

ESTABLECIMIENTO Y CONSOLIDACIÓN DE LA INDUSTRIA DEL DISCO EN COLOMBIA ENTRE LAS DÉCADAS DEL CINCUENTA Y EL SESENTA: ECONOMÍA, INDUSTRIA CULTURAL Y CREATIVIDAD MUSICAL^{1*}

Establishment and consolidation of the record industry in Colombia in the 1950s and 1960s: economy, cultural industry and musical creativity

Dra. Carolina Santamaría-Delgado

Ph. D. en Etnomusicología. Docente Departamento de Música. Facultad de Artes.
Universidad de Antioquia

Resumen

Entre 1950 y 1980 la grabación de discos fonográficos fue un sector muy dinámico de la industria cultural colombiana. Pese a que aún se preserva una gran cantidad de discos en diferentes formatos, es difícil tener una apreciación completa de las características de la producción fonográfica debido a la dificultad para acceder a archivos de las disqueras. Este artículo presenta avances de un proyecto de investigación que recolecta datos de prensa de la época. A través del análisis de este material y de otras fuentes primarias alternas, se describe una panorámica histórica general del establecimiento del negocio discográfico en el país y el proceso de consolidación de la industria, así como de algunas de sus lógicas de funcionamiento y estimaciones sobre su producción.

Palabras clave: disqueras, industria cultural colombiana, industria discográfica, mercado discográfico, música popular.

^{1*} Este artículo es un resultado parcial del proyecto de investigación *Indagaciones sobre la industria cultural antioqueña: la industria fonográfica en Medellín, 1958-1968*, financiado por el Comité para el Desarrollo de la Investigación (CODI) de la Universidad de Antioquia. El equipo de investigación está conformado por Carolina Santamaría-Delgado (investigadora principal), Juan Sebastián Ochoa Escobar, Federico Ochoa Escobar y Amparo Álvarez García (coinvestigadores) y Juan Pablo Castaño Vélez (estudiante de pregrado en formación).

Abstract

Between 1950 and 1980, phonographic recording represented a very dynamic sector in the Colombian cultural industry. Even though numerous and well preserved record collections endure until now, it is still difficult to understand record production as a whole due to difficulties in getting access to the archives held at phonographic companies. This paper presents some preliminary results of a research project focused on collecting data from newspapers; through the analysis of this material and of other alternative primary sources, it describes a general historical overview of the beginnings of the record business in the country, its early years, as well as the logics behind the operation and some estimations about the size of its production.

Keywords: Recording industry, Colombian cultural industry, record companies, popular music, phonographic market.

Introducción

Entre las décadas de 1950 y 1980 Medellín fue el epicentro del desarrollo de la industria discográfica colombiana, un sector económico que prosperó a la par con el desarrollo de otras industrias del entretenimiento y la cultura masiva como la radio comercial. La industria del disco tuvo un fuerte impacto no solo a nivel nacional sino también latinoamericano, ya que los discos, producidos principalmente en Medellín pero también en otras ciudades del país, divulgaron por el continente repertorios que hoy pueden ser considerados como un importante patrimonio sonoro de la música popular colombiana. El establecimiento de las disqueras tuvo conexiones importantes con el negocio de la radio comercial, un sector que tuvo gran auge por ubicarse en una ciudad que poseía una gran actividad económica construida alrededor de grandes inversiones privadas para el desarrollo industrial. Desde los años treinta las grandes empresas textiles como Coltejer y Fabricato comenzaron a invertir recursos en la radiodifusión con la intención de que esta sirviera como plataforma para la difusión comercial de sus productos. No obstante, no fue sino hasta finales de los cuarenta cuando algunos individuos asociados a la radio y al negocio de la importación de discos incursionaron en la producción de nuevos contenidos musicales para impulsar el desarrollo de una industria discográfica local. La producción de disqueras ubicadas en Medellín como Discos Fuentes, Sonolux, Ondina, Codiscos y Silver surtió el mercado local con diversos tipos de repertorio como música tropical, bambucos y boleros, rancheras, música parrandera y tangos, entre otros.

A pesar del impacto nacional e internacional que tuvo la producción de música popular de las disqueras colombianas, hasta el momento ha resultado muy difícil construir una historia de la producción discográfica nacional, en parte debido a la ausencia o al acceso limitado que podemos tener a los archivos empresariales legados por las disqueras. Analizar la producción requiere, en muchos casos, una catalogación de fuentes primarias recolectadas en el punto de inicio de la cadena productiva. Es el caso de estudios como la discografía de “grabaciones étnicas” producidas en Estados Unidos por varios sellos, compilada por Richard Spottswood (1990) y la discografía elaborada por Laird (2001) sobre grabaciones del sello discográfico Brunswick. Otro ejemplo es la base de datos digital del *Discography of American Historical Recordings* que está en construcción en la biblioteca de la University of California Santa Barbara.² En estos tres proyectos los investigadores tuvieron acceso a datos tomados directamente de archivos de disqueras centradas en Estados Unidos como RCA Victor, Columbia, Brunswick y Berliner, entre otras. Frente a las escasas opciones que existen para hacer ese tipo de análisis en el caso de las disqueras colombianas, una indagación sobre la producción discográfica debe acudir a la recolección de otro tipo de fuentes primarias como las secciones de radio y espectáculos publicadas en la prensa de la época.

El proyecto de investigación del cual se deriva este artículo comenzó con un trabajo de revisión de archivo de periódicos en el marco de la investigación de una tesis de doctorado. Juan Sebastián Ochoa, uno de los coinvestigadores de este proyecto, estaba buscando datos sobre la música tropical producida en Medellín en la década de los sesenta. En el rastreo de noticias publicadas en el periódico *El Colombiano* de Medellín, encontró la columna diaria de Carlos E. Serna S., en la que se comentaban las noticias de actualidad de la radio y de los discos que se lanzaban al mercado, usando un formato muy ágil de párrafos cortos que trataban múltiples temas con un lenguaje fresco e informal.³ Dado el potencial que presentaba para entender las dinámicas de la industria de la música en Medellín, se concibió la idea de analizar la fuente hasta mediados de los sesenta. A partir de una primera aproximación a esta, el presente artículo elabora una panorámica histórica del establecimiento y primeros años de la industria discográfica en Colombia, así como de algunas de sus lógicas de funcionamiento. Para esta reconstrucción histórica se han reunido otros datos de fuentes secundarias centradas en el tema de la música

2 Véase la información completa del proyecto en <http://adp.library.ucsb.edu/index.php>

3 La columna “En la radio” —más tarde titulada “Por la radio”— era una sección muy popular entre los lectores del periódico *paisa*, y apareció día a día desde mediados de 1958 hasta mediados de la década de los ochenta. El primer autor de la columna, apenas entre mayo y septiembre de 1958, fue el periodista Gabriel Cuartas Franco, quien se retiró solo unos meses después de iniciarla para atender sus múltiples compromisos como jefe de relaciones públicas de Sonolux.

popular colombiana, así como datos extractados de anuarios estadísticos de la época.

La primera sección de este texto comienza con una discusión teórica alrededor de la definición de *industria discográfica* y las implicaciones que tiene el término para este estudio, para luego entrar en una contextualización histórica del negocio de los discos en el ámbito internacional que enmarca el surgimiento de la industria en Colombia. En la segunda sección se hará referencia al contexto económico y social que favoreció la instauración de disqueras y al tipo de empresas que se constituyeron en el país. Posteriormente se describirán el tipo de redes que se establecieron entre las disqueras colombianas y sus contrapartes extranjeras, para concluir con una última sección centrada en una valoración aproximada del tamaño del negocio en los primeros años de la década de los sesenta.

El contexto del negocio discográfico a nivel mundial en las décadas de los cincuenta y los sesenta

Algunas de las discusiones más recientes acerca del desarrollo del negocio de producir discos hacen hincapié en que es necesario diferenciar los términos *industria discográfica* e *industria musical*. De manera provocadora, los investigadores John Williamson y Martin Cloonan llegaron a afirmar que la industria musical no existe —y que si existe no importa—, para resaltar su argumento: es inadecuado hablar de industria musical, en singular, para entender y analizar los complejos ámbitos económicos y políticos en los que se mueve la música (Williamson y Cloonan, 2007, 2013). En vista de los cambios abruptos en los que se ha visto envuelto el sector en el siglo XXI, cada vez es más claro que la industria discográfica es apenas uno de los segmentos de la enorme y variopinta actividad económica que se desenvuelve alrededor del negocio de la música. Si bien es cierto que fue el sector predominante en este campo durante prácticamente todo el siglo XX, desde la década los noventa hasta nuestros días ha ido perdiendo terreno frente a otros segmentos como la producción de espectáculos, la venta de entradas a conciertos, la administración de derechos de autor y las editoriales de música. Desde este punto de vista, no sería exagerado decir que la industria fonográfica como tal es materia del pasado, y que las actuales *majors* (Universal, Sony, Warner y EMI) son en realidad enormes corporaciones de entretenimiento masivo con intereses, prácticas y maneras de operar radicalmente diferentes a las de las antiguas disqueras.

El argumento de Williamson y Cloonan señala un punto fundamental para la discusión: no hay, ni nunca hubo, una industria musical homogénea. Por lo tanto, toda discusión sobre las diversas particularidades que pueden tener las industrias de la música, incluyendo entre ellas a la industria discográfica, necesita focalizarse sobre épocas y lugares determinados. Este razonamiento ha llevado a que los investigadores comiencen a reflexionar sobre la evolución histórica que han tenido las industrias discográficas dentro de mercados nacionales específicos alrededor del mundo, en un esfuerzo por entender su heterogeneidad (Marshall, 2013). No obstante, y sin entrar en contradicción con tal premisa, para mirar en detalle los casos particulares es necesario partir de una mirada global del desarrollo de esas industrias, para considerar ciertos acontecimientos que moldearon la historia del siglo xx, como los periodos de auge o depresión económica, las guerras y los cambios tecnológicos, entre otros. Dado que la consolidación de la industria discográfica en Colombia data de la segunda mitad del siglo xx, en esta sección se observarán principalmente aquellos sucesos internacionales que lo antecedieron y dieron pie a que se formaran las condiciones necesarias para su aparición.

Alrededor del mundo, la década del cuarenta fue una época marcada por la segunda guerra mundial. La destrucción de ciudades, comunidades humanas e infraestructura económica a lo largo de Europa afectó enormemente su capacidad para producir cualquier tipo de bienes culturales, entre ellos las grabaciones discográficas. Estados Unidos, por su parte, entró más tarde a la guerra y aunque la industria norteamericana del entretenimiento tuvo dificultades para acceder a la materia prima en tiempos de guerra, pudo expandirse incluso durante los momentos más duros de la contienda, gracias a su utilidad como medio de propaganda antinazi. Las industrias culturales de otros países americanos que no participaron en la guerra europea también se vieron directa e indirectamente afectadas por las dinámicas creadas por esta, como sucedió, por ejemplo, con el crecimiento de la industria cinematográfica en México. Durante la llamada “Época de oro del cine mexicano” (1936-1959), la industria fílmica de ese país se convirtió en el centro de la producción de películas de habla hispana, difundiendo la cultura y la música producida en México por toda América Latina. Las películas, los discos y la radio introdujeron expectativas de consumo cultural entre varios segmentos de la población latinoamericana que rápidamente se convirtieron en audiencias ávidas de participar en el nuevo mercado masivo de bienes culturales.

Ya en el periodo de la posguerra, los años cincuenta significaron un momento de ruptura para la industria fonográfica centrada en Europa y Estados Unidos, puesto que fue un periodo que a la vez presentó signos

tanto de expansión como de crisis. Se produjeron cambios tecnológicos importantes que modificaron los soportes de comercialización de las grabaciones, como el lanzamiento casi simultáneo, entre 1948 y 1949, de los discos sencillos de 45 r. p. m. de RCA Victor y los discos de larga duración de 33 r. p. m. por parte de CBS. Por otro lado, nuevos competidores “independientes” entraron al mercado de la grabación y producción de discos, ampliando y diversificando la oferta de nuevos estilos y repertorios, lo que algunos han llamado una primera *indies revolution* (Laing, 2013). A su vez, la expansión económica de la posguerra tomó por sorpresa a grandes compañías en Estados Unidos como RCA Victor, Columbia, Decca y Capitol, que en los cincuenta también tuvieron que lidiar con otras transformaciones en la oferta cultural de su mercado interno, como el surgimiento e introducción masiva de la televisión y la entrada de los estudios de cine al negocio de la producción musical (Vicente, 2014). La conjunción de todos estos elementos abrió grandes posibilidades para implementar nuevos negocios en países de la periferia como Colombia.

El surgimiento de la industria discográfica en Colombia

Para finales de la década de los cuarenta, se comenzaba a vislumbrar el gran potencial de crecimiento del mercado discográfico colombiano. En términos poblacionales, Colombia era el cuarto mercado más grande de la región, solo superado en tamaño por Brasil, México y Argentina, y era el único de estos grandes mercados que no poseía una infraestructura local para producir discos fonográficos. Los dos últimos eran ya potencias en la producción cultural dentro del mundo hispanohablante, y para mediados de siglo, junto con Chile, suministraban la mayor parte de los discos de vinilo que circulaban comercialmente por el resto de países de la región. En Colombia, el mercado consumidor de grabaciones fonográficas venía creciendo progresivamente desde inicios del siglo. De acuerdo con los datos que suministra Pekka Gronow, para 1929 Colombia importaba, principalmente de Estados Unidos, alrededor de un millón de discos al año (Gronow, 1983, p. 62). En los años 30, la fuente de suministro de discos para el mercado colombiano se desplazó de Estados Unidos hacia México, Argentina y Chile, pero resulta difícil establecer con certeza cuál era el volumen de las importaciones que llegaban de estos países a lo largo de la década de los cuarenta. No obstante, contamos con abundante evidencia empírica que demuestra la amplia disponibilidad de grabaciones en el mercado y la importancia que fue adquiriendo en la sociedad colombiana el consumo de música grabada. Tal incidencia puede rastrearse en episodios históricos ya antes descritos, como la polémica que se creó entre grupos

de músicos populares y académicos en Bogotá y Medellín alrededor de las primeras grabaciones de “música nacional” (Cortés Polanía, 2004; Santamaría-Delgado, 2014).

Si bien la historia de la grabación fonográfica en Colombia comienza con la creación de Discos Fuentes en Cartagena en 1934, el establecimiento de la producción masiva de discos se dio apenas a finales de la década de los cuarenta. Los primeros discos que grabó Antonio Fuentes en el comedor de su casa en el barrio Bocagrande a mediados de la década fueron más bien grabaciones de corte experimental y limitada circulación comercial; las actividades económicas de su familia estaban concentradas en la empresa farmacéutica y en la radiodifusión, mientras que la grabación fonográfica era más bien un pasatiempo con el cual don Antonio se daba gusto explorando las posibilidades de la nueva tecnología. El primer disco prensado en el país por Discos Fuentes data apenas de 1945 (Peláez y Jaramillo, 1996), es decir, apareció en el mercado más de diez años después de haberse realizado aquellas primeras pruebas.

El crecimiento de la economía colombiana y la expansión del mercado interno a finales de la década de los cuarenta llevaron a varios empresarios locales a lanzarse a crear sus fábricas y sus propios sellos discográficos. Además de contar con la tecnología y el capital, otras circunstancias de la situación macroeconómica favorecieron el surgimiento de la producción discográfica nacional. Como lo explica Héctor Rendón (2009, p. 85), las medidas proteccionistas que implementó en esos años el gobierno colombiano para proteger la industria activaron la producción de bienes intermedios, lo que dio cabida a la creación de fábricas de discos. Si bien hacia finales de los cincuenta el negocio de comerciar discos extranjeros seguía siendo rentable, los productos importados tenían que pagar unos impuestos muy altos que encarecían mucho los precios de venta al público. Esto animó a algunos empresarios locales inmersos en el negocio de la venta de discos a establecer fábricas que pudieran competir ofreciendo precios mucho más económicos. De esta manera, el pasatiempo de Toño Fuentes a mediados de los años treinta se convirtió, al finalizar la década de los cuarenta, en una actividad con gran potencial económico, y en el curso de un poco más de un año se fundaron varios sellos importantes como Tropical (Barranquilla, 1949), Silver (Medellín, 1949), Sonolux (Medellín, 1949), Atlantic (Barranquilla, 1949), Zeida/Codiscos (Medellín, 1950) y Vergara (Bogotá, 1950).⁴

4 Las fechas de establecimiento de las disqueras fueron tomadas de varias fuentes consultadas, entre las cuales existen algunas discrepancias. A continuación se enumeran las fuentes de donde se tomaron los datos incluidos aquí que parecen históricamente ser los más precisos: Silver, Sonolux y Zeida/Codiscos (Restrepo Gil, 2012), Vergara y Atlantic (Wade, 2002), Tropical (González Henríquez, 2009). Entre las mayores discrepancias se encuentra el dato de la fecha de fundación de Tropical, que Peláez y Jaramillo (1996) sitúan en 1945, mientras

La diferencia de precios se acentuó a partir de 1951, cuando el gobierno revisó todo el sistema de control de cambios y las restricciones a las importaciones, para determinar una lista de productos cuya importación quedaba prohibida porque se consideraban bienes de lujo o porque ya se producían localmente (García García, López, Montes y Esguerra, 2014). Los discos de vinilo quedaron dentro de la lista de productos que se prohibía importar, y la entrada en vigencia de la nueva regulación y la devaluación del peso originaron un desbalance que creó gran inquietud entre empresarios y comerciantes de discos. La coyuntura obligó a los nuevos industriales a implementar estrategias para competir entre ellos, por ejemplo, abaratando aún más los precios de venta al público de sus productos. La conjunción de eventos entre 1949 y 1951 desencadenó una rivalidad comercial que Hernán Restrepo Duque calificaba como una “guerra de los discos” entre empresarios de Medellín, Bogotá, Barranquilla y Cartagena (Restrepo Duque, 1951).

Esta sucinta descripción de las dinámicas de oferta y demanda de los primeros años de la industria hace evidente que los empresarios que irrumpieron en el negocio de la producción discográfica provenían principalmente de un sector económico que venía ocupándose desde varios años atrás de la comercialización de discos. Entre los nuevos empresarios había agentes importadores -como Julio y José Ramírez Johns, agentes de Odeón y Columbia y fundadores de Discos Silver, y la familia de Bedout, agentes de RCA Victor desde la década de los treinta y quienes en 1963 adquirieron Sonolux-, agentes comerciales de otros sellos discográficos locales -como fue el caso de uno de los fundadores de Sonolux, Antonio Botero Peláez, agente de Discos Fuentes en Medellín-, dueños de discotiempos -como el fundador de Codiscos, Alfredo Díez Montoya, quien además era yerno de uno de los Ramírez Johns, y como los hermanos Cardona, fundadores de Discos Victoria en 1964- y personas con formación como ingenieros o técnicos de radiodifusión -como Emilio Fortou, fundador de Discos Tropical, que era ingeniero eléctrico especializado en comunicaciones-.⁵ No se trataba por tanto de grandes capitalistas o dueños de medios de comunicación, sino de comerciantes y profesionales de clase media o media-alta que buscaban impulsar nuevas oportunidades de negocio dentro de sus operaciones comerciales habituales. Es de notar también que en las disqueras de Medellín hubo

que para Portaccio Fontalvo (2004) la instauración de la compañía data de 1946. Si bien este último ofrece un dato que parece convincente para señalar ese año como fecha de inicio —la publicación de una canción de Bovea y sus Vallenatos referente a los disturbios en Barranquilla el 9 de abril de 1948—, aquí se da prelación al dato aportado por González Henríquez, puesto que se originó en una entrevista personal que realizó el investigador con Emilio Fortou, fundador de la disquera.

5 Para verificar los datos sobre los empresarios dueños de Silver, véase Arias Calle (2011); de Sonolux y Zeida, Wade (2002), y Tropical, González Henríquez (2009).

una clara preponderancia de las empresas familiares -los hermanos Díez Montoya, los hermanos Cardona, los hermanos Ramírez Johns, la familia de Bedout-, un tipo de organización económica y social que ha sido predominante en el desarrollo industrial de Antioquia.

Redes y conexiones: los convenios y licencias

El reto que debieron enfrentar los empresarios locales fue decidir hasta qué punto debían dedicarse a prensar discos a través de licenciamientos de matrices grabadas en el exterior y pertenecientes a disqueras internacionales, o si por el contrario debían arriesgarse a producir nuevos contenidos. La decisión, en casi todos los casos, fue la de mantener cierto balance a través de un catálogo variado que mezclara contenidos propios y contenidos licenciados, si bien algunos como Discos Fuentes y Tropical se destacaron por mantener líneas muy fuertes de producción de nuevos contenidos basadas principalmente en repertorios musicales del Caribe colombiano. Otras empresas siguieron la misma estrategia pero a través de la creación de sub sellos especializados en esos repertorios en la década de 1960, como fue el caso del sello Costeño de Codiscos y el sello Caliente de Sonolux.

Para poder hacerse una idea del balance entre contenidos licenciados y contenidos propios, es necesario comenzar a reconstruir la compleja red de relaciones comerciales tejidas entre las disqueras colombianas y sus pares en Estados Unidos y otros países latinoamericanos. Tal ejercicio de rastreo ha representado todo un reto en esta investigación; al no contar con información precisa sobre los contratos que haya podido tomarse de los archivos de la industria, ha sido necesario acudir a los datos mencionados por Carlos Serna en *El Colombiano* y a la información que se encuentra dispersa en las carátulas de los discos. La reconstrucción de la red de conexiones ha mostrado múltiples tipos de vínculos, pues si bien existieron convenios de larga data entre empresas locales y grandes disqueras, podría decirse que en términos generales prevalecía cierta caótica promiscuidad en la manera como se establecían y se mantenían esas relaciones a través del tiempo. La figura 1 muestra una red esquemática que ha sido simplificada para que sea de fácil lectura, en la que se muestran las conexiones entre algunas de las disqueras locales más grandes y activas con empresas internacionales a lo largo de los tempranos años cincuenta y mediados de la década del sesenta. Los círculos en amarillo muestran las empresas colombianas que tenían su base en Medellín, mientras que en verde aparece la empresa Tropical, que

tenía sus oficinas principales en Barranquilla. Se incluye esta última como base de comparación con las disqueras de Medellín, y porque, según Peter Wade (2002), a partir de los años cincuenta la empresa incursionó con fuerza en el negocio de licencias internacionales gracias a que contaba con una amplia base de máquinas de prensaje, lo que la hacía uno de los grandes competidores en el mercado nacional (p. 196).

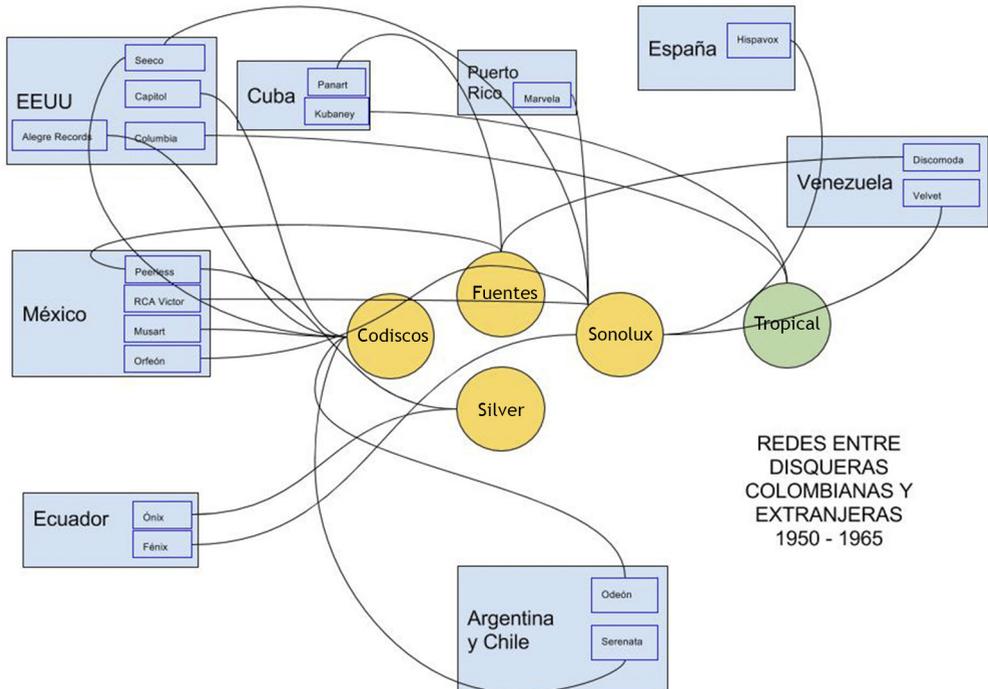


Figura 1. Red de disqueras colombianas y extranjeras

Entre los vínculos más duraderos estuvo el de Sonolux y RCA Victor, que se mantuvo desde 1958 a través de la figura de Hernán Restrepo Duque, quien actuaba a la vez como director artístico de RCA y director de relaciones públicas de Sonolux. El contrato entre ambas empresas continuó hasta 1990, muchos años después del retiro de Restrepo Duque en 1974 (Restrepo Gil, 2012, p. 97). No obstante, al parecer lo más frecuente es que los convenios entre disqueras se renegociaran después de cierto número de años, como fue el caso del contrato firmado entre Discos Silver y Discos Peerless de México, que estuvo activo desde aproximadamente 1953 hasta 1962, cuando la disquera mexicana decidió cerrar el convenio con su contraparte colombiana para iniciar otro con Discos Fuentes. Otros contratos parecían ser más bien fruto de coyunturas particulares, para prensar solo unos títulos o unos artistas específicos, como los que en algún momento tuvo Silver con Ónix de Ecuador, o Tropical con la

cubana Kubaney. Estos ejemplos muestran que entre los cincuenta y los sesenta las disqueras colombianas estaban constantemente en búsqueda de establecer transacciones con empresas disqueras equivalentes en otros países hispanohablantes (o con subsidiarias latinoamericanas de empresas que con casas matrices en Estados Unidos, como sucedía con la RCA Victor de México), a través de las cuales se negociaban licencias para reproducir repertorios, que en su mayoría correspondían a géneros musicales cantados en español.⁶ Una revisión de los títulos ofrecidos al mercado local, y que eran reseñados en la columna de Serna entre 1958 y 1965, evidencia que en el mercado interno se prensaban muy pocas grabaciones con contenidos musicales en otros idiomas, lo que era acorde con el interés por establecer conexiones con sus contrapartes hispanohablantes y no con disqueras norteamericanas y europeas que ofrecieran contenidos con sus propios repertorios.

Empresas como Discos Fuentes, Tropical, Codiscos y Sonolux fueron eficaces en su tarea de mantener un alto volumen de grabaciones y prensajes, ya fuera de repertorios locales, de versiones de éxitos internacionales o de adaptaciones “criollas” de boleros, tangos y rancheras. Esto creó un ambiente muy dinámico de competencia en el mercado interno, y a la vez les permitió negociar buenos acuerdos con disqueras foráneas que no solo les ofrecían sus licencias sino que estaban ávidas de licenciar sus contenidos. De esta manera, por ejemplo, el negocio entre Peerless y Discos Fuentes hacía posible que los consumidores colombianos adquirieran discos de música grabada en México, y simultáneamente garantizaba que los consumidores mexicanos tuvieran acceso a repertorios de música tropical colombiana. De acuerdo con Ángel Villanueva, alto directivo de Discos Fuentes en la actualidad, tal intercambio era ventajoso para las empresas colombianas, puesto que había mucha más demanda de los repertorios colombianos en México que de música ranchera en Colombia (Villanueva, 2016)⁷. Este tipo de funcionamiento se ajusta a lo que Lee Marshall describe como un escenario típico de un mercado periférico, en el que predominan las

6 Además de la circulación de matrices en el circuito discográfico hispanohablante, en los sesenta también fue común la negociación de derechos de grabación y producción de versiones nuevas de canciones, usualmente de bolero y más tarde la balada, que previamente se habían convertido en éxitos en otros países. Se trata de una línea muy interesante de exploración del negocio de la grabación en el que muy seguramente tuvieron incidencia las empresas editoras —que en ocasiones formaban parte de la misma disquera, como Edimúsica, creada por Discos Fuentes en 1965— y para la cual habría que adentrarse en el desarrollo de la legislación de derechos de autor y derechos de reproducción en la época, aspecto que por lo pronto está fuera de los alcances de este artículo.

7 La apreciación de Villanueva, sin embargo, debe ser leída críticamente porque contrasta con la popularidad que durante mucho tiempo han tenido los repertorios de música mexicana en circuitos no formales que incluso escapaban a los controles de la legalidad (Mora Calderón, 1998). Agradezco la observación del evaluador anónimo de este artículo que me sugirió consultar esta y otras fuentes relacionadas con la producción del narcocorrido en Colombia.

economías de escala más pequeña, y las dinámicas de oferta y demanda dependen mucho menos del poder que ostentan las disqueras *majors* en mercados centrales como los del Reino Unido y Estados Unidos (Marshall, 2013).

En esa misma línea, es interesante observar que hasta la apertura de oficinas de la CBS en Bogotá en noviembre de 1964, las disqueras colombianas parecen haber gozado de cierta independencia en la producción de contenidos frente al control de los grandes conglomerados de Estados Unidos y Europa. Ciertamente durante los años cincuenta el surgimiento del mercado norteamericano del entretenimiento juvenil repercutió en el mercado local, impulsando al final de esa década la aparición de grupos que tímidamente incursionaban en el twist y la llamada nueva ola, influenciados por el rock 'n' roll y la balada. No obstante, la grabación, producción y prensaje seguían siendo locales, y de alguna manera mostraban una preferencia por los elementos icónicos de lo juvenil —el uso de guitarras eléctricas, las indumentarias informales— más que por los marcadores sonoros o estilísticos. Es el caso de los grupos de música tropical paisa como los Teen Agers, los Golden Boys y los Black Stars, entre otros, que si bien incorporaron una estética visual y performática de lo juvenil, interpretaban músicaailable de influencia caribeña (véase Ochoa Escobar, 2017). Es posible que la llegada de la CBS y la irrupción de grupos como The Beatles a finales de 1964 fueran el comienzo de una nueva tendencia hacia el gusto por las estéticas anglosajonas, que, sin embargo, no se incorporó del todo al mercado masivo sino hasta la década de los ochenta⁸.

Esa especie de independencia relativa de un mercado de la periferia parece haber sido mucho más fuerte en Colombia que en México, Argentina, Chile o Brasil, en donde el peso de las subsidiarias marcó fuertemente las dinámicas de sus mercados internos. En Chile, por ejemplo, en los sesenta los sellos discográficos locales crecieron a la sombra de RCA Victor y Odeón, sobreviviendo por periodos muy cortos y en medio de relaciones económicas muy desiguales, pues los empresarios locales financiaban la grabación y todo el marketing en medios, mientras las *majors* prensaban, lanzaban y apenas se encargaban de una parte de la promoción; en últimas, eran los locales los que asumían todos los riesgos del negocio (Gajardo Cornejo, 2011). En contraste, las disqueras colombianas se consolidaron muy rápidamente en los cincuenta como productoras y licenciadoras de nuevos contenidos, y ya para finales de la década empresarios como

⁸ Para una interesante descripción del impacto de la categoría histórica y sociológica de los jóvenes en Medellín y del inicio la "beatlemania" entre las clases acomodadas de la ciudad a partir de finales 1964, véase el trabajo de Herrera Duque (2007).

Alfredo Díez Montoya, gerente de Codiscos, se mostraba confiado en el desarrollo del negocio y consideraba a la industria fonográfica colombiana como la tercera en tamaño en el mercado hispanohablante, después de México y Argentina (Anónimo, 1958). El éxito de las empresas parece ser el resultado de una buena combinación de habilidad comercial y de una fuente muy prolífica de materiales musicales, que apuntaban a llenar las expectativas de consumidores locales e internacionales interesados principalmente, aunque no de manera exclusiva, en las músicas bailables. Posiblemente la Revolución cubana, que triunfó sobre la dictadura de Batista en enero de 1959, fuera también una contingencia histórica que favoreció de manera indirecta el auge de la músicaailable colombiana durante un periodo de fuertes reajustes en los flujos de producción y distribución de las industrias culturales en el ámbito del Caribe.

Estimaciones sobre el mercado discográfico en Colombia alrededor de 1960

Este apartado es probablemente el que propone una interpretación más aventurada de los datos obtenidos hasta el momento, dadas las características de las fuentes consultadas. Si bien no existen estadísticas oficiales acerca del comportamiento del sector fonográfico en las décadas del cincuenta y el sesenta, algunos datos recopilados en fuentes periodísticas permiten hacer algunas estimaciones del tamaño del mercado interno y hacer algunas especulaciones sobre el volumen de las exportaciones. Los datos aportados por los reportajes periodísticos, sin embargo, deben ser tomados con mucha precaución, puesto que las fuentes de información eran los mismos empresarios de las disqueras, que sin duda tenían interés en mostrar al público la fortaleza económica de su negocio.

Según una nota publicada en julio de 1956 en *Intermedio* (que circuló en vez de *El Tiempo* entre febrero de 1956 y junio de 1957 debido al enfrentamiento del periódico con la dictadura militar del general Gustavo Rojas Pinilla), “la producción nacional de discos musicales llega anualmente a 2.400.00, cifra de la cual se exporta a Venezuela y Ecuador cerca del 25 por ciento. El resto se consume en el país”. En la nota se registraban las disqueras activas en Medellín (Ondina, Silver, Codiscos, Sonolux, Lira [sic] y Fuentes), Barranquilla (Discos Tropical y Discos Atlantic), Cartagena (Discos Curro), Bogotá (Discos Vergara), Pereira (Discos Marango) e Ibagué (Discos Luzart), y se comenzaba a

hablar del próximo montaje de Discos Victoria en Cali.⁹ Unos años más tarde, en 1965, Carlos Serna calculaba que el año anterior el número de discos vendidos en Colombia había fluctuado entre ocho y nueve millones de unidades (Serna, 1965). Si los datos de ambas fuentes fueran correctos, el crecimiento del mercado interno de discos fonográficos se habría quintuplicado en apenas ocho años, pasando de un millón ochocientos (tres cuartas partes de la producción total de 1956) a nueve millones de discos en 1964; esto, por supuesto, sin contar el volumen comercial de los discos fabricados localmente que se exportaban a otros países de la región. Ciertamente la capacidad instalada de las disqueras colombianas permitía alcanzar esas cifras de producción anual, pues según los datos divulgados en 1958 por Codiscos, su fábrica tenía 18 prensas que producían hasta 25.000 discos diarios, que equivale exactamente a nueve millones anuales (Anónimo, 1958 y *El Tiempo*, 1958). Que solo la maquinaria de Codiscos tuviera esa capacidad de producción anual en 1958 no indica, por supuesto, que el volumen de prensaje de discos siempre estuviera funcionando al tope, y, lógicamente, es de suponer que los datos aportados por piezas periodísticas que hoy llamaríamos publlirreportajes pueden estar un tanto inflados.

Infortunadamente, los datos acerca de las exportaciones de discos son aún más exiguos en las fuentes consultadas hasta el momento, por lo cual en este punto la reconstrucción histórica tiene mucho de especulación. Como se indicó anteriormente, para 1956 se calculaba que la cuarta parte de la producción anual a nivel nacional, alrededor de 600.000 discos, se exportaba a Ecuador y Venezuela (*Intermedio*, 1956). Para 1960, Serna reportaba el crecimiento de las exportaciones a México y Ecuador y el decaimiento de los envíos a Venezuela, por trabas de ese país para la exportación (Serna, 1960). Si bien hasta ahora no conocemos cifras concretas del comercio internacional de discos fonográficos producidos en Colombia, sabemos que en los primeros años de la década del sesenta las exportaciones se extendieron hacia Centroamérica. Para 1965, el volumen de ventas de una de las compañías locales más importantes, Discos Fuentes, hizo que esta empresa invirtiera US\$400.000 en la adecuación de la Fábrica de Discos Dicesa en San Salvador para cubrir las necesidades de ese creciente mercado (*El Tiempo*, 1965). Si bien esta información no permite establecer un volumen aproximado de la circulación de discos hacia el exterior, sí hace evidente que en poco tiempo hubo una expansión

9 Los datos aportados por esta fuente son muy interesantes, puesto que señalan disqueras en ciudades intermedias como Pereira e Ibagué, de las cuales hasta ahora no se ha encontrado ningún otro registro en la revisión de fuente primaria consultada hasta el momento. También es significativo que para una fecha tan temprana se indicara el interés en el montaje en Cali de Discos Victoria, que se vino a establecer legalmente en Medellín solo hasta 1964; por último, es de notar que el reportero señala a Sonolux y Lyra como dos disqueras diferentes, cuando la segunda era en realidad un sello de la primera.

en la demanda y la oferta de discos hacia mercados cercanos que obligó a la industria colombiana a hacer inversiones para ampliar su capacidad.

En cuanto al tamaño total del sector de la industria del disco, los pocos datos con los que contamos pueden darnos una idea aproximada de su valor relativo. Alfredo Díez Montoya tasaba el valor de la industria fonográfica nacional en unos \$15.000.000 y registraba la existencia de 14 fábricas de discos en el país, de las cuales Codiscos aparecía como la más grande de ellas (Anónimo, 1958). Ese valor es equivalente a unos US\$2.343.750 de la época, que a su vez corresponden a alrededor de US\$19.405.895 a precios de 2015¹⁰. A su vez, ese monto equivale a un poco más de la quinta parte de la producción bruta anual del sector de la industria del tabaco en Antioquia en 1958, lo cual no resulta para nada despreciable¹¹. Sin duda el negocio llegó a ser muy lucrativo durante todo este periodo, puesto que para 1961 las tres disqueras más grandes de Medellín, Discos Fuentes, Codiscos y Sonolux, inauguraron estudios de grabación y nuevos edificios con modernas instalaciones. Tan consolidado estaba ya su dominio sobre el mercado discográfico local, que para mediados de 1962 las mismas tres disqueras se pusieron de acuerdo entre ellas para aumentar los precios de venta de discos al público a nivel nacional (Serna, 1962). Es difícil proyectar el valor que alcanzó el sector en 1965 a partir de los cálculos realizados para 1958, pero si las evidencias parecen indicar que la producción se quintuplicó alrededor de 1964, no hay duda de que para mediados de los sesenta el negocio del disco era un verdadero éxito.

Conclusiones

La instauración y el veloz crecimiento de la industria discográfica colombiana desde finales de la década de los cuarenta hasta mediados de la de los sesenta fueron resultado de una particular combinación de factores económicos, sociales y artísticos. Sin duda el momento económico fue favorable para la creación de industrias manufactureras para la producción de bienes intermedios, y el aumento de la población, especialmente en las ciudades, impulsó el crecimiento del público consumidor de discos. No obstante, estos dos aspectos por sí solos son insuficientes para explicar la tremenda prosperidad que alcanzó el

10 Cálculos realizados a partir del precio promedio del dólar en Colombia en 1958 (\$6.4), tomado de *Dollar Web*, y el valor de la inflación a precios de 2015 gracias la herramienta *The Inflation Calculator*.

11 La producción de tabaco correspondía a un poco más de 83 millones de pesos; dato tomado del Anuario Estadístico de Antioquia (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 1958).

negocio en tan pocos años; la clave parece estar en que los empresarios del disco impulsaron una producción de contenidos musicales que resultó muy atractiva y exitosa para los públicos dentro y fuera del país. Sin la creatividad y originalidad de ese material musical, en gran parte estuvo compuesto por repertorios populares de músicaailable como el porro, la cumbia y luego el vallenato, la industria local no habría podido expandirse como lo hizo. La conjunción de factores estimuló la aparición de una compleja red, el elemento creativo del mundo del arte de la música popular en Colombia, compuesto por nuevos intérpretes, grupos, compositores, propuestas musicales novedosas —como por ejemplo el merecumbé, el paseaito y el tumbasón, entre otros— que intentaron capitalizar al máximo el nicho de la práctica social del baile en pareja.

Además de impulsar la creación de repertorios musicales nuevos, los empresarios locales también fueron muy hábiles en sacar el máximo provecho de las licencias con disqueras internacionales, de tal manera que en Colombia no solo se prensaban materiales musicales novedosos sino también muchas matrices que en otros países se consideraban ya canciones viejas y pasadas de moda. Hernán Restrepo Duque es, sin duda alguna, el caso paradigmático de esta práctica de “revivir la música de antaño”, que fue más allá de una estrategia comercial favorable para convertirse en toda una apuesta estética (como se puede comprobar en la entrevista a Restrepo Duque en Cano, 1986). Tanto en este caso como en el anterior, se evidencia una interesante simbiosis entre economía, capacidad industrial, creatividad artística y hábitos de consumo cultural que funciona como un circuito que se retroalimenta de manera cíclica y que parece haber alcanzado un punto de inflexión importante para mediados de la década del sesenta, que es el punto donde finaliza el presente recuento histórico. La conjunción de estos segmentos dentro de una red conforma lo que podríamos llamar el mundo del arte de la música popular en Colombia en los años sesenta. Quedan pendientes por explorar en profundidad cómo se modificaron las dinámicas del mercado discográfico local desde la segunda mitad de la década del sesenta hasta los años noventa, cuando los cambios de tecnología propiciaron un fuerte declive de la industria.

Por último, no quisiera cerrar este texto sin señalar que resulta sorprendente comprobar que en la actualidad sobreviven muy pocos vestigios materiales (además, por supuesto, de los discos de vinilo) que permitan comprender a cabalidad la envergadura que alcanzó el sector

de las disqueras en su época de mayor esplendor. Las instalaciones industriales, las maquinarias y los grandes estudios de grabación son cosa del pasado, y hoy en día existen muy pocos rastros de su presencia en el espacio urbano de Medellín. Este ejemplo parece ser un buen recordatorio de la volatilidad del éxito económico en el sistema capitalista, y debería generar atención hacia las grandes dificultades que debieron enfrentar las redes de músicos y artistas que se crearon alrededor del negocio discográfico local. Sería importante analizar las estrategias que debieron implementar estos actores de la red a principios del siglo XXI para sobrellevar el progresivo desvanecimiento del poderío económico de la industria discográfica colombiana.

Referencias

- Anónimo. (1958). Codiscos. Entrevista con Alfredo Díez, gerente de Codiscos [contenido publicitario]. *Revista de la Contraloría General de la República*, 16(7), 611-616.
- Arias Calle, J. D. (2011). *La industria musical en Medellín 1940-1960: Cambio cultural, circulación de repertorios y experiencias de escucha* (tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia, Medellín.
- Becker, H. (2008). *Los mundos del arte: sociología del trabajo artístico*. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.
- Cano, A. M. (1986). La voz de la música popular: entrevista a Hernán Restrepo Duque. *Boletín Cultural y Bibliográfico*, 23(6), 15-29.
- Cortés Polanía, J. (2004). *La música nacional y popular colombiana en la Colección Mundo al día (1924-1938)*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística. (1958). Medellín: Departamento Administrativo de Planeación.
- El Tiempo*. (1 de junio de 1958). 25.000 discos diarios produce una compañía colombiana, 8.
- El Tiempo*. (14 de abril de 1965). Foto de la recepción ofrecida por Pedro Fuentes Estrada, Gerente de Discos Fuentes, al cuerpo diplomático y al Presidente de la República del Salvador, excelentísimo señor Coronel José Edelberto Rivera, 14 de abril de 1965, 6.

- Gajardo Cornejo, C. (2011). Aproximación a la industria discográfica y su relación con la industria radial en Chile (1964-1967). *Polis*, (29). Recuperado de: <http://polis.revues.org/2036>
- García García, J., López, D. C., Montes, E. y Esguerra, P. (2014). Una visión general de la política comercial colombiana entre 1950 y 2012. *Borradores de Economía*, (187). Recuperado de: <http://www.banrep.gov.co/es/borrador-817>
- González Henríquez, A. (2009). Música popular e identidad en Barranquilla, 1940-2000: de la cultura tropical a la identidad global. En M. Pardo Rojas (Ed.), *Música y sociedad en Colombia: Traslaciones, legitimaciones e identificaciones* (pp. 114-131). Bogotá: Editorial Universidad del Rosario.
- Gronow, P. (1983). The record industry: the growth of a mass medium. *Popular Music*, 3, 53-75.
- Herrera Duque, D. A. (2007). *De nadaístas a hippies: Los jóvenes rebeldes en Medellín en el decenio de 1960* (tesis de grado). Universidad de Antioquia, Medellín.
- Intermedio*. (3 de julio de 1956). Colombia exporta a Venezuela y Ecuador quinientos mil discos, 1.
- Laing, D. (2013). The recording industry in the twentieth century. En: L. Marshall (Ed.), *The international recording industries* (pp. 31-52). Oxford-Nueva York: Routledge.
- Laird, R. (2001). *Brunswick Records: Chicago and regional sessions*. Westport: Greenwood Publishing Group.
- Marshall, L. (Ed.). (2013). *The international recording industries*. Oxford-Nueva York: Routledge.
- Mora Calderón, P. (1998). Contribuciones al cancionero infame de Colombia. *A Contratiempo, Revista de Música en la Cultura*, 10, 23-35.
- Ochoa Escobar, J. S. (2017). *Sonido sabanero y sonido paisa: negociaciones entre lo tradicional y lo masivo en la música tropical de los años sesenta en Medellín* (tesis doctoral). Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá.
- Peláez, O. y Jaramillo, L. F. (1996). *Colombia musical: una historia, una empresa*. Medellín: Discos Fuentes.
- Portaccio Fontalvo, J. (2004). Aquellos Discos “Tropical” y “Atlantic” de Barranquilla. *Revista La Lira*, 1(2), 18-19.

- Rendón Marín, H. (2009). *De liras a cuerdas: Una historia social de la música a través de las estudiantinas. Medellín, 1940-1980* (tesis de maestría). Universidad Nacional de Colombia, Medellín. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/11051740.pdf?repositoryId=334>
- Restrepo Duque, H. (6 de junio de 1951). Antena. Sección de *El Diario*, 2 y 7.
- Restrepo Gil, M. (2012). *Hernán Restrepo Duque: una biografía*. Medellín: Fondo Editorial Universidad Eafit.
- Santamaría-Delgado, C. (2014). *Vitrolas, rocolas y radioteatros: Hábitos de escucha de la música popular en Medellín, 1930-1950*. Bogotá: Editorial Pontificia Universidad Javeriana y Banco de la República.
- Serna, C. E. (15 de julio de 1960). Por la radio. Sección de *El Colombiano*, 14.
- Serna, C. E. (4 de julio de 1962). Por la radio. Sección de *El Colombiano*, 21.
- Serna, C. E. (4 de febrero de 1965). Por la radio. Sección de *El Colombiano*, 21.
- Spottswood, R. K. (1990). *Ethnic music on records: a discography of ethnic recordings produced in the United States, 1893 to 1942* (vols. 1-7). Urbana: University of Illinois Press.
- Vicente, E. (2014). *Da vitrola ao iPod: uma história da indústria fonográfica no Brasil*. São Paulo: Alameda.
- Villanueva, A. (28 de octubre de 2016). Entrevistas inédita. Medellín.
- Wade, P. (2002). *Música, raza y nación: música tropical en Colombia*. Bogotá: Vicepresidencia de la República de Colombia.
- Williamson, J. y Cloonan, M. (2007). Rethinking the music industry. *Popular Music*, 26(2), 305-322.
- Williamson, J. y Cloonan, M. (2013). Contextualising the contemporary recording industry. En L. Marshall (Ed.), *The International recording industries* (pp. 11-29). Oxford-Nueva York: Routledge.