

Priscilla Carballo Villagra

Tiempos de vinilos:

la construcción de imaginarios en la
producción discográfica en Costa Rica
1963-1986



Priscilla Carballo Villagra

Tiempos de vinilos:

la construcción de imaginarios en la
producción discográfica en Costa Rica
1963-1986



EDITORIAL
UCR
2026

CC.SIBDL.UCR - CIP/4329

Nombres: Carballo Villagra, Priscilla, autora.

Título: Tiempos de vinilos : la construcción de imaginarios
en la producción discográfica en Costa Rica 1963-1986 / Priscilla Carballo Villagra.
Descripción: Primera edición. | San José, Costa Rica : Editorial UCR, 2026.

Identificadores: **ISBN 978-9968-02-294-1** (rústico)

Materias: ARMARC: Industria fonográfica – Historia – Costa Rica. |
Música costarricense – Historia. | Música folclórica – Historia – Costa Rica. |
Música popular – Historia – Costa Rica. | Industria fonográfica –
Historia – América Latina. | Industria fonográfica – Historia – América Central.
Clasificación: CDD 381.457.814.909.728.6–ed. 23

Edición aprobada por la Comisión Editorial de la Universidad de Costa Rica.
Primera edición: 2026.

Editorial Universidad de Costa Rica,
Ciudad Universitaria Rodrigo Facio. San José, Costa Rica.
Apdo.: 11501-2060 • Tel.: 2511 5310 • Fax: 2511 5257
administracion.siedin@ucr.ac.cr
editorial.ucr.ac.cr

Prohibida la reproducción total o parcial.
Todos los derechos reservados. Hecho el depósito de ley.

Índice

La historia contada con minúscula	
<i>Camilo Retana</i>	9
Presentación	13
Investigar la industria discográfica en Costa Rica: algunas aclaraciones necesarias	17
El inicio de la industria discográfica: las grandes urbes culturales y sus principales agentes	29
La industria discográfica en América Latina: inestabilidad política y las primeras industrias culturales	47
La industria discográfica en Centroamérica: el conflicto armado y sus retos	61
La construcción del mercado de la música en Costa Rica: la creación de dos campos diferenciados	77
Música y poder: la construcción del campo de la música académica y el folclore con apoyo del Estado	82

De la cantina a la discomóvil: la construcción del campo de la música popular	95
La primera empresa discográfica en el país: CBS INDICA como agente cultural	111
Las primeras grabaciones en el país	113
La creación de la empresa disquera CBS INDICA	122
La empresa CBS INDICA como agente en el espacio cultural costarricense	134
Reconstrucción de parte del catálogo de la empresa CBS INDICA	139
El aporte cultural de la reconstrucción del catálogo de CBS INDICA y el rol de los coleccionistas	142
Los sistemas de clasificación de música en la industria discográfica como recursos de análisis	145
Los inicios de un catálogo de música nacional grabada por CBS INDICA	148
La caracterización de un catálogo diverso	157
Representaciones minoritarias del catálogo: himnos, música académica y rock	162
Imaginarios de la nación: la música folclórica	167
El surgimiento y los usos del folclore en los Estados nación del siglo XX	170
La conformación del catálogo de música folclórica	173
Los imaginarios de la nación en el catálogo	176

Imaginarios sobre el exotismo: la música tropical.	191
Otreddad y colonialismo en la música	193
La conformación del catálogo de música tropical.	200
Imaginarios de la identidad fiestera y el exotismo	202
Imaginarios de la mujer latina	211
Imaginarios sentimentales: la música romántica.	219
Música y socialización afectiva	222
Los imaginarios del amor romántico en el catálogo.	227
Reflexiones finales.	239
Referencias.	247
Anexo 1. Lista de discos del catálogo recuperado de la empresa CBS INDICA por categoría (1963-1986).	259

La historia contada con minúscula

Camilo Retana

La cultura material cuenta una historia. A partir de las huellas que dejan a su paso los objetos, es factible restituir el mundo que los ha hecho posibles. Esta es la apuesta que articula *Tiempos de vinilos: la construcción de imaginarios en la producción discográfica en Costa Rica 1963-1986*. En este, su segundo libro sobre la historia de la música popular en el país, Priscilla Carballo elige el vinilo como punto de partida para trazar la arqueología de un periodo clave de la industria musical costarricense. El disco de vinilo se comporta en la investigación a la manera de una pista material: un artefacto capaz de evocar unos tiempos ya extintos que, sin embargo, prefiguraron los nuestros.

Con vocación detectivesca, y ante la falta de cuidado con la cual hemos lidiado con el acervo musical de raigambre popular en el país, Carballo se aventura a llevar a cabo una investigación “de a pie”: una historia que, según sus propias palabras, reconstruye “en minúscula” el pasado de una industria confinada, hasta ahora, a sutiles formas de olvido. El libro, escrito al compás del chiqui chiqui, del “Canchis Cancnis” y de despechadas baladas de Gaviota, se ubica así en las antípodas de las exquisitas historias de saco y corbata que provocan los suspiros de los guardianes de la alta cultura. Más aún:

a contramano del estudio atildado, y en el entendido de que, como señala Arlette Farge, “el archivo nace del desorden”, la autora reconstruye su catálogo a fuerza de incursiones en polvorientas bodegas de coleccionistas. Como me lo confesó Priscilla cierta vez mientras realizaba la investigación, el archivo de este trabajo debe tanto a la buena voluntad de los coleccionistas como a los antialérgicos y las mascarillas.

La opción por esa historia popular, sin embargo, no desmerece aquí la reflexión erudita. Como en sus investigaciones previas, Priscilla Carballo se adentra a pensar la música popular a partir de una batería de referencias teóricas –en este caso figuran autores como Bourdieu, Adorno y Castoriadis– que maneja con soltura y suficiencia, pero que, además, pone a dialogar con valiosas fuentes producidas en el país –como las escritas por María Clara Vargas Cullell–. *Tiempos de vinilos* pone, de este modo, a coexistir el rigor y la accesibilidad, iluminando una parte del pasado artístico del país que reclamaba justamente la mezcla de precisión y voluntad comunicativa que el libro despliega.

La perspectiva del texto, situada regionalmente, aunque informada de los debates globales, complejiza una serie de núcleos ideológicos culturalmente naturalizados, que todavía hoy circulan en Costa Rica. De estas complejizaciones, hay al menos dos que merecen destacarse.

En primer término, el texto desmiente las narrativas del progreso al demostrar que el crecimiento de la industria musical costarricense se dio a costa de la propia escena local. A partir de los años sesenta, en efecto, la industria musical nacional experimentó, según lo indica la autora, un crecimiento por vía de su participación en el mercado global del disco. Empero, dicho crecimiento benefició a los actores involucrados

en proporciones desiguales, habida cuenta de que se trató de un proceso un tanto caótico y desprovisto de políticas culturales que le marcaran un norte. Las compañías transnacionales, apunta Carballo, obtuvieron así un beneficio económico que desmiente la retórica neoliberal pontificadora de la inversión extranjera con la que aún funcionamos en calidad de país periférico, pues si bien la industria del vinilo produjo riqueza, lo cierto del caso es que esta se dio a costa de una fagocitación de la incipiente industria local.

En segundo término, *Tiempos de vinilos* deja ver las solidaridades que esa misma pequeña industria musical entabló con los imaginarios dominantes. A contramano de cierta percepción reduccionista al interior de la cual la música se asimila unilateralmente al ocio y la expresividad, la autora muestra los secretos compadrazgos que la industria del vinilo estableció con la cultura hegemónica. Durante el periodo de estudio, el folclore se asoció, según Carballo, a los proyectos nacionalistas esencializadores de lo campesino e idealizó el mundo rural, reforzando “la pasividad política en un contexto de grandes cambios institucionales”, mientras que la música tropical contribuyó a instalar los tropos coloniales y machistas de la Costa Rica exótica poblada de machos fiesteros. La música romántica, por último, se ve, asimismo, paradójicamente desromantizada a lo largo del libro mediante procedimientos de análisis que evidencian su participación dentro de patrones de socialización afectiva llenos de mitos empobrecedores –entre otros, la idealización de la pareja, el resentimiento amoroso y el despecho–. El libro muestra, de esta forma, un panorama lleno de claroscuros que escapa a los binarismos. Se trata, ciertamente, de una obra que, al tiempo que recupera nuestra música, no evita señalar sus inesperados compromisos con el poder.

Priscilla Carballo nos ofrece una radiografía pormenorizada sobre muchos olvidos. Su libro recupera la historia menor de una industria hasta cierto punto marginal. Pero, además, *Tiempos de vinilos* tiene la virtud de no proponerse como un libro neutral. A lo largo de sus páginas, compuestas a medio camino entre la historia, la sociología, la teoría estética y los estudios culturales, encontramos, en efecto, lo que hoy día escasea en medio de tanto trabajo universitario con pretensiones de imparcialidad: una posición y una visión de mundo; un interés por lo que un investigador *mainstream* sin la biografía de Carballo ni siquiera hubiera entendido como problema de estudio.

Presentación

La música como práctica social 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, *Bailar en la cueva*). Efectivamente, 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 la creación musical entra 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 en su contexto histórico y social.

La música no es solo un código simbólico, es 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.

Esta ha tenido usos religiosos, pues se ha asumido como regalo de los dioses o como forma de comunicarse con ellos; ha tenido usos políticos para generar identidad nacional o como herramienta de guerra, así como 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.

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” (p. 11) vinculado a actos rituales y colectivos. Sin embargo, las relaciones comerciales estuvieron presentes muy pronto, como señala Mendivil (2020):

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 Attali ha sugerido que su historia bien podría escribirse analizando el gusto de determinados monarcas melómanos. (p. 138)

De esta manera, el vínculo de la música con las relaciones comerciales es antigua, pero lo que cambió con la invención de los aparatos de captura y reproducción de la música que se dan a partir del siglo XIX fue, en primer lugar, la forma de

disfrute de esta, ya que podría hacerse en ausencia del músico; en segundo lugar, que las nuevas tecnologías potenciaron su capacidad mercantil al hacerla accesible a públicos mucho más amplios por medio de la venta de los dispositivos de escucha.

La historia de la producción de grabaciones sonoras para la comercialización empieza desde mediados del siglo XIX, pero es con la creación de los discos de vinilo 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.

Aunque la industria discográfica inició en grandes centros culturales e industriales en Estados Unidos e Inglaterra, rápidamente se expandió y se formaron grandes trasnacionales que monopolizaron el mercado a nivel mundial. En América Latina, como parte de esta expansión, se crearon sellos discográficos que construyeron parte del patrimonio sonoro que perduró en el tiempo por la vía de las grabaciones. El estudio de los orígenes y desarrollo de estas industrias es una parte importante de la historia cultural de la región, pues permite entender la construcción de imaginarios que quedaron anclados por medio del consumo.

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

Es fundamental plantear que el tema de la memoria y preservación de las músicas populares como patrimonio sonoro del país es un tema pendiente que las diferentes instituciones públicas y organizaciones de la sociedad civil deben discutir. La memoria sonora debe ser entendida desde una perspectiva plural y no excluyente, con políticas concretas que preserven la memoria de los sectores populares que desarrollaron sus historias desde la calle, los salones de baile, los conciertos, las cantinas y los bailes con discomóvil. Esta historia contada con minúscula, que no está en los grandes libros de la oficialidad, debe ser narrada y devolverle a estos sectores el papel protagónico que han tenido en la construcción de la historia cultural del país.

**Investigar la industria
discográfica en Costa Rica:
algunas aclaraciones necesarias**

Analizar la industria discográfica, teniendo como base la historia de la empresa CBS INDICA, permite comprender el espacio cultural costarricense desde otro lugar y aportar a la historia de la música, que ha estado en la base de las dinámicas sociales del país; una 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, las grabaciones de folclore, con artistas como Lencho Salazar, 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 o Los Hicsos, que llenaron los salones de baile costarricenses en la década de 1980 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; sin embargo, implica una serie de retos teóricos y metodológicos a los que refiero brevemente antes de entrar en materia.

En esta investigación analizo la empresa INDICA, renombrada CBS INDICA a partir de 1966, porque fue la primera 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 1963 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 vinilo, es decir, tiene una noción cuantitativa, pero, también, remite al rol hegemónico que ocupó esta empresa en dicha producción.

Concretamente, me interesa responder a tres objetivos, primero, identificar las reglas del mercado de bienes culturales en Costa Rica en el periodo de estudio, que generaron la base de las condiciones de producción de esta industria. Segundo, caracterizar el catálogo de música nacional grabado en esta industria en el periodo de estudio. Y, finalmente, me interesa determinar algunos de los imaginarios sobre la música nacional que se generaron a partir de la circulación masiva de dichos catálogos.

Para este estudio analicé el periodo 1963-1986, ya que en el año 1963 se inaugura Industria de Discos Centroamericana (INDICA), con la producción de discos de vinilo, que era la tecnología dominante de la época. En el año 1986, la empresa fue vendida a Sony Music, y, paulatinamente, dejó de producir vinilos. Dos años después, desmanteló 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).

Dada la complejidad del tema, al ser la primera investigación realizada en torno a este y al abarcar varias décadas 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, de la cual estudié los elementos económicos de esta fase (reglas del mercado y etapas del proceso de producción). Además, al hacer referencia a un bien con gran valor simbólico como lo son los discos, analicé estos aspectos del bien generado (caracterización del catálogo de música nacional creado y los imaginarios desprendidos de este).

La relevancia del estudio de la industria discográfica radica en su protagonismo económico, pues es una industria cultural que capitalizó grandes sumas de dinero. Pero, además, tiene gran importancia simbólica, ya que construyó imaginarios de temas fundamentales como la nación, el amor y la identidad, como evidencio más adelante en el libro.

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, 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.

Ahora bien, analizar la industria discográfica en las décadas de estudio implica un reto para la investigación académica, al cual quiero hacer referencia para entender el abordaje teórico y metodológico que construí.

Para entender la industria discográfica en este trabajo, parto de tres premisas analíticas que iré desarrollando conforme aborde diferentes elementos en los apartados siguientes, de manera que en este momento solamente las enuncio:

- 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 plantean Adorno y Horkheimer (1988), 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 producen bienes de gran valor simbólico. Para entender la complejidad del proceso de creación de esta industria, se debe tener claro: la génesis del campo, los agentes que lo componen, 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 es el disco de vinilo, en el que convergen la letra, la música y la imagen, reprodujo una serie de imaginarios sociales en los temas que abordaba. Estos imaginarios, siguiendo a Castoriadis (2003), fueron apropiados por la población por medio del consumo.

Estas premisas analíticas me permiten entender la industria de la música en su complejidad, y comprenderla como un campo de disputa entre agentes, que se puede analizar en perspectiva histórica, el cual está determinado por el contexto político, económico y cultural.

Cuando referimos a las músicas populares, que son las que conforman gran parte de este catálogo que analizaré más adelante, uno de los mayores retos es el tema del registro y el archivo. En contextos culturales marcados por el conflicto colonial, como los latinoamericanos, el debate sobre qué se archiva y qué 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, desde lógicas eurocéntricas, las que “vale la pena recordar”, 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 cual 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 Radio Reloj y Radio 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 otros tantos están en archivos personales (entiéndase, generalmente, bolsas, cajas de cartón o plástico, fólder, baúles, etcétera), 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. Para esto,

desarrollé entrevistas con algunos actores clave del sector discográfico para la fase de producción que fueron: músicos como Ricardo Molina, del grupo Karibú (discos en 1981 y 1983 con CBS INDICA); Alfredo “Chino” Moreno, mánager de los grupos Manantial y La Banda (discos en 1979, 1980 y 1982 con CBS INDICA), y Gerardo Duarte, miembro de la marimba Diriá (disco en 1972 con CBS INDICA). También, exfuncionarios de puestos gerenciales de la disquera, como Rafael Rojas, quien fue encargado de ventas de CBS INDICA y asistente en el Departamento de Arte y Repertorio de esta empresa, y Lilliana Hernández, quien también fue asistente del Departamento de Arte y Repertorio de la empresa en temas de pago de derechos a personas músicas y compositoras.

Además de esto, realicé entrevistas al señor Mario Zaldívar, investigador sobre la escena de las músicas populares costarricenses. También 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 triangular la información, realicé revisión de fuentes documentales en dos 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 entrevistas con personeros de la empresa, los discos LP (*Long Play*) eran publicados, mayoritariamente, a final de cada año para garantizar las ventas.

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.

Finalmente, para la reconstrucción del catálogo de música producida en discos de vinilo LP 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 la revisión de varias bases de datos fonográficas, como la Data Base Discogs. La segunda, 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. La tercera estrategia fue el trabajo de levantamiento de los archivos fonográficos de los dos coleccionistas de música nacional ya señalados anteriormente.

Este trabajo fue complejo, pero es muy relevante, ya que implica el primer registro nacional sobre grabaciones de música de la época. El trabajo de reconstrucción del catálogo de las dos décadas en estudio me permitió registrar 190 discos LP. En esta línea, 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. Lo que presento al final del libro es una síntesis y no el catálogo completo, por un asunto de espacio debido al tamaño de este.

También, es importante mencionar que la investigación que es la base de este libro es una tesis doctoral titulada “Tiempo de vinilos: el auge de la industria discográfica en Costa Rica de 1970-1986” realizada en el Doctorado en Estudios

de la Sociedad y la Cultura de la Universidad de Costa Rica. En dicha tesis, analizo, además, las portadas de los discos, pero por temas de derechos de imagen, ante la falta de respuesta de SONY de colaborar con este trabajo, en este libro me centro en analizar las letras de canciones y solamente voy a señalar algunos elementos descriptivos de las portadas, pues no se pudieron incluir. Si se quiere tener una idea general de las portadas de los discos, se puede revisar la tesis en la base de datos Kerwá de la Universidad de Costa Rica.

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 pudieron 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 los imaginarios en 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 cuáles eran las categorías con mayor representación numérica en el catálogo recuperado y procedí a analizar, con más detenimiento, las tres categorías que agrupaban la mayoría de discos de dicho catálogo: folclore, tropical y romántica.

Para el análisis de los imaginarios, agrupé los 190 discos por categorías, de manera que 39 eran de música folclórica, 101 de música tropical y 37 de música romántica. A partir de esto, por medio de análisis iconológico, ubiqué las representaciones visuales más repetidas en cada categoría y seleccioné algunas canciones que me ayudaban a entender estas representaciones.

Es vital aclarar que he seleccionado letras específicas de canciones para ejemplificar los imaginarios encontrados 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.

De esta manera, a partir de la triangulación de la información y el análisis iconológico de las portadas, junto con el estudio de algunas letras, pude desarrollar el proceso metodológico para este trabajo. Esto permitió adentrarme en el imaginario sonoro y visual de estas producciones discográficas que, sin duda, ofrecen una puerta de entrada para entender la Costa Rica que en estas décadas se enfrentaba a los grandes cambios de modelo económico y cultural con las demandas de los Programas de Ajuste Estructural (PAE) en el contexto neoliberal.

Como se verá a lo largo del libro, el repaso por el catálogo grabado por la empresa CBS INDICA permite adentrarse en un periodo de la historia del país e implica recordar toda la música que pasó por esos estudios de grabación. Se retrata, sin lugar a duda, una banda sonora de la época.

**El inicio de la
industria discográfica:
las grandes urbes culturales
y sus principales agentes**

La invención de una serie de equipos para la captura y reproducción de la música, a finales de 1800, generó el inicio de una larga competencia entre empresas en Estados Unidos y Europa, para posicionarse a la cabeza de la nueva industria.

Estos nuevos inventos cambiaron para siempre la forma de relacionarse con la música tanto de los mismos músicos como del público que por primera vez iba a poder escuchar la música en ausencia del intérprete.

Para entender el desarrollo de la industria discográfica, esta se debe analizar como un campo de disputa entre agentes, que ha estado determinada por las condiciones económicas, políticas, culturales y tecnológicas, y, por tanto, debe ser entendida en perspectiva histórica. Para iniciar ese análisis, debemos empezar por comprender la génesis del campo, lo cual implica hacer un breve recorrido histórico para explicar cómo se conformaron las primeras industrias en las grandes urbes culturales.

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 fueron las pioneras del sector entre 1877 y 1900.

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 mantuvieron en punta de lanza de la industria, innovando y tratando de utilizar tecnología que permitiera crear grabaciones a menores costos.

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 compañías, que en un momento determinado a inicios de 1900 estuvieron a la vanguardia, no lograron sobrevivir con el paso de los años y otras se fusionaron y crearon 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 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 que 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).

Este proceso industrial en curso modificó toda la dinámica social alrededor de la música, pues, como expone Katz (2004, citado por Insunza, 2016, p. 87), implicó cambios como la tangibilidad al atrapar la música en un medio físico. Además, modificó la portabilidad al poder llevar la música a la casa y, posteriormente, a las calles con inventos como el Walkman; también,

impactó la invisibilidad al poder vivir la experiencia sonora sin tener 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 y, finalmente, aumentó la receptividad, 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, lo 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).

Desde estas primeras empresas, en 1800, el proceso de perfeccionamiento del soporte de reproducción tomó varios años y marcó la masificación de las producciones y el crecimiento de la industria. Cada uno de los soportes de reproducción (cilindro de cera, cintas, vinilo, entre otros) 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 soporte y del material para la grabación y escucha (Picornell, 2015).

Asimismo, por este interés de capturar el sonido y hacerlo permanecer en un determinado soporte de reproducción, se creó un escenario por excelencia: el estudio de grabación. Este espacio aisló, por primera vez, 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 microsurdos de 33,3 revoluciones por minuto (r. p. m.), lo lanza Columbia en Estados Unidos, en 1948, y, en 1949, RCA Victor lanza el disco de 45 r. p. m. Inicialmente, el invento se utiliza con fines militares, pero, después, RCA Victor 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 a otros soportes de reproducción con el casete y luego con el CD; estas fueron más masificadas y de mayor éxito, aunque en el intermedio existieron otros intentos menos exitosos. En paralelo a esto, se crean aparatos como tocadiscos, rocolas, walkman, discman, entre otros.

El desarrollo de esta industria discográfica estuvo fuertemente relacionado 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).

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, principalmente porque el dispositivo presentaba mejores condiciones en cuanto a los costos de producción y también mayor durabilidad. Otros dispositivos de soporte, como los cilindros de cera, tenían una durabilidad mucho menor, por los materiales, lo que dificultaba su comercialización.

También, el sector, como industria, se comportó cíclicamente, definiendo cada ciclo por la creación de nuevos dispositivos de soporte que superaban al anterior: cilindro de cera, LP, casete, CD, y 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, 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, las denominadas *majors*, las cuales 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, entre otras, 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 (Mendivil, 2020, p. 144).

Aunado a esto, es importante mencionar 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 que la industria discográfica a nivel mundial generó mucha información sobre sí misma para garantizar un uso estratégico de sus inversiones. Por ejemplo, para esta investigación se hizo revisión de un registro detallado generado por la famosa revista estadounidense *Billboard*. Esta revista inició vinculada a temas circenses, pero, 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 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 siempre implicaba un riesgo al ser lanzado. 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 (2006):

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. (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 ha tenido 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. Pero, con el desarrollo de nuevas tecnologías, la regulación se complejizó, entre otras, por la creciente internacionalización de obras (Cerdea, 2016, p. 28).

El proceso de regulación del tema de derechos se desarrolló, para el caso de la música, más en profundidad desde la primera mitad del siglo XX, y 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 emblemático de la publicidad del disco, ya que la industria discográfica se articuló con el sector artístico para la invención de su elemento de *marketing* por excelencia: las portadas.

Aunque en sus orígenes el papel de las portadas de los discos se utilizaba 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 empezaron a ver las portadas como objetos artísticos no ortodoxos, que podían transmitir ideas, y se comenzaron a conectar las portadas con el mundo del arte. Entonces, hicieron aparición artistas como Andy Warhol, como diseñador de portadas, o bien se utilizaron fotografías y cuadros de otros artistas reconocidos como carátulas (López, 2014). Las portadas se transformaron en referentes estéticos y objetos de culto para la cultura popular, ampliadas, además, con los afiches que figuraban a lo interno de algunos discos, que 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 entró 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 redujo el formato para el arte gráfico de los discos: se pasó del 30x30 cm al 12x12 cm de los compactos, y luego, con las nuevas tecnologías como el mp3, con más razón los diseñadores entraron en crisis (López, 2014).

En relación con cómo se desarrollaba 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 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 fue 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. Por ejemplo, para el 2019, las mujeres representaban solamente un 16 por ciento de los artistas, 12 por ciento de compositores y 3 por ciento de productores musicales (López, 2020). Como consecuencia de esto, los productos de la industria, tales como las letras, las portadas y los videos, reproducen estereotipos y sesgos de género de manera recurrente.

Pero, además, se pueden ubicar elementos coloniales en la industria, en cuanto a la representación de músicas de otras culturas como las africanas y, en este caso, las latinoamericanas, ya que, como señalé, 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 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 (Castoriadis, 2003).

Además, como se verá para el caso costarricense, el sexismo y el colonialismo también estuvieron presentes en las producciones discográficas locales, por lo que volveré sobre este tema más adelante.

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, entre otros, fueron parte de un amplio engranaje, que posibilitó 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, y 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. En el caso de las grandes empresas o *majors*, esta división era clara, pues 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 r. p. m.; los EP (*Extended Play*), discos de vinilo de 7, 10 o 12 pulgadas que contenían dos o tres canciones por lado y se reproducían en 33 r. p. m. o 45 r. p. m., y el *single*, el cual 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. En 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 y 1980, se crearon otros soportes de reproducción que no tuvieron mayor impacto en el mercado como casetes DAT, DCC (Casete Digital Compacto o Digital Compact Casete) o el MiniDisc, desarrollado por SONY (Insunza, 2016, p. 97).

Aunque el vinilo y el casete coexistieron en el tiempo para el periodo de estudio analizado, no existió gran rivalidad entre ambos dispositivos de soporte, 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, del 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, y 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, al mismo tiempo 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, tal 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, y el capital simbólico,

con la creación de discursos publicitarios reproductores de imaginarios de género, de clase, de colonialidad, entre otros.

En el siguiente apartado analizaré, desde el espacio más inmediato, es decir, América Latina, 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.

Esta es una
muestra del libro
en la que se despliega
un número limitado de páginas.

Adquiera el libro completo en la
Librería UCR Virtual.

LIBRERÍA
UCR

VIRTUAL

Autora

Priscilla Carballo Villagra es doctora en Estudios de la Sociedad y la Cultura por la Universidad de Costa Rica e investigadora del Centro de Investigación en Cultura y Desarrollo de la Universidad Estatal a Distancia. Por más de 15 años, ha realizado investigaciones sobre músicas populares y publicaciones en revistas nacionales e internacionales. Es autora de *Por las calles del rock: aproximaciones al desarrollo del rock en Costa Rica 1970-1990*, aproximaciones al rock costarricense, y editora de *Rock en contexto: el inicio del rock en Centroamérica en 1970-1980*.

ESPAÑOL Y PORTUGUÉS | ESPANHOL E PORTUGUÉS
LENGUAS DE CIENCIA | LENGUAS DE CIENCIA

Corrección filológica: *Mariana Obando M.* • Revisión de pruebas: *María Benavides G.*
Diseño de contenido, portada y diagramación: *Raquel Fernández C.*
Imagen de portada: creada a partir de inteligencia artificial.
Control de calidad: *Grettel Calderón A.*

Editorial UCR es miembro del Sistema Editorial Universitario Centroamericano (SEUCA),
perteneciente al Consejo Superior Universitario Centroamericano (CSUCA).

Impreso bajo demanda en la Sección de Impresión del SIEDIN.
Febrero, 2026.

Tiempos de vinilos analiza la primera industria discográfica en el país, CBS INDICA, fundada en 1963. Se reconstruye parte de su historia y se analiza los imaginarios presentes en el catálogo de discos que fueron publicados por esta compañía. En los estudios de la empresa CBS INDICA, se grabó gran parte de la música que sobrevive hasta hoy: desde las primeras grabaciones de folclore o música académica hasta el bolero o el tango, la salsa, las baladas y el chiqui chiqui de la década de 1980. Esta historia es parte de nuestro patrimonio sonoro y de nuestras memorias.