4 The Sound Of Music A5 The More I See You A6 Corcovado	B1 Somethin' Stupid B2 Lara's Theme B3 Time After Time B4 Lover's Concerto B5 Amazonas
Número en el catálogo: 179		
Portada 	Grupo: Vernor Pibe Hine	
	Título del disco: En casa con el Pibe Hine	
	Año: s.f	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1.a Invitación A1.b Niebla Del Riachuelo A1.c Por La Vuelta A1.d Mamá Yo Quiero A1.e El Botecito A1.f Albur A1.g Al Son De La Marimba A1.h La Vaca Lechera A1.i Oye Negra A2.a Azul A2.b Caminos De Ayer A2.c Whispering A2.d Cheek To Cheek	B1.a No Me Platiques Más B1.b Tú Me Acostumbraste B1.c Cuando, Cuando, Cuando... B1.d Desafinado B2.a La FLor De La Canela B2.b En Un Bosque De La China B2.c Guaglione B2.d Limbo B3.a Piel Canela B3.b Espinita B3.c La Empalizada B3.d Por Un Mani B3.e La Bolita

Número en el catálogo: 180																
Portada 	Grupo: Escape															
	Título del disco: Escape															
	Año: 1980															
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:															
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 Perdóname</td><td>B1 Mi Mayor Deseo</td></tr> <tr> <td>A2 Necesitas Un Escape</td><td>B2 Cuidado Con El Tren</td></tr> <tr> <td>A3 Nunca Te Dejaré De Amar</td><td>B3 Celoso</td></tr> <tr> <td>A4 Verano del 80'</td><td>B4 Solo Queríamos Amarnos</td></tr> <tr> <td>A5 Aquí, Allá Y En Cualquier Lugar</td><td>B5 Todo Ha Cambiado</td></tr> <tr> <td>A6 Las típicas</td><td>B6 Desafinado</td></tr> <tr> <td>A7 Tema</td><td>B7 Tema</td></tr> </table>	Canciones		A1 Perdóname	B1 Mi Mayor Deseo	A2 Necesitas Un Escape	B2 Cuidado Con El Tren	A3 Nunca Te Dejaré De Amar	B3 Celoso	A4 Verano del 80'	B4 Solo Queríamos Amarnos	A5 Aquí, Allá Y En Cualquier Lugar	B5 Todo Ha Cambiado	A6 Las típicas	B6 Desafinado	A7 Tema
Canciones																
A1 Perdóname	B1 Mi Mayor Deseo															
A2 Necesitas Un Escape	B2 Cuidado Con El Tren															
A3 Nunca Te Dejaré De Amar	B3 Celoso															
A4 Verano del 80'	B4 Solo Queríamos Amarnos															
A5 Aquí, Allá Y En Cualquier Lugar	B5 Todo Ha Cambiado															
A6 Las típicas	B6 Desafinado															
A7 Tema	B7 Tema															

Número en el catálogo: 181				
Portada	Grupo: Invasión			
	Título del disco: Invasión de sabor			
	Año: 1978			
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:			
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td></td><td></td></tr> </table>	Canciones		
Canciones				

Número en el catálogo: 182												
Portada 	Grupo: Cinco céntimos											
	Título del disco: Pura Vida											
	Año: 1989											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 El Rock de los Corazones Solitarios</td><td>B1 Ganaste Mujer</td></tr> <tr> <td>A2 Ya lo pagarás</td><td>B2 Sol, Arena Y Surf</td></tr> <tr> <td>A3 Pura Vida</td><td>B3 Lo Peor</td></tr> <tr> <td>A4 Nostalgia de Verano</td><td>B4 Al Compás Del Rock & Roll</td></tr> <tr> <td>A5 Birlant (Tema)</td><td>B5 Entre Set</td></tr> </table>	Canciones		A1 El Rock de los Corazones Solitarios	B1 Ganaste Mujer	A2 Ya lo pagarás	B2 Sol, Arena Y Surf	A3 Pura Vida	B3 Lo Peor	A4 Nostalgia de Verano	B4 Al Compás Del Rock & Roll	A5 Birlant (Tema)
Canciones												
A1 El Rock de los Corazones Solitarios	B1 Ganaste Mujer											
A2 Ya lo pagarás	B2 Sol, Arena Y Surf											
A3 Pura Vida	B3 Lo Peor											
A4 Nostalgia de Verano	B4 Al Compás Del Rock & Roll											
A5 Birlant (Tema)	B5 Entre Set											

Número en el catálogo: 183	
Portada	Grupo: La asociación
	Título del disco: Grupo la asociación
	Año:
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: pp 428 A
	Canciones

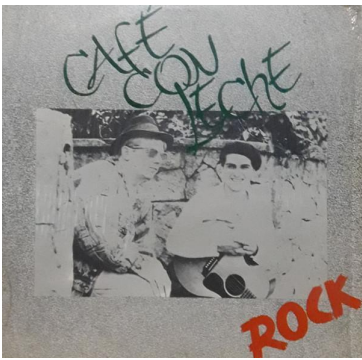
Número en el catálogo: 184	
Portada 	Grupo: Grupo Cariari
	Título del disco: Cantando nos conocemos mejor: Cariari canta a Costa Rica y el mundo
	Año: 1978
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: s.f PP 441-B 1978
	Canciones A1 La Fabela A2 Mi Nombre Es Salsa A3 Ilusión De Cristal A4 Déjame Cantarte Ahora A5 Deseo A6 El Canto Del Mar B1 Mosaico Con Sello B2 Para Decir Adiós B3 Canta Miguel? B4 Ronda Sin Final B5 Canta Guitarra B6 Vía Crucis

5. ROCK

6. Número en el catálogo: 185	
Portada 	Grupo: Los Thunder Boys
	Título del disco: Volando a gogo
	Año: 1966
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:
	Canciones A1 Negro Es Negro A2 Susy Quiu A3 El Último Beso A4 Satisfacción A5 Vuelve A Mi A6 Esta Noche Compuse Una Canción B1 96 Lagrimas B2 Quiero Que Todo Se Vaya Al Infierno B3 Last Train To Clarksville B4 Llorando (Te Vi Partir) B5 Enamorada De Un Amigo Mío B6 Olvidame

Número en el catálogo: 186		
Portada 	Grupo: Varios	
	Título del disco: Lo mejor del gogo	
	Año: 1968	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Los Rufos "Mágicos colores" (Pérez Javaloyas, S. Nebot) A2 Los Pokers "En el parque" (Gerardo Ulloa) A3 Los Vikingos "A dos niñas" (Juan & Junior) A4 Los Rufos "Si hubiera sido tu primer enamorado" (Enzo A5 Roldán, Peter Delis) A6 Los Pokers "Mi chica es un ángel" (Gerardo Ulloa) A7 Los Vikingos "Boogaloo En Broadway" (J. James)	B1 Los Vikingos "Suki Suki" (Don Covay) B2 Los Rufos "En el mismo lugar" (Luis E. Mejía) B3 Los Pokers "Cupido" (Acapulco González) B4 Los Vikingos "Vete de mi vida, mujer" (Allen Toussaint) B5 Los Rufos "Caprichosa" (Luis E. Mejía) B6 Los Pokers "Dame tu amor" (Gerardo Ulloa)

Número en el catálogo: 187		
Portada 	Grupo: Varios	
	Título del disco: Lo mejor del gogo	
	Año: 1969	
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:	
	Canciones A1 Los Gatos "Tiritando" (Charlie Tonto) A2 Skorpions "Capricho" (Alberto y Raymond Pauly) A3 Los Rufos "Fue en un verano" (Luis Enrique Mejía) A4 Enna Álvarez "Sonaban las guitarras" (Della - Giustina - Specchia) A5 Alex y Gerardo "Hoy" (Alex Abrahams) A6 Los Vikingos "Purple Haze" (Jimi Hendrix)	B1 Los Gatos "Gotas de lluvia" (Ricardo Acosta) B2 Los Rufos "Creí" (Chucho Monge) B3 Los Gatos "Soy tímido" (Manuel Nájara) B4 Enna Álvarez "No te rindas" (Duchess - Privett) B5 Skorpions "Niña hermosa" (Alberto y Raymond Pauly) B6 Alex y Gerardo "Por confiar en tí" (Alex Abrahams - Gerardo Sibaja)

Número en el catálogo: 188														
Portada 	Grupo: Café con leche													
	Título del disco: Rock													
	Año: 1987													
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:													
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 Con amor</td><td>B1 Canción de cuna para un rockero</td></tr> <tr> <td>A2 Quiero ser</td><td>B2 Ya no sé más (oda a la incertidumbre)</td></tr> <tr> <td>A3 Mamá y papá</td><td>B3 Corazón claro</td></tr> <tr> <td>A4 La modelo</td><td>B4 Oiga pito</td></tr> <tr> <td>A5 Los comerciales (a todo color)</td><td>B5 Una canción</td></tr> <tr> <td></td><td>B6 La historia salvaje (Gloria)</td></tr> </table>	Canciones		A1 Con amor	B1 Canción de cuna para un rockero	A2 Quiero ser	B2 Ya no sé más (oda a la incertidumbre)	A3 Mamá y papá	B3 Corazón claro	A4 La modelo	B4 Oiga pito	A5 Los comerciales (a todo color)	B5 Una canción	
Canciones														
A1 Con amor	B1 Canción de cuna para un rockero													
A2 Quiero ser	B2 Ya no sé más (oda a la incertidumbre)													
A3 Mamá y papá	B3 Corazón claro													
A4 La modelo	B4 Oiga pito													
A5 Los comerciales (a todo color)	B5 Una canción													
	B6 La historia salvaje (Gloria)													

Número en el catálogo: 189												
Portada 	Grupo: Mario Maisonnave											
	Título del disco: Mario Maisonnave y modelo para armar											
	Año: 1989											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular:											
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 Abrime Tu Corazón</td><td>B1 Dame Un Poquito de Amor</td></tr> <tr> <td>A2 No Prendas El Televisor</td><td>B2 Maquillaje Para El Alma B3</td></tr> <tr> <td>A3 Último Viernes De Guerra</td><td>B3 (Raquel)</td></tr> <tr> <td>A4 Canción En El Medio De Todo</td><td>B4 Creciendo Para Amar</td></tr> <tr> <td>A5 Mundo Loco</td><td>B5 Será Que Tengo Una Razón</td></tr> </table>	Canciones		A1 Abrime Tu Corazón	B1 Dame Un Poquito de Amor	A2 No Prendas El Televisor	B2 Maquillaje Para El Alma B3	A3 Último Viernes De Guerra	B3 (Raquel)	A4 Canción En El Medio De Todo	B4 Creciendo Para Amar	A5 Mundo Loco
Canciones												
A1 Abrime Tu Corazón	B1 Dame Un Poquito de Amor											
A2 No Prendas El Televisor	B2 Maquillaje Para El Alma B3											
A3 Último Viernes De Guerra	B3 (Raquel)											
A4 Canción En El Medio De Todo	B4 Creciendo Para Amar											
A5 Mundo Loco	B5 Será Que Tengo Una Razón											

Número en el catálogo: 190												
Portada 	Grupo: varios											
	Título del disco: Todo el rock											
	Año:											
	Institución, sello discográfico, o prensaje particular: Embassy											
	<table> <tr> <th>Canciones</th><th></th></tr> <tr> <td>A1 Todo en su lugar- Distorsión</td><td>B1 Las ultimas y viejas noticias-Shenuk</td></tr> <tr> <td>A2 San Lucas – Igni Feroque</td><td>B2 Esta situación- Mario Maisonnave</td></tr> <tr> <td>A3 Todo es así- U-manos</td><td>B3 La radio- Igni Ferroque</td></tr> <tr> <td>A4 Mamá y papá- Café con Leche</td><td>B4 Sueños de rock and roll- U-manos</td></tr> <tr> <td>A5 Nunca te vuelvas atrás - Armagedón</td><td>B5 Perdido- Distorsión</td></tr> </table>	Canciones		A1 Todo en su lugar- Distorsión	B1 Las ultimas y viejas noticias-Shenuk	A2 San Lucas – Igni Feroque	B2 Esta situación- Mario Maisonnave	A3 Todo es así- U-manos	B3 La radio- Igni Ferroque	A4 Mamá y papá- Café con Leche	B4 Sueños de rock and roll- U-manos	A5 Nunca te vuelvas atrás - Armagedón
Canciones												
A1 Todo en su lugar- Distorsión	B1 Las ultimas y viejas noticias-Shenuk											
A2 San Lucas – Igni Feroque	B2 Esta situación- Mario Maisonnave											
A3 Todo es así- U-manos	B3 La radio- Igni Ferroque											
A4 Mamá y papá- Café con Leche	B4 Sueños de rock and roll- U-manos											
A5 Nunca te vuelvas atrás - Armagedón	B5 Perdido- Distorsión											