



Artículo / Artigo / Article

## **Industria y música tropical: apuntes para una historia de la producción musical en Hispanoamérica y el Caribe (1901-1968)**

Luis Pérez Valero, Universidad de las Artes del Ecuador, Guayaquil, Ecuador  
[luis.perez@uartes.edu.ec](mailto:luis.perez@uartes.edu.ec)

### **Resumen**

El recorrido histórico de la producción musical en Hispanoamérica y el Caribe es de reciente data, abriéndose espacio en innumerables debates, revistas especializadas y dentro del ámbito académico; a pesar de ello, todo indica que la información está dispersa y falta mucho por investigar y categorizar. El presente artículo ofrece una mirada general en torno a la producción musical, tomando como referencia la esfera de la música tropical de principios del siglo XX. La metodología se ha sustentado en la recopilación bibliográfica y documental, buscando señalar una ruta para el levantamiento de futuras investigaciones dentro del ámbito musicológico, incorporando aspectos relevantes como el desarrollo tecnológico, la comercialización de la música, la estética de la grabación y su impacto en el conglomerado urbano. Se sugiere en las conclusiones la necesidad de acercarnos al entorno industrial y comercial de la música popular tanto en Latinoamérica como en Estados Unidos y exponer el proceso de apropiación y posterior asimilación de las manifestaciones musicales urbanas por parte de la industria cultural.

**Palabras clave:** producción musical, industria cultural, sellos discográficos, música tropical

---

## **Indústria e música tropical: notas para uma história de produção musical na América de expressão hispânica e no Caribe (1901-1968)**

### **Resumo**

O apanhado histórico sobre a produção musical na América de expressão hispânica e no Caribe é recente, abrindo espaço em inúmeros debates, revistas especializadas e também no campo acadêmico. Apesar disso, tudo indica que a informação está dispersa e ainda há muito para investigar e organizar. O presente artigo oferece uma visão geral em torno da produção



Los trabajos publicados en esta revista están bajo la licencia Creative Commons Atribución- NoComercial 2.5 Argentina

musical, tomando como referência a esfera da música tropical do início do século XX. A metodologia baseou-se na compilação bibliográfica e documental, buscando apontar uma rota para a incorporação de pesquisas futuras no campo musicológico, incorporando aspectos relevantes como o desenvolvimento tecnológico, a comercialização de música, a estética de gravação e seu impacto sobre o conglomerado urbano. As conclusões sugerem a necessidade de abordar o ambiente industrial e comercial da música popular, tanto na América Latina como nos Estados Unidos, e expor o processo de apropriação e subseqüente assimilação de manifestações musicais urbanas pela indústria cultural.

**Palavras-chave:** produção musical, indústria cultural, selos discográficos, música tropical

---

## **Industry and Tropical Music: Notes for a History of the Music Production in Hispan America and the Caribbean (1901-1968)**

### **Abstract**

The historic path of music production in Spanish America and the Caribbean is from recent date, paving its way in countless debates, and specialized magazines, within the academic field; however, everything shows that the information is dispersed and a lot of research and categorizing still remains to be done. The following article offers a general view of music production, taking as a referent the field of tropical music at the beginning of the XX century. The methodology is based on the compilation of bibliographic and documentary evidence, aiming to show a path to future research in the musicological field, incorporating important aspects such as technological development, music marketing, the aesthetics of the recording and its impact on the urban mix. In the conclusion, the need is suggested to approach the industrial and commercial environment of popular music in Latin America as well as in the USA and to explain the process of appropriation and subsequent assimilation of urban music expressions by the cultural industry.

**Keywords:** Music production, cultural industry, label, tropical music

---

Fecha de recepción / Data de recepção / Received: febrero 2018

Fecha de aceptación / Data de aceitação / Acceptance date: abril 2018

Fecha de publicación / Data de publicação / Release date: agosto 2018



## Introducción

La producción musical y su vinculación con la industria discográfica, su historia, impacto y evolución, son de reciente data en el ámbito de los estudios académicos, siendo Simon Frith y Simon Zagorski-Thomas (2012) pioneros en torno a este tema como disciplina musicológica. Estos autores hacen énfasis en el estudio de la producción discográfica desde una perspectiva investigativa, sacándola del espacio técnico y mercantil al que ha estado circunscrita.

En lengua española, cabe destacar la tesis doctoral de Marco Antonio Juan de Dios Cuartas (2016) cuyo trabajo, a través de una exhaustiva investigación documental, incluyó la revisión de diversos archivos sonoros tomando como sustento teórico a autores como Simon Frith y Allan Moore. Juan de Dios Cuartas muestra un panorama de la producción musical abordando la labor del productor musical desde su conceptualización hasta la práctica cotidiana. Igualmente, presenta el entorno de la historia de la producción musical en España. En este trabajo, el autor llega a la conclusión de que el productor musical es un artesano, un creador y un técnico al servicio de la compañía de grabación para elaborar un producto capaz de ser comercializado y por ende, insertarse en el mercado de la industria cultural<sup>1</sup>.

Otro de los principales trabajos en torno a la investigación musicológica en el ámbito de la producción musical es el desarrollado por Alfonso Pérez Sánchez (2013). Este autor propone una metodología a seguir en función del análisis de la producción discográfica que abarca los distintos aspectos que van desde la aproximación al resultado sonoro, su estética, hasta los elementos técnicos de la grabación como tomas, mezcla y edición, incluyendo aspectos de mercadeo como el diseño de portada, publicidad, crítica y recepción.

Como línea de investigación nueva dentro del ámbito de la musicología, la producción musical debe ser segmentada para identificar los distintos períodos históricos que marcaron pauta en la construcción de su modelo industrial y mercantil. En este sentido, Juan de Dios Cuartas la define en dos grandes vertientes a partir de los procesos de captación del sonido: la primera refiere a una “era del registro discográfico”, en la cual es esencial la captura de la interpretación tal cual se interpretaba; y, en segundo lugar, una “era de la producción discográfica”, en donde la grabación a través del uso de multipistas convierte el estudio de grabación de simple espacio de captación y registro fonográfico a un taller de creatividad, permitiendo “la consolidación del productor musical” (Juan de Dios Cuartas 2016: 134). El estudio de grabación es equivalente al taller del pintor o del ceramista: así como estos utilizan su espacio para moldear los materiales con pinceles, pinturas y herramientas, en el estudio de grabación se capta el sonido y se va moldeando y elaborando hasta obtener un resultado artístico determinado.

Para ahondar en la segmentación y estudio de la producción musical, también se puede

---

<sup>1</sup> Esta tesis está considerada por el tribunal evaluador y de acuerdo a la síntesis de Arenillas Meléndez, como “una auténtica pionera de los estudios de este campo dentro de la musicología española, desarrollando además un ámbito –el de la producción musical– que tampoco está ampliamente estudiado dentro de la musicología popular anglosajona” (Arenillas Meléndez 2016: 23).

explorar los territorios musicales que han sido abordados por las compañías discográficas. Dicha exploración territorial no sólo es física, circunscrita a espacios geopolíticos, sino también, a través de la aproximación a los distintos géneros musicales que conformarán los catálogos de ventas de la industria discográfica. La música tropical y su auge en los Estados Unidos coinciden con el empuje tecnológico dado en la industria discográfica. Un amplio circuito de teatros, cabarets, salones de baile y radio, se circunscriben al nuevo género que populariza en 1930 Don Azpiazu con su orquesta, convirtiendo el tema “El manisero” de Moisés Simmons en composición obligada dentro del repertorio de las agrupaciones del momento. Se fomenta la elaboración de arreglos e igualmente, el género tropical comienza a difundirse en el formato del disco; musicalmente se va refinando el estilo hasta incorporarse como un género estable dentro del mercado musical de la época.

La primera fuente para obtener información en torno a la historia de los sellos discográficos ha de ser en sus propios archivos. Sin embargo, bien sea por desinterés o desmesurado pragmatismo, al principio de la era discográfica los estudios de grabación no tendían a guardar información detallada del trabajo de producción como el número de tomas, uso de microfónica y equipos e incluso el nombre de músicos invitados cuando su presencia era secundaria. Pese a ello, realizando un arqueo bibliográfico y documental para la elaboración del presente artículo, hemos podido determinar que se puede seguir de manera cronológica y casi sistemática el proceso de la producción musical en Estados Unidos a través de un recorrido por los distintos sellos discográficos incluyendo la producción musical de géneros tropicales. Sin embargo, al acercarnos hacia América Latina, se han percibido huecos y vacíos de información histórica que no permiten hacer una aproximación acuciosa en torno a esta área.

La construcción de un panorama histórico de la producción musical debe iniciarse desde el desarrollo del circuito empresarial y comercial en los Estados Unidos y su posterior inserción como modelo comercial en América Latina, desarrollo incentivado, entre otras cosas, por el crecimiento de la demanda de música tropical. Para ello es indispensable un acercamiento a diversas fuentes que están en el ámbito hemerográfico, documental y bibliográfico que ayude a exponer fechas, visibilizar nombres para develar información en torno a la industria a nivel latinoamericano y aproximarse a una narración lineal sobre la historia de la producción musical en América Latina.

### **Construcción de lo tropical**

Se ha utilizado el término “música tropical” para incluir los distintos géneros y ritmos tanto del Caribe como de Brasil, permitiendo de esta forma ampliar el espectro al momento de abordar la diversidad estilística a nivel de baile y música. Se han utilizado términos como “afrocubano”, “afrohaitiano” o “afrobrasileño” cuando se hace referencia exclusiva y se desea remarcar el origen y la demarcación territorial en la región pero que conserva elementos de carácter africano, verbi gracia: Cuba, Haití o Brasil. Además, esta música ha sido utilizada y construida desde un fuerte dispositivo industrial con fines comerciales y de entretenimiento que han servido durante años de excusa para evitar su aproximación a través de la academia. Afortunadamente, en los últimos veinte años diversos autores e investigadores, así como la consolidación de importantes

congresos y eventos académicos han logrado romper el hito en torno a los estudios de la música popular en sus diversas manifestaciones.

En el ámbito de la cultura de masas el artista como individualidad y su producción artística en tanto a la búsqueda de un sello personal, se ve afectado directamente pues sus creaciones “dependen enteramente de la existencia de estructuras e instituciones de prácticas artísticas, que faciliten esa obra” (Wolff 1997: 143). Es decir, el producto artístico es un derivado de “las estructuras sociales y económicas en las que se sitúa el artista” (Wolff 1997: 141). La música tropical recuerda cierta semejanza con la música del periodo romántico. En el romanticismo, toda la música tenía una mayor o menor conexión con las otras formas de expresión artística como la pintura, la ópera y la poesía. En el caso concreto de la música popular nos hallamos no solo frente a su interconexión con estos elementos, sino que además se interrelaciona y cruza permanentemente con otros campos de expresión como el cine, la radio y la televisión.

Sincretismo, mestizaje, hibridación, criollización, transculturización y aculturación son términos que se han utilizado para comprender la evolución y adaptación de la mezcla presente en la cultura musical del Caribe a lo largo del siglo XX. Si bien la música tropical ya traía de sí un largo recorrido en su proceso de hibridación y mezcla, su aparición y asentamiento en la industria cultural de los Estados Unidos le dará un empuje que trascenderá las mezclas biológicas y las simples prácticas corporales o de entretenimiento. Estos conceptos permiten acercarnos a un análisis de la cultura y las prácticas musicales y la visión que se tiene de los distintos aspectos de la música tropical a través de críticos, musicólogos, antropólogos, sociólogos e investigadores en general. La imagen de lo tropical como paradisíaco y exótico ha permeado no solo a la cultura norteamericana sobre la visión de lo caribeño, sino que incluso ha penetrado como tal y es aceptado dentro de los países latinoamericanos. En el contexto de los estudios musicológicos anglosajones el término para asociar o categorizar las músicas que posean rasgos identitarios de origen africano tiende a ser denominado como “música negra”, entrando la música latina dentro de una categoría ajena a la “música negra” pero que, al mismo tiempo, la incluye. Ese carácter de lo “latino” en el cual se engloba todas las jerarquías posibles de hibridación y mestizaje permite destacar su particular presencia no solo en el contorno del paisaje urbano de las grandes ciudades de Estados Unidos sino también en los aspectos conflictivos en torno a la identidad y a lo imaginario. Se convierte entonces ciudades como Nueva York, Chicago y Los Ángeles en centros receptores no solo de la masa humana de migrantes que conformarán parte del mercado laboral, obrero y profesional de los Estados Unidos, sino que además asimilará las prácticas culturales de estos individuos y las incorporará en la visión cotidiana de lo “latino” o lo “caribeño”. Esta territorialización de géneros y estilos musicales permite observar de acuerdo a Deborah Pacini Hernandez, que se pueden identificar prácticas musicales de afroamericanos como el hip hop o el blues; prácticas musicales de “blancos” como el rock y el pop y el mundo latino, caracterizado por las prácticas musicales de latinoamericanos (Pacini Hernandez 2010: 7).

Las relaciones comerciales después de la Segunda Guerra Mundial tuvieron un cambio circunstancial entre los países de América Latina, Estados Unidos y Europa. Esto se verá reflejado en el desarrollo del cine mexicano y argentino por una parte, y el auge discográfico

incentivado por sellos norteamericanos dentro de los países latinoamericanos, en especial en Brasil, Cuba, México y Argentina. Una vez terminado el conflicto bélico y definidas las posiciones políticas y mercantiles, los bienes y servicios de carácter cultural comienzan a desenvolverse en un circuito de salones de bailes, cabarets, shows televisivos y espectáculos cinematográficos en donde los representantes de la música tropical van consolidando sus espacios.

### **Política y música tropical**

El gobierno de los Estados Unidos debía revertir la sombra del comunismo que se extendía por el mundo, es así como también entre los años treinta y cincuenta, a través de la industria cultural se les brinda un espacio de entretenimiento y de íconos a los jóvenes de la postguerra. Los *teenagers* son el blanco de la industria cultural, desde el punto de vista de segmento del mercado y de satisfacer los gustos de los jóvenes de la época. Para los Estados Unidos es un periodo de marcado puritanismo por un lado, pero por otra parte, coincide con el fomento de la sociedad de consumo y el fortalecimiento de lo que debe ser el sueño americano. La música tropical aparece en esta época como un elemento de consolidación de la imagen de lo latino por un lado, y del otro como una opción de las prácticas musicales, artísticas y corporales que solo es posible en una sociedad libre, capitalista y paradójicamente conservadora, como lo era Norteamérica.

La participación de los Estados Unidos en asuntos políticos a través de la injerencia cultural no fue solo una política exclusiva de Roosevelt, sino que continuó siendo una política de Estado que se mantendría durante muchos años y en especial durante la Guerra Fría, período de crecientes tensiones entre el bloque soviético y el país norteamericano. Entre los años cincuenta y sesenta el gobierno de los Estados Unidos a través de la CIA generará una serie de acciones y políticas gubernamentales para frenar la creciente simpatía que venía ganando la URSS. Un caso emblemático fue la Conferencia Cultural y Científica para la Paz Mundial que congregó a importantes personalidades del mundo artístico y cultural de ambos bandos. Un ejemplo emblemático a nivel musical fue la presencia del compositor Dmitri Shostakovich por el lado ruso y de Leonard Bernstein por Norteamérica. La conferencia se realizó en el hotel Waldorf-Astoria durante una semana, dando inicio el 25 de marzo de 1949 (Stonor Saunders 2001: 98-110). Xavier Cugat, Desi Arnaz y Carmen Miranda ya eran figuras públicas que nos llegarán hasta la actualidad: ya era famoso el galanteo de Cugat con cantantes y actrices, su imagen dirigiendo con un perro chihuahua; Arnaz era el rey de la conga y la figura y carisma de Miranda era símbolo emblemático de lo tropical. La conferencia fue seguida con notable polémica por los medios impresos, la radio y la naciente televisión de la época, el gobierno ruso pretendía vender a la URSS como cuna de notables literatos, artistas y compositores; sin embargo, las órdenes impartidas desde la recién creada CIA fue consolidar la imagen de los Estados Unidos. La URSS estaba destinando tiempo y dinero a organizar a sus intelectuales y artistas como representación exitosa de lo que puede hacer el Partido Comunista. Los estadounidenses comprendieron que no podían quedarse atrás y parte del presupuesto del Plan Marshall sería para organizar también a los artistas y pensadores norteamericanos y también latinoamericanos.

No solo se reforzaron las estrategias heredadas desde el gabinete Roosevelt, sino que además, se consolidó y fomentó el incentivo de instituciones de corte académico en el ámbito de la música, la cultura y las artes. Es el período en que se promueve el “americanismo” pictórico desde artistas del mundo figurativo como Edward Hopper o el abstraccionismo exacerbado de Jackson Pollock; también se promocionaría a destacadas figuras de las letras como Truman Capote o Tennessee Williams. En la música se promocionará la presencia internacional a nivel de repertorio y dirección de Leonard Bernstein como sus homólogos latinoamericanos como Alberto Ginastera, Carlos Chávez o Heitor Villa-Lobos. No en vano, esto coincide con la realización de fastuosos festivales como el Festival de Obras Maestras del Siglo XX en París, o la realización de los Festivales de Música Contemporánea en la ciudad de Caracas en los años 1954, 1957 y 1966. Asimismo, es la era de las giras europeas de la Orquesta Sinfónica de Boston o la gira latinoamericana de la Orquesta Filarmónica de Berlín (Astor 2008). En cuestión de semanas la URSS se volcaría directamente a ejercer su impacto en Europa a través de destacadas figuras como Jean Paul Sartre y, posteriormente, en Cuba al llegar al poder Fidel Castro.

Así como había sucedido en los años treinta y cuarenta con la difusión de la música tropical a través de la rumba y la samba, los años cincuenta sería el espacio dentro de la música popular del mambo y el chachachá. Había una tendencia en las grandes bandas de desaparecer, especialmente con el advenimiento del rock and roll, el twist, el bebop y el boogie woogie, es probable que la consolidación del mambo y el chachachá haya obedecido también a la necesidad de promover una cultura de los latino y lo tropical dentro de Estados Unidos como una imagen opuesta al frío del bloque comunista. Lo tropical se vendió como algo cercano, tan cercano que se emparentó con lo exótico de una isla como Hawaii. Lo tropical era un negocio que la industria cultural y los sellos discográficos sabrían explotar.

### **Sobre el desarrollo de la producción discográfica y la radio**

Si bien el fonógrafo apareció a finales del siglo XIX, no sería sino hasta la primera década del siglo XX cuando los aspectos tecnológicos y el auge de economías de consumo estarían plenamente establecidos, dando así inicio a la posibilidad de registrar y dejar constancia de los sonidos de distintas épocas y culturas, las cuales hasta el momento sólo contaban como soporte para su registro el sistema de notación en el soporte de la partitura.

Desde sus inicios, la industria discográfica contó con un monopolio manejado por la RCA Victor y la Columbia Records debido a que estas compañías poseían el derecho exclusivo de las patentes. A partir de los años veinte y debido a múltiples cambios legales y tecnológicos, se inicia el proceso de apertura de compañías mucho más pequeñas incursionando en el ámbito de la producción discográfica. Asimismo, la adquisición de un disco y de un fonógrafo, que al principio resultaban costosos, terminó siendo una posibilidad real para la clase media estadounidense, especialmente hacia finales de los años veinte y principios del treinta. En conjunción con esto, el desarrollo de la radio y las tecnologías de recepción del sonido encontraron en el soporte discográfico su gran aliado, pues no sólo ofrecían música al radioescucha, sino que además promocionaban las últimas producciones discográficas, las cuales se veían difundidas de forma masiva a través de las ondas hertzianas llegando a lugares y

territorios en donde difícilmente podrían llegar las grandes orquestas para interpretar en vivo. Con el hecho de adquirir o tener acceso a una radio se democratizaba y popularizaba la música en las distintas clases sociales (Pacini Hernandez 2010: 16).

Nuevas prácticas performativas se generarán gracias a estas tecnologías, teniendo un rango mucho más amplio y por ende más asimilación en otras sociedades. La partitura como soporte de referencia auditiva pasará rápidamente a segundo plano. El consumo de la música se hará directamente a través de la adquisición de los nuevos soportes como el disco o a través del consumo del servicio de radiodifusión. De acuerdo a González, “la música llegará a un público masivo que, para escuchar la música en casa, no necesitará más habilidades que girar una manivela o apretar un botón” (2010: 216).

Explica Arce que el ritual tradicional de la música comienza a modificarse, la radio y su nueva audiencia poco a poco irán tomando los espacios donde la música solía ejecutarse: salas de conciertos, auditorios y salones de bailes serán los principales sitios en los que la microfónica de la radio se instalará para transmitir en vivo algún evento, festejo o concierto. Esta aparición de la *performance* en vivo irá pasando a la modalidad de grabación gracias al desarrollo de los primeros medios mecánicos de grabación y reproducción de audio. En un principio la programación que pasó a conformar la radio no estaban definidos y será mucho después que se llenará de contenido y de música (Arce 2011: 100).

En el inicio de las transmisiones radiofónicas, la presentación de los artistas era realizada en vivo. Será en los años cuarenta cuando Bing Crosby<sup>2</sup>, preocupado por la calidad artística y técnica de sus actuaciones en la radio, se convierta en un propulsor de la grabación magnetofónica con multipistas, buscando obtener un óptimo resultado: “se trata de grabaciones cuya finalidad única era la de documentar y almacenar en un archivo sonoro la *performance* del artista, con el propósito de volver a recrear la magia de su interpretación original” (Juan de Dios Cuartas 2016: 107).

El fenómeno de la radiodifusión masiva se produce alrededor de los años veinte del siglo pasado, circunscrita en el marco de la industria discográfica y a un movimiento significativo en el cual la música comenzará a producirse con fines comerciales. Radio, reproducción y tecnología irán creciendo paulatinamente y en conjunto con la finalidad de fortalecer a la industria discográfica. La aparición y sostenibilidad de la electricidad como servicio y aporte tecnológico brindó, a través de la aparición del micrófono, la posibilidad del desarrollo del disco. En esta misma línea, Arce asegura: “El disco abarataba los costes de producción y se ahorraban la contratación de artistas; además se ampliaba el repertorio musical” (2011: 101).

Esta situación trajo de suyo el surgimiento mercantil de la industria discográfica, en la que la promoción, invitación al consumo y desarrollo de géneros populares serán incentivados en el

---

<sup>2</sup> Harry Lillis “Bing” Crosby (1903-1977), cantante y actor estadounidense, ganador del Oscar en 1944 como mejor actor por su participación en la película *Going My Way*. Además de su aporte como cantante y dentro del mundo cinematográfico, la figura de Crosby merece un estudio detallado de sus aportes dentro de la industria radiofónica de la época. Bing Crosby es considerado por Allan Moore como la primera gran figura de la música popular, llegando a grabar más de cien temas en una sesión de grabación y en ser una figura que buscó reinventarse a sí misma, ofreciendo desde baladas con arreglos de swing hasta canciones de navidad, atacando todo el ámbito publicitario en televisión, cine, radio y medios impresos (Moore 2012: 130).



plano comercial. Arce asegura que durante algún tiempo algunos críticos se mantuvieron recelosos de la calidad musical del disco y preferían la presentación en vivo. A pesar de ello, el soporte discográfico permitió servir de vía de comunicación a un público masivo. El autor explica que las emisoras de radio de España comenzaron a adquirir grabaciones de música sinfónica, de óperas y de artistas norteamericanos de jazz (Arce 2011: 102), géneros musicales que también eran consumidos a través de las radios de Estados Unidos y Latinoamérica.

La industria discográfica se conformará a través de una red de empresas –los sellos discográficos– que buscarán sacar provecho de la situación del mercado de la oferta y la demanda de la música. En este sentido, el primer segmento del mercado estuvo dirigido hacia los inmigrantes. De acuerdo a Pacini Hernandez fue la Okeh Records el primer sello discográfico en producir música en Nueva York con músicos inmigrantes, específicamente alemanes que habían migrado de Europa a raíz de la situación de miseria que se encontraban después de la Primera Guerra Mundial en 1918. Asimismo, el movimiento musical de vodeviles, cabarets y salones de baile se vería reflejado en el primer éxito comercial de músicos y cantantes afroamericanos en 1920, siendo consumido con notable éxito por esta comunidad. La compañía Okeh comprendió que se abría una posibilidad en las manifestaciones vernáculas y populares de la música, creando para aquel entonces una especie de estudio móvil de grabación con el cual recorrerían los Estados Unidos en búsqueda de cantantes y músicos. El “descubridor” por excelencia fue un ejecutivo: Ralph Peer, quien fuese piedra angular en la consolidación de la música popular en Norteamérica. Peer convenció a los directivos de Okeh y de RCA Victor de la importancia de producir música de carácter regional, étnico y de rasgos negroides. Muchos temas que son considerados esenciales en la identidad de la actual sociedad americana se acuñaron durante los años veinte en los cilindros que se grabaron y reprodujeron bajo la guía de Peer. En apreciación de Pacini Hernandez, se está frente al proceso de transformación de las músicas folclóricas hacia una etiqueta comercial; la música rural se traslada al ámbito de lo urbano, y la necesidad del mercado comenzará a direccionar la elaboración de los productos que se han de consumir en los medios radiales (Pacini Hernandez 2010: 17-18).

De acuerdo a Pacini Hernandez, a inicios del siglo XX las compañías discográficas, a través de diversos estudios de mercado, determinaron los gustos de la clase media y media baja, las cuales preferían géneros de carácter vernáculo y popular en vez de estilos refinados característicos de la alta burguesía. Durante la gran depresión que asoló a los Estados Unidos en los años treinta, la música popular poseía un mercado que se iba consolidando y que terminó de afianzarse cuando el precio de los discos se volvió asequible (Pacini Hernandez 2010: 19). Simultáneamente, la inmigración de latinoamericanos y europeos iba en franco aumento en los Estados Unidos, siendo esta variopinta fauna de idiomas y culturas un punto a ser atendido por el mercado de la industria cultural. En palabras de Pacini Hernandez, los gerentes y directivos de las compañías discográficas hallaron un segmento nuevo del mercado que desde sus inicios consumirían una música culturalmente propia pero producida para su consumo dentro de Norteamérica. De esta manera, una de las políticas primordiales de la Columbia Records fue la grabación de estas músicas con cantantes de habla hispana, pues consideraban que el elemento idiomático haría irresistible la adquisición del producto (Pacini Hernandez 2010: 16-17). Si se

toma en consideración la gran cantidad de inmigrantes que llegan a los Estados Unidos entre 1909 hasta 1930, el crecimiento de potenciales compradores de discos es inmenso.

Una idea a considerar y que escapa al presente estudio, es conocer cuántos inmigrantes recién llegados estaban en capacidad real de adquirir un disco o mejor aún un fonógrafo. Igualmente, si bien entre los años treinta y cincuenta crece la cantidad de salones y pistas de baile en donde la música tropical va ganando espacios, sería pertinente conocer la cantidad de inmigrantes o hijos de inmigrantes que tendrán acceso a los cafés de Manhattan o a los espectáculos de Broadway. Será justo entre los años cuarenta y cincuenta que los espacios para la difusión de la música tropical se vuelven una moda en Nueva York; igualmente, hoteles como el Waldorf Astoria abren noches especiales de baile en donde la música tropical es el centro de atracción (Pacini Hernandez 2010: 24). Es indudable que los músicos que conformarán estas bandas serán de origen latino y en muchos casos los dueños de algunos locales tendrán su origen de procedencia hispana.

A mediados de los años cincuenta, la industria discográfica desarrollará la forma de obtener una grabación de mejor calidad, brindando a quien escucha la posibilidad de apreciar un conjunto instrumental si estuviera en vivo frente a los parlantes. La búsqueda de una dimensión del sonido llevará a “empresas como Decca, a impulsar a través de sus propios ingenieros, el desarrollo de técnicas de captación que mejorasen las calidades obtenidas hasta ese momento” (Juan de Dios Cuartas 2016: 311). Como consecuencia de los conflictos bélicos a lo largo del siglo XX y en especial a la Segunda Guerra Mundial, el avance de la tecnología servirá de base para la producción industrial del mercado discográfico. Es así como, por ejemplo, se desarrolla el soporte tecnológico de la cinta magnetofónica, el cual en un principio se usaba para la detección de frecuencias con la finalidad de servir de referencia para la caza de submarinos. Posteriormente, la empresa Decca desarrollará esta tecnología para ampliar la frecuencia de los nuevos soportes discográficos, permitiendo que “después de la guerra se utiliza esta tecnología para reproducir un mejor sonido ampliando el rango de frecuencia de los discos de 78 rpm y etiquetando los discos con las siglas ‘ffrr’ (*full frequency range recording*)” (Juan de Dios Cuartas 2010: 308).

La búsqueda de la sonoridad estéreo hará que Decca se consolide como la primera en realizar grabaciones y soportes de reproducción en sonido estéreo. A pesar de ello, “las grabaciones sólo se publicarían en mono –debido principalmente a la falta de dispositivos domésticos capaces de reproducir este formato– y las versiones estéreo de estas primeras grabaciones serían finalmente publicadas en la década de los 60” (Juan de Dios Cuartas 2016: 313). Una de las primordiales características del sonido producido en mono en las grabaciones es lo imposible que resulta ubicar la localización de la fuente del sonido, debido a que las grabaciones en mono enviaban a ambos auriculares las mismas señales del sonido enfocando todo hacia el centro (Moore 2012: 38).

En la posguerra se hace indispensable bajar los costes de producción y es así que compañías como Columbia desarrolló el disco de 33 rpm, el cual buscaría competir frente a las producciones hechas en 45 rpm. Arce indica que “en 1952 la mayor parte de los discos de música clásica se realizarán en el formato de 33 rpm y la música popular en 45 rpm” (2011:

102). Este elemento tan simple, medido en función del número de revoluciones por minuto que pueda girar un disco, fue determinante para la distribución y comercialización del disco como producto de promoción de los artistas de la época. Al respecto, el autor deja claro la importancia comercial del nuevo formato:

El disco de 45 rpm, por el contrario, era virtualmente irrompible y, por lo tanto, más barato para colocar en el mercado. Con el disco sencillo las pequeñas compañías pudieron hacerse cargo de los costes de distribución y enviar copias promocionales a las emisoras de radio; esto permitió que algunos de sus productos se convirtieran en éxitos (Arce 2011: 103).

Las compañías discográficas tomaron como prioridad la obtención de un sonido de mejor calidad, en el cual quien escucha pudiese sentir la presencia de los intérpretes frente a él. Se trata del concepto de “alta fidelidad”. Pero serán las nuevas compañías discográficas las que buscarán promocionar a través de nuevos géneros como el rhythm and blues y el rock and roll este concepto de sonido de alta calidad en el momento de la grabación y de la reproducción. “Los productores [musicales] crearon una nueva estética del sonido empleando el estudio de grabación como herramienta” (Juan de Dios Cuartas 2016: 265).

Arce también explica que la aparición de la grabación magnética permitió no limitar el tiempo del proceso de grabación, a pesar de que el resultado en cuanto a la calidad era óptimo; no obstante “la grabación magnética en cintas de bobina abierta fue utilizada, además, para la producción de discos por sus posibilidades para la edición del sonido” (2011: 103). La ventaja de la cinta magnética era que permitía la edición y la calidad de las mismas ofreció la posibilidad de emitir varias veces el contenido grabado.

La aparición de estos nuevos procedimientos en la grabación de audio iba a redundar en el modo en que las radios operarían y reproducirían la programación musical. En un principio las radios se volcarían en el uso del formato del disco de 33 rpm mientras que el sencillo de 45 rpm se destinaría al incipiente mercado juvenil; esta época coincide con la aparición del rock and roll con figuras emblemáticas como Elvis Presley (1935-1977) o Bill Halley & His Comets (Arce 2011: 103).

Hacia los años setenta los sellos discográficos desarrollarán la tendencia de producir sus discos dirigidos hacia dos espacios de reproducción: el salón de baile, disputado por discotecas y por ende, por el *disco Music*, y la especialización del grupo de rock para ser escuchado en la habitación de los adolescentes. Desde el comienzo se usaron efectos como la reverberación para simular un espacio similar a lo que sería la música en vivo ecualizada y amplificada. Se establece así una relación entre el sonido mezclado y sus posibilidades de uso que se haría frecuente en los distintos ambientes en los cuales la música se reproduciría (Moore 2012: 37-38). Estos aspectos marcarán una profunda huella al momento de interrelacionar tendencias estéticas, no sólo en el aspecto musical, sino en los resultados de la mezcla en el ámbito de la producción musical. Además de intervenir el gusto y la estética de los arreglistas, compositores e intérpretes, al mismo tiempo se está frente a una estética de la grabación en pleno desarrollo.

## **Cartografía de la producción musical y la industria discográfica en América Latina: apuntes para una narración histórica**

Consolidado el fonógrafo a partir de 1890 y su producción a gran escala, la industria cultural norteamericana se vio favorecida por el giro económico de su industria de producción en masa. Estados Unidos, como centro hegemónico de los grandes capitales del continente, permitió la inversión e incentivó el consumo de sus bienes culturales en toda la región, especialmente en México, Argentina, Cuba, Puerto Rico y Brasil, en donde se habían instalado un circuito de radios y cines que permitirá promover el disco como artículo de consumo (Quintero Rivera 2007: 85). La producción de discos se destinó en sus inicios para la reproducción en transmisiones radiofónicas, siendo posteriormente comercializada en forma masiva en el mercado incipiente de los coleccionistas y del consumo doméstico. La necesidad de crear nuevos productos –géneros musicales y artistas–, traerá de suyo que vean en la música latinoamericana, e incluso en las músicas denominadas “exóticas”, un mercado que satisfacer.

La entrada de la tecnología en Latinoamérica será esencial para su posterior desarrollo. La producción musical en América Latina inicia con la inserción de los fonogramas de los cilindros de Thomas Alba Edison. A partir de 1910, con la importación del disco de cilindros por la compañía Berliner, se apreciará un desarrollo gradual hasta el siguiente cambio de soporte en los años treinta (González 2010: 216).

La música popular en América Latina se vio afectada por la aparición de la industria discográfica. En el caso puntual de la música tropical, ya distintas compañías disqueras habían vislumbrado un importante mercado en la explotación y comercialización de la música de las grandes bandas interpretando música popular del Caribe. El desarrollo de la tecnología y la dependencia directa con las periféricas productoras de conocimiento y avances tecnológicos tendrá en América Latina un campo amplio en lo que concierne a la venta y comercialización de equipos. En el aspecto de la industria discográfica, expresa González:

Con una industria discográfica y equipos plenamente establecidos en el mundo, los países latinoamericanos recibirán pronto el efecto de los nuevos adelantos tecnológicos y sistemas de gestión desarrollados por los sellos discográficos estadounidenses y europeos (2010: 206).

A partir de allí, la generación de movimientos estilísticos se determinará en función de las demandas del mercado. Los técnicos, gerentes y empresarios constituyen otros agentes valiosos en esta situación de la industria cultural, pues no solo marcan la pauta en el mercado musical, sino que a la vez fungen de enlace con los distintos protagonistas de la industria cultural (González 2010: 206). Edgardo Díaz Díaz expone al respecto:

En esos años [principios del siglo XX], los principales estudios de grabación (Victor, Okeh y Columbia, entre otras, en Estados Unidos) estaban sumidos en un periodo experimental de fórmulas comerciales. A esta empresa se incorporaron, entre otros, Julio A. Hernández, Porfirio Golibart y Emilio Peña Morel, aunque este último se valió de los periódicos dominicanos para acusar a disqueras, como Columbia, y a sus propios colegas de perpetrar el saqueo del patrimonio popular y adular la forma (2008: 253).

La promoción y difusión de la música tropical a principios de la era de las grabaciones,

tenía una connotación política y cultural entre lo que se practicaba como baile en un contexto, con respecto a las versiones que comenzaban a grabarse y ser introducidas en Estados Unidos. Además, la tensión creciente entre los conservadores de la música tradicional contra los nuevos géneros, causaron disputas serias entre los de un bando y otro.

América Latina ha repuntado en los últimos veinte años de manera importante en los estudios concernientes a la musicología popular, en especial se destacan los enfoques relacionados con la producción musical y la industria del disco<sup>3</sup>. Es incuestionable que desde los inicios del año 2000 ya estaba en el aire la necesidad de impulsar los estudios musicológicos hacia el disco. Una de esas iniciativas la hayamos en Venezuela. Colmenares, Ramos y Sans presentan los resultados de una tesis de grado cuyo objeto de estudio fue la producción discográfica de compositores venezolanos académicos, aproximación realizada a través del análisis musicométrico. Este tipo de análisis permitió, desde el levantamiento de datos cuantitativos, la elaboración de un análisis cualitativo en torno al número y tipo de obras grabadas en un momento determinado, los compositores y sus intérpretes, obteniendo resultados destacables como las obras más interpretadas, los compositores más grabados y desde luego, visibilizar lo contrario a ello: autores menos interpretados o la ausencia completa de algunos de ellos (Colmenares, Ramos y Sans 2003: 211-230).

Enfocándose en la música popular brasileña, Raphael Fernández López y Heloísa Araujo Duarte han realizado un estudio amplio y continuo que ha involucrado diversos aspectos relacionados con los medios de grabación y reproducción, su difusión e impacto. Los autores han estudiado las manifestaciones del samba, así como los procesos de hibridación de la misma con otros géneros como el bolero y su inserción dentro del contexto cultural de la época (Fernández y Araujo 2016). En este sentido, Araujo Duarte ha realizado diversas comunicaciones, ponencias y artículos que involucran una relación intrínseca con la producción musical, la radio y la música popular, su asimilación y significado en determinados contextos, la asimilación de la música popular a través de códigos culturales, la presencia de la música electrónica y su asimilación y puesta en práctica desde los intérpretes de música popular (Araujo Duarte 1999) Asimismo, la autora ha realizado otros trabajos que permiten vislumbrar la huella que dejan las sonoridades del extranjero y que logran encontrar un espacio en nuevos contextos, todo esto mediado por la radio y el disco quedando inserto dentro de la sociedad brasileña. Uno de estudios se centra en cómo se desenvuelve la canción italiana en Sao Paulo a raíz de la migración italiana que se dio allí en los años treinta. De su estudio nos interesa destacar cómo a través del disco, la radio, el cine y la televisión, se entretajan temas de memoria colectiva e identidad, la presencia y difusión de artistas italianos en Brasil y la incorporación dentro del repertorio italiano de elementos del imaginario paulista (Araujo Duarte 2012).

Alrededor de los años treinta los sellos discográficos enviarán a sus equipos de grabación,

---

<sup>3</sup> Una muestra significativa de esto lo encontramos en el número de ponencias seleccionadas para el XIII Congreso de la IASPM-AL, a celebrarse en junio de 2018 en Puerto Rico. En la línea temática dedicada a “De los cilindros de cera a los discos de vinilo: usos de las tecnologías de grabación analógica en América Latina” hay doce ponencias aceptadas; asimismo, destacan siete en la mesa “La producción musical en Latinoamérica y España: entre la creación musical y la industria discográfica”.

conformados por técnicos y ejecutivos que fungían de productores, a la caza de los sonidos latinos. El productor musical será una pieza clave en el transcurso de la elaboración del material discográfico y sobre todo será responsable de la totalidad del proceso, siendo fundamental “conseguir el clima adecuado para registrar la mejor *performance* posible” (Juan de Dios Cuartas 2016: 202). Se puede apreciar que las primeras grabaciones que se realizaron en América Latina fueron a agrupaciones o artistas con una estética derivada de la tradición europea, y de acuerdo a Pacini Hernandez eran primordialmente danzas puertorriqueñas y bambucos colombianos (2010: 18-19). Sin embargo, esta afirmación se contradice con la expresada por González, quien señala que las primeras grabaciones estuvieron conformadas por repertorio popular, siendo temas de Brasil –choros– grabados en Río de Janeiro en 1897, en la Argentina se grabó música popular en 1902 y las primeras corridas mexicanas fueron grabadas en México hacia 1905 (2010: 206).

Coincide lo anterior con la expansión de los medios masivos de entretenimiento en Norteamérica y con el crecimiento económico de algunos países latinoamericanos. Quintero Rivera destaca en Cuba la inversión de empresas norteamericanas en la explotación de la caña de azúcar; en el caso de Argentina y Uruguay la exportación de cereales y carne, incentivos económicos que permitirán que estos países logren un desarrollo industrial, lo cual se verá reflejado en las mejoras de vida de la clase media (2007: 85). En el caso de México, se debe acotar las medidas económicas y políticas del presidente Lázaro Cárdenas que permitieron la generación de la industria cinematográfica mexicana y en el caso de Puerto Rico, como Estado Libre Asociado de Estados Unidos, se consolidó como un excelente socio sobre todo en lo que refiere a la explotación turística. La economía de Brasil vive un aumento importante a través de la comercialización del cacao y del café, y al igual que Puerto Rico, se convierte en poco tiempo en un destino turístico de referencia dentro de la sociedad norteamericana.

Con la finalidad de grabar más de veinte agrupaciones que hacían vida artística en La Habana, la producción musical y su auge a través de la industria discográfica en América Latina, tuvo un precedente importante en la presencia en esa ciudad de RCA Victor a mediados de 1937. Para la fecha, Estados Unidos se encuentra sumergido en la gran depresión financiera y RCA Victor verá en Cuba dos excelentes oportunidades: primero, la posibilidad de grabar a bajo costo y segundo, grabar la música de las orquestas de la isla, las cuales iban ganando popularidad en Norteamérica gracias al flujo de turistas y a la radiodifusión. Posteriormente, los ejecutivos vieron que sería más rentable llevar a las agrupaciones a los Estados Unidos: el artista graba en estudios especialmente acondicionados para tal fin y se aprovecha su presencia para realizar giras, conciertos, entrevistas y presentaciones en vivo en la radio o grabaciones en películas.

Según Quintero Rivera, las compañías disqueras vieron en la música latinoamericana la oportunidad de hacer un estupendo negocio; por ejemplo, el sello discográfico RCA Victor poseía en su catálogo 300 grabaciones de Cuba y 350 grabaciones entre Argentina y Uruguay<sup>4</sup> (2007: 85). El catálogo tan amplio de la música producida en Cuba se dio gracias a la fortuna de contar con equipos de alta tecnología en grabación y radiodifusión. Asimismo, el conocido mundo nocturno de La Habana con sus cafés, cabarets y salones de baile junto con el pasadizo de

---

<sup>4</sup> Otros países estaban presentes pero con un número menor de grabaciones.

intercambio de artistas entre México, Caracas y Rio de Janeiro, con el boom de las conocidas rumberas, va a permitir la difusión de la música tropical, y desde luego, asentarse dentro del imaginario cultural como música “afrocubana” (Bottaro 1995: 162-163).

Después de la Segunda Guerra Mundial, estas grabaciones se difundirían, especialmente debido a la aparición del disco de 45 rpm y en 1948, a la aparición del disco de 33 rpm. La producción discográfica en Cuba alcanzó un punto culminante a mediados de los años cincuenta con la aparición de sellos discográficos como Panart y Gema; asimismo, la presencia de las grandes casas disqueras como RCA Victor y Palladium permitirá desarrollar un amplio espectro en la radiodifusión de la producción musical de las grandes bandas de esta época (Hernández y Casanella 2008: 91).

### **Los bisabuelos coyotes: tras la caza de las músicas nacionales**

La proximidad geográfica es una variable esencial para comprender la entrada de la música tropical a Estados Unidos. Sin embargo, esta proximidad no se hubiese consolidado sin la aparición de los medios de producción industrial que serían incorporados al mercado cultural de Norteamérica desde los primeros años del siglo XX. La consolidación de los géneros tropicales coincide además de los elementos externos de proximidad geográfica y la consolidación de la industria cultural con su propio grado de madurez. Después de un periodo de gestación de casi doscientos años, la definición de sus formas, elementos estilísticos y rasgos estructurales definidos se consolidarán en una especie de “formas musicales del Caribe”. Este aspecto de “madurez” musical se verá perfeccionado y cualificado a medida que se vayan fijando los soportes de grabación de audio. Otro aspecto que influirá en la consolidación de la música tropical y de todo el imaginario que con ello converge, será la conformación de un imaginario cultural producto de los intérpretes de esta música. La industria cultural latinoamericana adaptará el fenómeno cultural del *Star System* a la producción musical latinoamericana. Los artistas tendrán desde su comienzo la oportunidad de interactuar en distintos formatos para el entretenimiento, generando una vinculación con todos los otros elementos del sistema comercial. Al mismo tiempo, mientras se consolidan como producto, se va construyendo toda un aura de idealización e identificación con lo que se denomina “latino” o “caribeño”<sup>5</sup>. Esta asimilación dentro de un sistema de mercado claramente definido implicaba, además, que la presencia de intérpretes negros pasara desapercibida en la pantalla durante los primeros años de producción filmica y televisiva. Los procesos migratorios constituyen un elemento fundamental en la elaboración de diversos tipos de hibridaciones. El recorrido de la música popular latinoamericana y su mestizaje hasta llegar a la era de la industria cultural de los años cincuenta fue largo e intrincado. Las migraciones, motivadas por la búsqueda de mejores condiciones de vida, trajeron de suyo que algunos elementos y rasgos musicales fueran gradualmente asimilándose en un nuevo contexto territorial y social.

---

<sup>5</sup>Algunas figuras como Carmen Miranda o Yma Sumac, que poseían solidas carreras artísticas en Estados Unidos, eran en ocasiones ignoradas o duramente criticadas en sus países de origen. En el caso de músicos y orquestas como el caso de Xavier Cugat, algunos musicólogos como Victoria Eli y Alejandro Carpentier lo considerarán como el modelo que no se debe seguir al momento de estudiar y comprender la “verdadera” música caribeña.

Irónicamente, las primeras grabaciones profesionales de música latinoamericana se realizaron en Estados Unidos. Pacini Hernandez afirma que la cantante Lydia Mendoza<sup>6</sup> se convertiría en la primera estrella del ámbito musical de carácter mexicano-americana (Pacini Hernandez 2010: 18). La producción discográfica permitiría a esta artista la oportunidad de ampliar el espectro de público; para la gerencia de las casas disqueras, era la oportunidad de incrementar sus ventas. El éxito de Mendoza incentivaría a que las compañías discográficas comenzaran una búsqueda encarnizada de artistas mexicano-estadounidenses a lo largo de los Estados Unidos; en otras palabras, se había demostrado que cierta fórmula comercial funcionaba y por lo tanto, era menester repetirla.

Los primeros éxitos comerciales de las casas disqueras serían músicas no escuchadas por el público blanco norteamericano. Las compañías discográficas se dedicaron a comprender el gusto del norteamericano promedio con la intención de volcar y adaptar los géneros latinos que estaban gustando al público blanco de las grandes ciudades. Los productores de las compañías discográficas veían en el disco una manera de acercar los temas y artistas de origen latino a las comunidades que estaban asentadas en Estados Unidos, de modo que la producción discográfica ayudaba a conectarse con el acontecer artístico y con el imaginario cultural de lo que estaba pasando en la tierra de origen (Pacini Hernandez 2010: 17)<sup>7</sup>.

Las compañías discográficas harán de Los Ángeles un escenario de caza detrás de artistas mexicanos que se encuentren dentro del territorio estadounidense. Los barrios de latinos serán invadidos por intermediarios –latinos bilingües– que junto a los ejecutivos y cazatalentos de las compañías comenzarán a grabar a los músicos en los más variados ambientes: salones de baile, habitaciones de hotel o estudios improvisados en garajes. Pacini Hernandez señala a Los Madrugadores y su cantante Pedro J. González como los primeros productos salidos de la “caza indiscriminada” de estrellas latinas, siendo además las primeras voces de lengua castellana en ser escuchadas en la costa oeste antes de los años treinta (Pacini Hernandez 2010: 20).

RCA Victor y Columbia Records mantuvieron desde el inicio de su trayectoria empresarial una actitud monopolizadora, no sólo en tanto a la producción en sí, sino también en cuanto a aspectos que concernían directamente a la distribución de la música y la incesante búsqueda de nuevos mercados; por ende, la figura del productor musical en sus inicios era considerada como un sinónimo de analista de mercado, publicidad y hasta control de inventarios. Una producción discográfica demanda mucho dinero, es una inversión que en los años treinta y cuarenta resultaba costosa y era necesario garantizar que el producto se vendiera, que hubiese una respuesta favorable por parte del público. Con base en lo anterior, podemos suponer que los artistas de origen latino estuvieron en medio de los vaivenes del mercado, cambiando su estilo con notable éxito, especialmente entre la época del tango y la rumba –años treinta– hasta pasar por la era del mambo y del chachachá –años cuarenta y cincuenta. El mercado discográfico a nivel tecnológico

---

<sup>6</sup> Lydia Mendoza (1916-2007). Puede considerarse la primera estrella chicana de impacto internacional. Hacia los años treinta era una figura importante en la radio en la región fronteriza de Estados Unidos y México.

<sup>7</sup> La autora hace la siguiente observación: “Indeed, the voracious appetite for acquiring such rights placed the U.S. based Music industry in the company of businesses such as Standard Oil and United Fruit, who in these same years were similarly scouring Latin America for other resources, such as oil, rubber, and bananas, that could be sold at a premium within the United States” (Pacini Hernandez 2010: 17).



estaba en proceso de cambios: transición del sonido mono al estéreo, transición del disco de 78 rpm al formato de 33 1/3 rpm.

La continuidad de la carrera discográfica de un artista se debía, entre otras cosas, a que sus discos se vendían y tenían salida dentro del mercado norteamericano primero, y posteriormente Europa y América Latina. Las compañías discográficas llevan un inventario estricto del producto que venden, lo cual permite evaluar la capacidad de recepción que ha tenido un artista y, sobre todo, medir las nuevas posibilidades de distribución del material discográfico. El departamento de distribución es un área estratégica del sello disquero pues determina hacia cuál dirección geográfica y social se dirige el producto discográfico. Una distribución acertada de un artista generará dividendos formidables. La decisión final vendrá dada en el ámbito de los resaltados de un estudio de mercado y de las estrategias de mercado. Es justo en la distribución eficaz en que las grandes casas discográficas terminen comiéndose a los sellos pequeños independientes o alternativos. Desde sus inicios, RCA Victor y Columbia no sólo apostaron por las músicas nacionales y de carácter popular, sino que también hicieron hincapié en extender los territorios de venta de sus productos a nivel mundial, mientras que sellos más pequeños como el fundado por los hermanos Hernández en Nueva York, apenas lograron posicionarse a tres calles a la redonda.

Entender las reglas del mercado de la industria discográfica nos permite comprender el cómo y el por qué de la relación entre un artista y su público. No se trata sólo de la calidad del artista, de lo impactante del arreglo, influye toda la energía que hay detrás para la creación y generación del impacto del artista. Los sellos discográficos se mueven de manera firme, dan un paso con seguridad absoluta, no hay espacio para intuiciones de mercado o para experimentos comerciales. Si nos venden a un artista como “el descubrimiento del año” es porque llevan por lo menos un par de años preparando el “descubrimiento”. Sin embargo, la realidad histórica de la primera mitad del siglo XX, las compañías discográficas se dirigían a mercados muy bien segmentados, los cuales eran medidos no sólo por la venta de los discos sino también a través de las listas de canciones más pedidas en la radio. Con la llegada del rock and roll y de los cantantes pop en los años sesenta, las compañías discográficas apostarán por nuevos talentos que, en la mayoría de los casos, no pasarán de la producción de un disco y el éxito en la radio de una canción.

Las compañías RCA Victor, Odeón y Columbia no tuvieron una línea preestablecida en sus inicios. Su mercado era el mundo entero y todos los géneros que pudieran existir en él. No en vano comenzaron simultáneamente a grabar el repertorio de la música clásica centroeuropea al mismo tiempo que temas de foxtrot o ragtime. La segmentación del mercado se haría gradualmente, a medida que se iba facilitando al público el acceso de la música a través de la radio. En un principio, estas compañías pudieron trabajar con bastante autonomía dentro del mercado estadounidense. No había competencia. Eran los dueños de las patentes tecnológicas y podían establecer las normas de juego. Los cambios estilísticos y musicales en algún momento eran determinados por la venta de los discos y estrategias de mercadeo. El peso de las producciones discográficas en el ámbito cultural se apreciará precisamente después de que la industria discográfica se ha puesto en movimiento. En otras palabras, el impacto de lo tropical,

que comenzó en medio de salones de bailes y cabarets, se afianzará a medida que se exhibe y repite a través de los medios masivos de entretenimiento. Esta presencia se logra por medio de la presencia del artista en distintos medios, en la interconexión del cine, la radio, la industria discográfica, la televisión y los medios impresos. Las grandes corporaciones dictan las directrices de la cultura de masas.

Esta relación de la cultura y la producción discográfica es subrayada por la utilización de códigos que son subsumidos dentro del contexto que se pretende alcanzar. La cultura, en este sentido, está representada por todos los valores y significados que se le termina dando a los símbolos, aspectos rituales o figuras representativas de un contexto dado. Una vez que el artista y el productor están alineados con los intereses del mercado, se hace imprescindible remarcar y explotar todos los aspectos concernientes al peso simbólico que ha de tener el artista frente al público. El caso de Xavier Cugat es interesante. Si bien en un principio se expondrá como representante de lo latino, tomando como principio el tango y la rumba, será reconocido como un director de banda y con especial capacidad para adaptar temas latinos al gusto americano, o temas de Broadway al estilo latino. Su configuración final vendrá dado como representante de lo tropical.

Las compañías discográficas, desde su impacto en la cultura de masas, impondrá criterios de visibilización, así como la construcción de estereotipos que dejarán huella permanente en el imaginario cultural de la sociedad. Se ha destacado que la industria discográfica moldea aspectos étnicos, religiosos y lingüísticos, así como la explotación de códigos sobre género y sexualidad, con la finalidad de vender su producto (Negus 2005: 82). No importa el mensaje que se desee hacer llegar al público o que las personas le atribuyan algún significado; se trata de vender y comercializar la producción musical más allá del impacto real que pueda tener. Se amplía el panorama cultural. La aparición del fonógrafo permitió que la música circulara de manera distinta y rápida a nivel geográfico y a nivel social. Hacia los años veinte comienza una distribución masiva en territorio estadounidense, incentivada por la visión empresarial de Ralph Peer, Polk Brockman y Frank Walker. La expansión no podía ser solamente territorial, sino que también es la época de lo que hemos denominado “cacería de las músicas nacionales” y cuya finalidad real era la expansión del catálogo de productos del sello discográfico. Ahora bien, precisamente en la era de la Gran Depresión (1929-1933) se expande el mercado discográfico y se consolidarán los géneros que han de ser explotados una y otra vez (Negus 2005: 105-106). Es indudable que si en medio de una economía deprimida se vendía un producto, había que seguir produciéndolo y, sobre todo, reinventándolo.

### **En busca del ensueño tropical: los pequeños sellos discográficos en Estados Unidos para la promoción de la música latina**

La industria musical de los Estados Unidos estaba expandiendo las audiencias de la música latina, y la misma comunidad latina no tenía conciencia de ello. Al mismo tiempo, compañías discográficas más pequeñas estaban en la búsqueda de espacios en el circuito cultural, el negocio de la música iba en expansión y, a pesar de ello, la difusión de la música tropical era dependiente de la infraestructura de la industria cultural estadounidense: radiotransmisión, puntos de

distribución, coberturas en medios impresos, uso del cine y la televisión, eran espacios que no estaban controlados por gestores y ejecutivos de origen latino.

En este sentido, las primeras incursiones de los latinos dentro de la industria del entretenimiento serán en Nueva York. Como ciudad-puerto, fungirá como puerta de entrada de miles de inmigrantes procedentes de todas partes del mundo. De acuerdo a Pacini Hernandez, la comunidad puertorriqueña hará las primeras incursiones dentro del vasto circuito del entretenimiento, siendo la principal razón de tipo político, pues a raíz de la incorporación de Puerto Rico como Estado Libre Asociado, los puertorriqueños comenzaron a poseer los mismos derechos que los ciudadanos estadounidenses. Aprovechando esta situación, empresarios boricuas invirtieron su capital en Nueva York en dirección a la música de su arraigo: lo tropical. La autora sintetiza la vida de Julio Roqué, dentista de profesión, quien en 1924 realizará un programa de música latina en la radio titulado Revista Roqué. Asimismo, los hermanos Victoria y Rafael Hernández, después de las típicas vicisitudes que caracterizan cualquier migración, abrirán en 1927 una tienda de discos en donde prevalecerá la música de origen caribeño, convirtiéndose en poco tiempo en punto de encuentro para la comunidad hispana. Además de la tienda de discos, los hermanos Hernández funcionaron como gestores y promotores de artistas y agrupaciones de música latina, siendo intermediarios entre estos y los ejecutivos de las casas discográficas (Pacini Hernandez 2010: 22).

Otro emprendedor de origen boricua será Gabriel Oller, quien abrirá una tienda de discos cerca de los Hernández en 1934. Oller no solamente se dedicó a la venta de productos discográficos, sino que además incursionó con su propia compañía discográfica denominada Dynasonic, con la cual grabaría pequeños conjuntos de música típica puertorriqueña. El alcance de esta compañía no iba más allá del vecindario de Nueva York, produciendo alrededor de doscientas copias por disco; sin embargo, Pacini Hernandez lo señala como pionero al apostar en la producción de artistas latinos (2010: 23).

<b>Año</b>	<b>Compañía</b>
1887	Columbia*
1916	Okeh*
	Brunswick
1929	RCA Victor*
	ARC*
1930	Melotone
1942	Capitol*
	Cowboy
1941	Gold Star
1943	King
1947	Corona
1948	Falcon
	Alamo
	Gaviota

¿1946-1949?	Del Valle
	Azteca
	Aguila
	Tri-Color
	Taxco
1948	Rio
1949	Imperial
1950	4 Stars
	Dot
	Sun
	Tennessee
1951	Essex
	Karl
	Sims
1952	Starday
1953	Gee
1955	Era
	Liberty
	Ram
1956	Colonial
1957	Roulette
	Longhorn
1958	Monument
	Warner Bros
1960	Chart
	Highland
	Plantation
1961	Holiday Inn
1962	Lamon
1963	Testament
1964	Curb
1965	Cotique
1968	Ranwood

**Cuadro 1.** Compañías discográficas en los Estados Unidos entre 1887 y 1968<sup>8</sup>.

<b>Año</b>	<b>Compañía</b>
1934	Dynasonic

<sup>8</sup> Elaborado a partir de Pacini Hernandez, Sanjek, Lynn y Hawthorne. Las compañías con asterisco abordaron géneros de la música tropical.

¿1940-1945?	Coda
	SMC <sup>9</sup>
1944	Seeco
1946	Ideal
1948	Tico Records
1956	Alegre Records

**Cuadro 2.** Sellos discográficos en Estados Unidos especializados en música tropical.

Durante la Segunda Guerra Mundial las compañías discográficas dejaron de interesarse en producir música tropical y fue entonces cuando algunos empresarios de origen judío decidieron invertir en la música caribeña. Es así como Sidney Siegel funda en 1944 el sello Seeco y George Goldner el sello Tico Records en 1948. En el caso de Siegel, ya había establecido una tienda de discos en El Barrio y tenía una comunicación directa con la comunidad puertorriqueña; sin embargo, su catálogo incluía una variedad de artistas de música tropical y música mexicana. Por lo general, las grabaciones eran realizadas en los países de origen de los músicos y excepcionalmente grababan en Nueva York<sup>10</sup>. Goldner estaba casado con una puertorriqueña y seguramente hizo que se sumergiera directamente en el proceso de grabación, edición y mezcla en busca de un sonido “verdaderamente tropical” (Pacini Hernandez 2010: 25). Este aspecto “sofisticado” es lo que permitirá un sonido de características comerciales y fáciles de digerir en la audiencia blanca estadounidense.

La compañía Seeco fue clave para dar a conocer a diversos artistas del mundo latino dentro de Estados Unidos y por ende, fuera de sus países de origen. Agrupaciones y artistas cubanos como el Trío Matamoros, Machito, la Sonora Matancera, Celia Cruz, Arsenio Rodríguez y el Trío Los Panchos de México. Por su parte, el sello Tico le brindará la oportunidad a Tito Puente. Serán justamente estos pequeños sellos los que se apropiarán durante un tiempo de la música tropical en los Estados Unidos; luego, algunos músicos –como Tito Puente– pasarían a ser artistas de sellos muchos más grandes como la RCA Victor (Pacini Hernandez 2010:26).

Entre 1946 y 1948, años de inicio de la actividad económica a nivel global después de la Segunda Guerra Mundial, hacia el sur de Estados Unidos se funda una diversidad de sellos discográficos cuya prioridad será producir música de origen hispano que excluye el repertorio de lo tropical, concentrándose en repertorios como corridos norteños y rancheras. Nombres como Corona, Alamo, Gaviota, Del Valle y Azteca, sugieren la onda raíz latina y la intrínseca relación con México<sup>11</sup>.

Posteriormente, abrirá Alegre Records con vistas a promover la música tropical. Fue fundada por el neoyorquino Al Santiago en 1956. En este caso, la era del mambo comienza su declive de forma gradual y Santiago seguirá un modelo de producción y promoción del sello

<sup>9</sup> Siglas de *Spanish Music Center*.

<sup>10</sup> Nótese que a pesar de ubicarnos entre 1945 y 1950, en los pequeños sellos discográficos aún se mantenía la práctica de grabar en el país de origen de los artistas, práctica que las grandes disqueras habían dejado de realizar por razones de rentabilidad y alto costo.

<sup>11</sup> Cfr. Cuadro 1. Compañías discográficas en los Estados Unidos entre 1887 y 1965.

cubano Panart, promocionando a quienes serían la nueva generación de músicos tropicales y que conformarán el nuevo género de la salsa: Jhonny Pacheco, Eddie y Charlie Palmieri y Willie Colón<sup>12</sup> (Pacini Hernandez 2010: 26).

Las ganancias de la música tropical en la era del mambo ofrecían un margen que en el caso de industrias pequeñas se medía alrededor de la venta de quinientos discos; en el caso de las grandes empresas, una venta exitosa giraba por los cien mil discos. El declive de la música tropical coincide con las manifestaciones artísticas del rock, el blues y la música pop, que obtenían ganancias millonarias debido a la venta de millones de discos, lo que hizo que inversionistas como Goldner<sup>13</sup> abrieran otros sellos con la intención de promover los nuevos géneros (Pacini Hernandez 2010: 23).

### **Hacia una genealogía de la industria discográfica en América Latina**

Como se ha comentado, las fuentes para obtener la información sobre las casas discográficas en América Latina es dispersa y en algunos casos imprecisa. El siguiente cuadro fue elaborado tomando como punto de partida los sellos discográficos que fueron emprendidos dentro del país, es decir, como empresa de origen nacional y no como sucursal de distribución de las grandes compañías estadounidenses.

<b>Año</b>	<b>Sello</b>	<b>País</b>
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	México
	Copacabana	Brasil
1950	Codiscos	Colombia
1954	Studio One	Jamaica
1957	Gema	Cuba
1958	Discos Orfeón	México
1959	Island Records	Jamaica
1960	Patria	Uruguay
	Asfona	Chile
	Gema Records	Puerto Rico
1962	Carumbí	Uruguay
	Arena	Chile
	Elenco	Brasil

<sup>12</sup> Nótese que todos nacieron en Nueva York salvo Pacheco. Los mismos conformarían la Fania All Stars.

<sup>13</sup> Goldner abrirá Gee Records en 1953 para promocionar el rock y el blues y en 1965 Cotique de música *boogaloo*. Cfr. Cuadro 1.

1964	EGREM	Cuba
	Fediscos	Ecuador
1965	Tonal	Uruguay
	Tuff Gong	Jamaica
1967	Magenta Discos	Argentina
	DICAP	Chile
1968	Upsetter Records	Jamaica
	Mandioca	Argentina

**Cuadro 3.** Sellos discográficos latinoamericanos por orden cronológico desde 1901 hasta 1968<sup>14</sup>.

El año de 1900 marca el inicio de la industria discográfica en América Latina fundándose en Brasil Casa Edison; posteriormente, en 1901 en Chile, el sello disquero Fonografía Artística. Este sello, fundado por Efraín Band, realizaría grabaciones de música popular chilena, adelantándose a la mirada comercial que los sellos discográficos norteamericanos harían hacia 1930<sup>15</sup>. Merece la pena destacar que a lo largo de estos casi setenta años, la industria discográfica está liderada en cuanto a número de empresas por Chile, México y Jamaica con cuatro sellos; seguida de cerca por Uruguay y Cuba con tres sellos; y Colombia y Argentina con dos sellos discográficos. Algunos de estos sellos fueron pioneros en editar las carátulas en lengua castellana e insertar dentro del mercado cultural a artistas como The Beatles, como fue el caso de Discos Musart, quienes lo hicieron para el mercado latinoamericano antes que la empresa matriz Capitol Records. En el caso de Chile, los sellos discográficos se van a concentrar en la producción y elaboración de artistas de música de protesta. Cuba y México llevarán la batuta dentro del mercado de la música tropical. El sello discográfico Gema, fundado en 1957 en Cuba, se refundará en Puerto Rico en 1960 a raíz de la instauración de la Revolución cubana en 1959.

El número de sellos discográficos en Jamaica<sup>16</sup> se justifica al revisar el contexto histórico que vivirá la sociedad británica en el período de la postguerra. El Reino Unido comienza un proceso de reconstrucción tras la Segunda Guerra Mundial, trayendo de suyo la migración de una importante masa de individuos hacia los Estados Unidos y hacia las islas que pertenecieron a la colonia británica y en donde, por razones obvias, el idioma inglés predominaba. Es así como se fundan en Jamaica compañías discográficas que grabarán estilos característicos de la región como el calipso y posteriormente, a raíz de la influencia en la radio del rhythm'n' blues, se irá desarrollando el reggae, género que alcanza popularidad en Gran Bretaña, el cual se comenzará a producir como el sonido característico de Jamaica. Esta música consigue un espacio dentro de la audiencia británica, deviniendo el elemento identitario de la cultura jamaicana a nivel musical y, posteriormente, internacionalizándose a partir de los años sesenta, a raíz de su legitimación por parte de la audiencia británica (Moore 2012: 154-155).

La industria musical establecerá una categoría y por lo tanto, un segmento del mercado al

<sup>14</sup> Elaboración propia a partir de diversas fuentes.

<sup>15</sup> En <http://www.mnhn.cl/613/w3-article-63191.html> [consulta: 12 de octubre de 2017].

<sup>16</sup> Cfr. Cuadro 2.

cual se dirigiría las producciones de este género. Una “audiencia natural” podría adquirir las producciones de la música tropical, pero al mismo tiempo se irá ensanchando el público que lo asimilará dentro de sus prácticas (Pacini Hernandez 2010:13). Y es que la música tropical de mediados del siglo XX ofrece una peculiaridad: es una música que pertenece a un ámbito cultural completamente ajeno en el cual se desarrolla y extiende sus influencias, pero sobre todo, el proceso de hibridación que se venía presentando desde la época colonial, será parte de su identidad estilística y el factor esencial para su explotación comercial.

La industria de la música popular se orientará a distintos públicos y en especial, lo que se ha denominado la “industria de la música latina” se presenta como una estructura férrea que posee sus diversos elementos que la conectan con sus “raíces” latinas. Pacini Hernandez critica esta apreciación pues la mayoría de los intérpretes que se consolidan a lo largo del tiempo no son exclusivamente latinos (2010: 16). La autora hace referencia al intrincado mundo de la producción musical: técnicos, productores, ingenieros de sonido, diseñadores y publicistas no necesariamente son latinos. En este sentido, se trata de comprender que la cadena de comercialización posee múltiples eslabones de distintas nacionalidades con un solo fin: la comercialización de la música caribeña. En el caso de las grandes bandas y su desenvolvimiento alrededor de la música tropical, nos hallamos frente al hecho de que las primeras propulsoras de los géneros latinos fueron sellos discográficos norteamericanos. Asimismo, las agrupaciones de música tropical dirigidas por directores como Eric Madriguera o Xavier Cugat –ambos catalanes–, son una demostración de la conversión del género tropical como un producto de fabricación comercial y de fácil puesta en circulación dentro del mercado cultural norteamericano. La música tropical se mantiene de la industria por un soporte que va mucho más allá de los meros conflictos raciales o de origen étnico; es ante todo un artículo comercial que se construye, distribuye y vende en una intrincada red, en donde lo tropical o lo latino es simplemente su carta de presentación (Pacini Hernandez 2010: 16).

## Conclusiones

El proceso de grabación y edición de un disco está íntimamente relacionado con la industria en el sentido amplio del término. Como tal, este fenómeno comercial y de relaciones laborales amplía su espectro dentro de los países con economías de avanzada y apuesta por el mundo tecnológico. Es así que desde un inicio serán Estados Unidos y Gran Bretaña los dos principales centros de desarrollo de la tecnología de la grabación. Este aspecto es esencial motivado a que las repercusiones estilísticas y culturales de la música tropical dentro de América Latina son construidas y elaboradas a partir de la fabricación dentro de los Estados Unidos, y no al contrario, como cabría suponer.

El inicio del siglo XX está marcado por la aparición de artilugios tecnológicos que gradualmente se convertirán en herramientas fundamentales de la industria del entretenimiento y de uso cotidiano en la vida doméstica. La aparición de la radio y la producción discográfica masiva se convertirán en bienes y servicios de fácil adquisición para la clase burguesa entre los años 1900 a 1920. En este periodo nos encontramos frente al apuntalamiento de las mejoras técnicas de estos artefactos aunados a la gradual estilización de los géneros tropicales. Este



proceso se consolidará especialmente entre los años cuarenta y cincuenta del siglo XX, debido al desarrollo del sonido y la imagen en la industria discográfica, en donde países como México y Argentina lograrán establecer una industria pujante en términos económicos y constante a nivel de producción; el corredor interterritorial entre las ciudades de La Habana, México DF, Río de Janeiro y Nueva York, permitirá un increíble intercambio tecnológico y artístico en la consolidación de los géneros tropicales. Igualmente, hacia Estados Unidos se produce un flujo migratorio de dominicanos, puertorriqueños y cubanos que permitirá la presencia de músicos caribeños en la Gran Manzana; en este período se consolidan la radio y la industria discográfica como difusora de estos repertorios.

Es incuestionable el impacto que tuvo el desarrollo de la producción musical en la percepción y consumo de la música. No fue solamente un impacto en el cambio de las prácticas y tradiciones musicales en donde la sala de conciertos o la adquisición y ejecución de la partitura eran las principales fuentes de reproducción sonora; junto a ello, las distintas músicas populares que tenían su praxis en la vida urbana y rural pasarían a consumirse de forma gradual en el nuevo contexto que ofrecía la primera postguerra del siglo XX.

En Nueva York se hallarán los centros de grabación más importantes de Estados Unidos y allí, desde los años treinta hasta mediados de los sesentas sellos discográficos como RCA Victor y Columbia Records tendrán su centro de operaciones. Asimismo, será en Nueva York el asentamiento latino conocido como El Barrio, donde emprendedores puertorriqueños abrirán tiendas de discos y pequeños sellos discográficos de los cuales saldrán destacadas figuras del mundo de la música tropical.

La música tropical se consolida a partir de la apropiación mercantil que se realiza dentro de los Estados Unidos, su implantación con códigos específicos dentro de la sociedad estadounidense de la época, esto aunado al respaldo por parte de las políticas del Estado Americano. Frente al poder hegemónico de la industria cultural a nivel mercantil y su impacto cultural, los países periféricos –como lo son para el período en estudio, todos los países latinoamericanos–, no tienen otra salida que la asimilación de estos repertorios que por su instrumentación, ritmo y cadencias sintieron como propios desde un inicio. Las grandes corporaciones discográficas no sólo recorrerán el continente americano en busca de los talentos que se han de vender dentro del mercado norteamericano, sino que al mismo tiempo, abrirán sucursales de distribución dentro de América Latina con la intención de vender y distribuir sus productos. La música tropical, en cualquiera de sus manifestaciones estilísticas se convirtió en un elemento cotidiano de la sociedad norteamericana de mediados del siglo XX, y como sociedad americana hacemos la referencia a todo el ámbito geográfico que va desde el Canadá a la Patagonia, incluyendo el Caribe e incluso zonas aparentemente desvinculadas como Las Islas Galápagos o Hawaii. Este fenómeno se produce gracias a la radio y a la industria discográfica que hallaron en la música tropical la posibilidad de crear y elaborar en serie un producto de consumo masivo.

Las manifestaciones musicales de carácter vernáculo eran más populares pero marcaban un estatus social marginal dentro del mismo contexto latinoamericano. En un principio las manifestaciones afrocaribeñas no fueron consideradas como material digno de ser grabado, no

sólo por el estigma de fenómeno marginal, sino porque entre otras causas estaban las condiciones donde la música se ejecutaba, bien sea que se hicieran al aire libre o en las salas de baile, que solían estar en condiciones pocas favorables. Con el auge de la música tropical, especialmente a principios de los años treinta, las industrias discográficas prefirieron trasladar a estos artistas a la ciudad de Nueva York para trabajar directamente en sus estudios. Se lograba con esto varios propósitos: destaca la posibilidad de tener todas las condiciones de trabajo controladas por los técnicos e ingenieros de grabación; además, al tener a los artistas en los Estados Unidos era más fácil elaborar un plan de trabajo que incluyera giras, apariciones en el cine, conciertos radiotransmitidos y a la llegada de la televisión, su aparición en la pantalla chica. El desarrollo industrial de la música tropical sería gracias a la industria norteamericana del entretenimiento. La música latina tiene cromosomas gringos dentro de su ADN.

### Bibliografía

- Araujo Duarte, Heloísa de. 1999. *Os Cantos da vos: entre o ruído e o silêncio*. Sao Paulo: Annablume.
- \_\_\_\_\_. 2012. “A cancao italiana, na cidade de Sao Paulo: memoria e nomadismo”, *Actas del XXII Congresso da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música*, João Pessoa.
- Arce, Julio. 2011. “El micrófono desmemoriado y los discos inolvidables. Apuntes sobre los archivos sonoros en la radio española”. <https://ucm.academia.edu/JulioArce> [consulta: 29 de agosto de 2017].
- Arenillas Meléndez, Sara. 2016. “Reseña de la tesis doctoral: “La figura del productor musical en España. Propuestas metodológicas para un análisis musicológico” de Marco Antonio Juan de Dios”. *Cuadernos de Etnomusicología* (7): 22-23.
- Astor, Miguel. 2008. “Los ojos de Sojo: el conflicto entre nacionalismo y modernidad en los festivales de música de Caracas (1954-1964)”. Tesis doctoral, Universidad Central de Venezuela.
- Bottaro, Francisco. 1995. “Música popular y clases sociales: el caso venezolano: años 40”. *Caravelle, Les cultures populaires en Amérique Latine* (65): 159-170.
- Colmenares, Adriana; Consuelo Ramos y Juan Francisco Sans. 2003. “Análisis de la discografía venezolana en música académica a través del método musicométrico”. *Escritos en arte, estética y cultura. III Etapa* 17-18: 211-230. Caracas: Universidad Central de Venezuela.
- Díaz Díaz, Edgardo. 2008. “Danza antillana, conjunto militares, nacionalismo musical e identidad dominicana: retomando los pasos perdidos del merengue”. *Revista de música latinoamericana* 29 (2): 232-262.
- Fernández López Farías, Raphael y Heloísa de Araujo Duarte Valente. 2016. “O sambolero, e a cancao mediática no radio dos 1940 a 1950”, *Actas del XXVI Congresso da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Música*, Belo Horizonte.
- Frith, Simon y Simon Zagorsky-Thomas. 2012. *The Art of Record Production: An Introductory*

*Reader for a New Academic Field*. Farnham: Ashgate.

- González, Juan Pablo. 2010. “Música popular urbana en la América Latina del siglo XX”. En Recasens, Albert y Christian Spencer Espinosa (eds.) *A tres bandas: mestizaje, sincretismo e hibridación en el espacio sonoro iberoamericano*, pp. 205-217. Madrid: Akal.
- Hernández, Grisel y Liliana Casanella. 2008. “El chachachá. De Cuba al mundo”. *Actas del VIII Congreso de la Asociación Internacional para el Estudio de la Música Popular Rama Latinoamericana*, pp. 89-99. Lima.
- Juan de Dios Cuartas, Marco Antonio. 2016. “La figura del productor musical en España. Propuestas metodológicas para un análisis musicológico”. Tesis doctoral. Universidad de Oviedo.
- Moore, Allan F. 2012. *Song Means: Analyzing and Interpreting Recorded Popular Song*. New York: Ashgate.
- Negus, Keith. 2005. *Los géneros musicales y la cultura de las multinacionales*. Barcelona: Paidós.
- Pacini Hernandez, Deborah. 2010. *Oye como va! Hybridity and Identity in Latino Popular Music*. Philadelphia: Temple University Press.
- Pérez Sánchez, Alfonso. 2013. “Líneas de investigación, fuentes y recursos en relación con la grabación sonora”. *Trans-Revista transcultural de música* 17: 2-41.
- Quintero Rivera, Ángel G. 2007. “Migration, Ethnicity, and Interactions between the United States and Hispanic Caribbean Popular Culture”. *Latin American Perspectives* 34 (1): 83-93.
- Stonor Saunders, Frances. 2001. *La CIA y la guerra fría cultural*. Madrid: Debate.
- Wolff, Janet. 1997. *La producción social del arte*. Madrid: Istmo.



### **Biografía / Biografia / Biography**

Luis Pérez Valero es compositor, musicólogo, director de orquesta y productor musical. Máster universitario en música española e hispanoamericana (Universidad Complutense de Madrid, 2012); Magister en música (Universidad Simón Bolívar, 2009); Licenciado en música mención composición (Instituto Universitario de Estudios Musicales-UNEARTE, 2005). Sus investigaciones giran entre el análisis de la música popular, la producción musical, estética de la grabación, entre otros. Es director y fundador del proyecto 0,02 música vocal contemporánea. Realizó residencias artísticas en el Centro Nacional de las Artes y Escuela Superior de Música (México DF) y en la Asociación Francesa de Acción Artística de Ciudad de las Artes (París). Ha publicado artículos de investigación en musicología y en artes en las revistas en línea *Síneris* (Madrid) y *Músicaenclave* de la Sociedad venezolana de musicología, así como en el libro *Debates sobre investigación en artes* (2017). Su música es publicada y distribuida en Estados Unidos por la editorial Cayambis Music Press. Actualmente es docente de la Escuela de Artes Sonoras de la Universidad de las Artes del Ecuador en donde se desempeña en el Departamento

de Producción Musical como docente e investigador donde dicta el seminario Análisis de la música popular: de la contradanza al reguetón.

---

**Cómo citar / Como citar / How to cite**

Pérez Valero, Luis. 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. <http://ppct.caicyt.gov.ar/index.php/oidopensante> [Consulta: FECHA].