



La escena musical independiente en Costa Rica 1 The Independent Music Scene in Costa Rica

Recepción: 09 de marzo de 2017
Aprobación: 27 de julio de 2017



Ariana Argüello Cordero²
Iskander Blanco Céspedes³
Rebeca Molina Valverde⁴
Stwarth Piedra Bonilla⁵
Natalia Ramírez Amador⁶
Jose David Vargas Artavia⁷

RESUMEN

Este artículo analiza algunos aspectos del desarrollo de la escena musical costarricense, en particular la música independiente, en el periodo 2009-2016, a la luz de los apoyos recibidos por parte del Estado y la empresa privada, así como de las propias gestiones que desarrollan los músicos. El texto aporta, desde la mirada de personas jóvenes, un valioso material de registro, análisis e interpretación en un área de interés para esta población y sobre la cual se han emprendido pocos estudios.

Palabras clave:

Escena musical, Costa Rica, música independiente, bandas, políticas culturales, economía naranja, jóvenes, juventud, personas jóvenes, cultura joven.

ABSTRACT

The purpose of this article is to analyze some aspects of the development of the Costa Rican music scene, particularly independent music, produced between 2009 and 2016, observing the support received from the government and private enterprise, as well as the own efforts developed by musicians. The text provides, from a youth perspective, valuable recorded, analyzed, and interpreted material, in an area of interest for this population and of which very few studies have been done.

Keywords:

Music scene, Costa Rica, independent music, bands, cultural politics, orange economy, youths, youth, youth people, youth culture.

¹ El artículo es resultado de una investigación efectuada por las y los autores en el marco de sus responsabilidades académicas en la Guía Académica de la malla curricular de Estudios Generales, en la Universidad de Costa Rica. Dado que la Guía Académica es una actividad semestralizada, los equipos no se mantienen necesariamente todo el año, por lo tanto, los autores desean reconocer el aporte de los compañeros Francisco Chaves Durán, Ricardo Mangel Granados, Fiorella Núñez Morelli y Ana Paula Rodríguez Obando, quienes formaron parte del equipo que ideó el diseño de este proyecto durante el primer semestre de la Guía Académica 2016.

² Estudiante, Universidad de Costa Rica, arianasofiaarguellocordero@gmail.com

³ Estudiante, Universidad de Costa Rica, iskandercspedes@gmail.com

⁴ Estudiante, Universidad de Costa Rica, rebecamv98@gmail.com

⁵ Estudiante, Universidad de Costa Rica, stw.piedrab@gmail.com

⁶ Estudiante, Universidad de Costa Rica, nramirezamador@gmail.com

⁷ Estudiante, Universidad de Costa Rica, josed1608@gmail.com



INTRODUCCIÓN

El interés por la evolución de la escena musical costarricense independiente surge a raíz de la problemática de dicha escena, pues se presentan varios factores que generan una baja optimización e incentivo y que determinan el éxito de una agrupación musical independiente en Costa Rica. Esto se puede observar a través de situaciones tales como el poco apoyo al músico independiente nacional, evidente en la falta de espacios para la expresión artística musical brindados por el Estado, los altos impuestos sobre las grabaciones de la música y sobre los locales en los cuales ocurren conciertos, y también en el contraste entre el apoyo estatal y el privado, aspectos que causan limitaciones para los músicos.

El periodo en estudio va del año 2009 al 2016 y responde a dos datos relevantes: el inicio de la agenda de los fines de semana del año 2009 en el bar-restaurant El Lobo Estepario, el cual comenzó a dar espacios a agrupaciones musicales formadas por jóvenes; y el nacimiento de El Steinvorth (espacio donde las bandas pueden realizar presentaciones) como localidad destinada a la música y de apoyo para las nuevas bandas que se generarían a partir de ese momento. Estas bandas están o fueron conformadas por personas jóvenes, o bien iniciaron su incursión en la escena musical independiente siendo adolescentes o jóvenes, aspecto vinculado directamente con la temática tratada en este estudio con esta población.

La nueva generación de bandas, sin embargo, está marcada por la problemática mencionada, y se presenta la necesidad de crear información actualizada sobre el tema. De este modo, las personas que se ven afectadas dentro de la escena y desean tomar medidas al respecto, sabrán cuáles son los puntos a tratar para mejorar su situación.

Las investigaciones acerca de la escena musical independiente en Costa Rica son escasas. Se puede hablar de la existencia de espacios de opinión pública, como las revistas y foros digitales, *89decibeles*⁸ o *Dance To The Radio*⁹. Igualmente, existen periódicos y también revistas, físicas y digitales, que ofrecen el espacio a la crítica y apreciación de esta música, dentro de ellas *La Nación*, *Vacío* y *89decibeles*. Otra fuente de utilidad es la Cuenta Satélite de Cultura (CSC) de Costa Rica, s un sistema estadístico iniciado por el Ministerio de Cultura y Juventud, en el cual se miden indicadores como aporte de la cultura al Producto Interno Bruto (PIB), el empleo y la producción.

Para abordar esta investigación se planteó como objetivo general: analizar algunos elementos del desarrollo de la escena musical independiente en Costa Rica, en el periodo del 2009 al

⁸ 89decibeles una revista digital e independiente de música y cultura alternativa con sede en San José de Costa Rica, <https://www.89decibeles.com>

⁹ Dance to the Radio "...es un blog ecléctico de música con críticas diarias, entrevistas, reportajes, muestras de mp3 y sesiones. Con origen en el 2011, DTTR busca darle énfasis a los artistas y movimientos musicales DIY. Excavando por todo el mundo, DTTR une sonidos contemporáneos que cubren el indie, garaje lo-fi, psych-rock, folk, funk, synth-pop y todo lo que cae en el medio"., <https://www.dancetotheradio.org>

2016. Se diseñaron tres objetivos específicos: 1) Examinar los mecanismos de divulgación que utilizan los músicos de la escena costarricense independiente. 2) Determinar el tipo de apoyo brindado por el Estado a la escena musical costarricense independiente, en relación con espacios para la expresión artística y aspectos económicos. 3) Revisar el tipo de apoyo prestado por la empresa privada a la escena musical costarricense independiente, en relación con espacios para la expresión artística y aspectos económicos.

MARCO CONCEPTUAL

Para una mejor comprensión de esta investigación conviene presentar algunos conceptos relevantes. En primer lugar, el contenido de escena musical. Este término no se limita a solamente un concepto, sino que abarca todo aquello relacionado al espacio de interpretación musical en una determinada zona geográfica, o en un determinado género musical. El sociólogo, Andy Bennett, define escena musical en su libro “Escenas musicales. Local, translocal y virtual”, como “un espacio cultural en el cual coexisten una serie de prácticas musicales, interactuando unas con otras a través de una serie de procesos de diferenciación...” (2004, p.223).

Para efectos de esta investigación, se llamará escena musical a todos los espacios de divulgación, producción e interpretación musical, tales como los conciertos, la creación y grabación de música, así como al apoyo mediático y del público hacia dichas actividades.

En cuanto a música independiente, se entenderá aquella música creada y producida sin la ayuda o patrocinio de grandes disqueras como *Universal Music*, *Sony Music* o *Warner Music*; o bien, que han creado su material en pequeños estudios, cuyo objetivo es creativo y no comercial. La creación corre a cargo de bandas integradas principalmente mas no exclusivamente, por personas jóvenes. Por lo general a la hora de grabar se autofinancian los costos, ya sea con dinero generado por venta de mercadería, presentaciones en vivo o trabajos por aparte de la música.

Otro término vinculado con la escena musical independiente es chivo. Manuel Matarrita nos dice en su texto “Apología de chivo” (2009) que este costarricense proviene de la frase “matar un chivo”. Matar un chivo en el extranjero es el equivalente a matar un chanco en Costa Rica, una costumbre que se realiza cuando hay una celebración o fiesta. Hoy en día, la frase “matar un chivo” se ha reducido a simplemente “chivo”, como se le llama a casi cualquier espacio de interpretación musical dirigido a un público. En el desarrollo de esta investigación, y en el ámbito independiente, un chivo es un espacio de interpretación musical dado generalmente en bares, plazas y parques, o incluso en conciertos, ya sea informal o formal, como señala Carlos Guzmán en su artículo “¿Matar un chivo? Una manera de ganar el sustento” (2000).

También es importante comprender conceptualmente el papel del mánager en la música independiente. Este es un agente artístico, quien según Renato Landeira, Víctor R. Cortizo e Inés Sánchez Valle, corresponde a “persona física o jurídica que mediante un contrato de



representación artística se obliga a prestar un servicio o hacer alguna cosa por cuenta de la otra parte llamada artista” (2006, p. 29). En otras palabras, los mánager representan a los artistas ante editoriales, promotores de conciertos, radiodifusores, operadores de televisión, entre otros.

Por último, dos conceptos de gran relevancia son las políticas culturales y la economía naranja. En cuanto a políticas culturales según Dye (2008) se refiere a “Una política pública es todo es lo que los gobiernos deciden o no hacer”. De esta forma, las políticas buscan proteger las expresiones culturales del país, al mismo tiempo que se le da el espacio al surgimiento de nuevas ideas artísticas y culturales.

Por su parte, la Economía Naranja se define en el libro de Iván Duque y Felipe Buitrago, “La Economía Naranja. Una oportunidad infinita”, como el conjunto de actividades, que encadenadamente, permiten la transformación de ideas en bienes y servicios culturales, con un valor determinado por su contenido de propiedad intelectual más que por uso (2013, p. 40).

Cabe resaltar que la economía naranja abarca todos los sectores del arte, es decir, el cine, el teatro, la música, la danza, y cualquier otro en el que se pueda tener ideas generadoras de dinero. Pero para este trabajo se enfocará en el área musical, específicamente en las formas que han ayudado a productores y bandas.

PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO

Se abordó el proyecto de investigación con un enfoque cualitativo que se define como:

“Una especie de paraguas en el cual se incluyen una variedad de concepciones, visiones, técnicas, y estudios no cuantitativos” (Grinnell, 1997). Así mismo, un enfoque cualitativo según Hernández, Fernández y Baptista “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (2010, p. 8).

Unido a lo anterior, este texto no pretende ser una generalización para todas las agrupaciones y personas involucradas en la escena musical independiente de Costa Rica.

El tipo de instrumento utilizado es la entrevista. Se diseñaron tres paquetes de preguntas, según el quehacer de la persona entrevistada relacionados con:

- a) la apreciación personal de la escena durante el periodo del 2009 al 2016; b) los métodos utilizados para la divulgación de sus trabajos c) ¿cuál ha sido el apoyo económico que han recibido por parte del Estado y de la empresa privada? d) ¿qué tipo de oportunidades para presentar sus obras han recibido por parte del Estado y la empresa privada?

- b) ¿cuáles son las principales problemáticas de la escena? c) ¿cuál ha sido la motivación personal que los ha llevado a crear y mantener una productora de eventos de música nacional e independiente?
- c) aportes y limitaciones del Ministerio de Cultura y Juventud (MCJ) en el desarrollo de la escena musical independiente b) presupuesto destinado a la promoción de la música nacional dentro y fuera del país c) la creación de espacios para todo público.

Debido al carácter exploratorio y descriptivo de la investigación, las entrevistas se efectuaron a tres informantes claves: un músico, un productor y una persona quien ha brindado servicios al Estado.

1. Felipe Pérez (vocalista y guitarrista) de la banda nacional 424. De esta forma se obtuvo información de la fuente directa sobre la evolución de la escena musical costarricense desde el caso específico de 424.
2. Rodolfo León, fundador de la productora privada Perra Pop. Esta productora juega un papel importante, ya que busca los espacios para presentar el trabajo de músicos independientes y organiza los “chivos”.
3. Fernando Guerrero, comunicador y productor logístico de proyectos culturales, quien ha laborado por medio de contratos para el Ministerio de Cultura y Juventud, y también labora en la empresa privada, en representación de las bandas Parabólica e Infibeat.

Las entrevistas se grabaron y constituyen la base de referencia para desarrollar los apartados del artículo.

REDES, REVISTAS Y RADIO: LAS TRES R DEL MÚSICO

“La escena que estalló: el gran salto del rock costarricense”, así la llama Alessandro Solís en su artículo del periódico La Nación publicado en el 2015. Se refiere a la escena musical del “rock” costarricense, aunque realmente el término no es adecuado porque no todos los grupos a los que se refiere son necesariamente de rock, pero una denominación compartida es la de grupos independientes, pues su imagen, su música y su divulgación es manejada por ellos mismos, o en ciertos casos algún mánager ayuda a alivianar la carga para los músicos, por lo general un amigo actúa acorde con lo que la banda quiere. Por ello, es importante analizar el tema de los métodos y estrategias utilizadas por estos grupos para divulgar su material, llevándolos en ciertos casos, más allá de las fronteras costarricenses.

Rodolfo León (2016), conocido popularmente como “Fo”, de la productora Perra Pop menciona que la escena musical siempre había tenido el grave problema de tener una vida “cíclica”. Una generación llegaba, construía desde cero la escena, daba a conocer su sonido y finalmente la dejaba morir cuando los jóvenes energéticos se convertían en adultos responsables con trabajos de oficina y una familia que mantener. Cuando esto ocurría, la siguiente generación comenzaba el ciclo de nuevo sin ningún tipo de información dejada por



la anterior. No existía un diálogo entre generaciones para mantener la “sabiduría” adquirida por la experiencia. Debido a este fenómeno, el avance dentro de la escena musical era muy lento (R. León, comunicación personal, 26 de agosto del 2016).

Afortunadamente, todo cambió con el Internet, las redes sociales y su incremento en popularidad dentro del país. Con los portales digitales se crearon blogs y foros de música, los visitantes virtuales podían llegar y dar a conocer su música o conocer la de los demás. Pero aún más importante fue el diálogo y la transmisión de información, que se daba por este medio.

El primer avance se dio con el foro de *89decibeles*, fundado por Adrián Pauly y Diego Delfino, una revista digital en internet inicialmente dedicada a la discusión de música en Costa Rica y actualmente funge como medio de difusión, opinión e información de la música. En este convergieron la generación ya “muerta” de los 80 y 90 (León, 2016), y la que venía surgiendo, la cual generó músicos de bandas como *Monte*, *Florian Droids*, *Alphabeticos*, *424*, *Las Robertas*, entre otras.

Además de *89decibeles* en las décadas mencionadas, se dio la disponibilidad de la plataforma de internet *MySpace*, la cual permitía la interacción con cualquier persona que tuviese acceso a ella dentro o fuera del país y resultó ser el medio por el cual grupos como *Las Robertas* llevaron su música fuera de Costa Rica por sus propios medios (R. León, comunicación personal, 26 de agosto del 2016). A partir de este momento las redes sociales se fueron transformando hasta llegar a ser lo que son en la actualidad, es decir los medios que fungen como plataformas principales para la distribución y exposición del material visual y musical de las bandas.

Para Felipe Pérez, músico de *424*, el principal medio inicial para llegar a sus fans y generar nuevos seguidores fue la plataforma *Facebook*. Al ser esta red social la de mayor uso dentro del país y la quinta página más visitada en general (Amazon.Inc, 2016), las publicaciones realizadas por este medio obtienen gran visibilidad. Además, la presencia de herramientas como la organización de eventos, facilitan la divulgación de los conciertos y dan un estimado de la cantidad posible de personas que podrían asistir. Sin embargo, según Pérez, eventualmente los cambios en el algoritmo utilizado por *Facebook* para difundir publicaciones han venido degradando el sistema y éste perdió el alcance que solía tener. (F. Pérez, comunicación personal, 1 de agosto del 2016).

Esta situación llevó al uso de nuevas redes sociales como *Twitter*, *Instagram* y *Snapchat*. Cada una de ellas transmite la información de manera diferente a la otra. En *Snapchat* se comparten vídeos cortos que acercan a los fans con aspectos personales de la banda, mientras que en *Twitter* se suelen “retweetear” (significa compartir una publicación de otro usuario de la red) las reseñas de revistas o blogs sobre el material de la agrupación.

Otra forma de comunicación entre la banda *424* y sus seguidores fue la creación de una base de datos con correos de seguidores, a los cuales se les envía información relevante sobre el lanzamiento de nuevo material o las fechas de conciertos próximos. De esta forma, quien esté suscrito a la lista de correos difícilmente se va a perder de las últimas noticias. Igualmente, la

plataforma de *Spotify* les ha ayudado a alcanzar nuevo público, ya que crea una disponibilidad conveniente de su música en diversas partes del mundo. (F. Pérez, comunicación personal, 1 de agosto del 2016). En una era digital, donde el *streaming* de música es el principal medio de consumo, tener el material musical en la mayor cantidad de plataformas posibles ayuda a visibilizar la banda.

Hasta el momento, se ha hablado de la “auto-divulgación” llevada a cabo en las redes sociales. Esta es la forma más común, ya que requiere de poco esfuerzo y suele ser gratis, pero al mismo tiempo posee un gran alcance. Esta universalidad característica del Internet ha permitido que estas bandas consigan un público fiel a su sonido, sin tener que acudir a disqueras que imponen reglas sobre la libertad creativa.

Manteniéndonos en el mismo ámbito del Internet, es importante destacar el papel de las revistas digitales que funcionan como portal hacia el mundo de la música independiente. En el país existen medios como *89Decibeles*, *Dance To The Radio* y *Revista Vacío*, los cuales informan sobre el acontecer de la escena y dirigen la atención del público hacia las bandas que ellos recomiendan, según sus líneas editoriales o los propios intereses de cada escritor. Esta divulgación de la escena nacional ha provocado que revistas internacionales como *Noisey* o *ReMezcla* también se interesen en las ondas de música emergente dentro del país; dándole un mayor impulso al avance de la escena. Incluso medios tradicionales como el periódico *La Nación*, han hecho artículos sobre el movimiento musical independiente del país.

Felipe Pérez sobre la interacción entre las revistas y las bandas menciona que este proceso comienza por medio de un comunicado de prensa. En la segunda charla llevada a cabo durante el Festival Transitarte 2016, titulada: “Taller: RR.PP. para artistas independientes”, se habló de esta dinámica. En ella, blogueros, mánagers y periodistas compartieron consejos prácticos desde sus propias experiencias para la divulgación de contenidos de artistas independientes dentro de la escena costarricense e internacional.

En la charla mencionada se destacó el comunicado de prensa como el primer contacto entre el medio de comunicación y el artista. Posterior al mismo, alguno de los medios periodísticos a los cuales se les envía el comunicado responden con la intención de crear un artículo relacionado con la banda o con lo descrito en el comunicado. Generalmente, este procedimiento se lleva a cabo cuando la agrupación está a punto de lanzar nueva música o si apenas se está dando a conocer. Además, cada revista o periódico tiene su propia línea editorial, por lo que suelen ignorar los comunicados de prensa de bandas cuya música no está en esa misma línea. Según Pérez, después del primer contacto se crean amistades dentro de las revistas con las cuales es más fácil acordar la publicación de artículos relacionados con la actividad de la banda.

En el artículo “Bailar a mi propio ritmo”, publicado en el 2016 para *Revista Vacío*, Pablo Acuña el creador de la revista digital *Dance To The Radio (DTTR)*, describe el nacimiento de este blog y el objetivo del mismo. Según Acuña, todo comenzó con un blog personal sobre música que explotó y se terminó convirtiendo en lo que es hoy. En un principio, Acuña no



tenía la intención de incluir música nacional dentro de la página, pues su opinión sobre la escena era bastante negativa. Pero cuando descubrió la nueva generación de bandas por medio de un concierto de *Las Robertas y Zó pilot*, deseó haberse adentrado en ese mundo desde antes. En sus propias palabras, uno de los objetivos de DTTR es:

Cubrir, informar y criticar para que los que apenas se aventuran con la música nacional, puedan descubrir qué les gusta y que decidan qué apoyar. Afirmar que no hay buena música en Costa Rica es como decir que no tenemos buenos novelistas y artistas en general: es una idea melosa, fácil y poco original (Acuña, 2016).

Dicho objetivo lo consigue por medio de artículos constantes de reseñas o entrevistas al talento nacional. Por ejemplo, la serie “boiling” consiste en entrevistas con las bandas que están comenzando a hacerse escuchar dentro de la escena; y en la mayoría de los casos, estas entrevistas son una premonición para el gran éxito que consiguen.

La tercera “r” que es la radio. El artículo “*Radio Nacional* será música costarricense”, del *Semanario Universidad*, escrito por Daniela Muñoz (2015), explica que la *Radio Nacional* va a implementar un espacio 100% dedicado a la música costarricense. En el mismo artículo se incluye un comentario del director de *Radio Nacional*, Randall Vega, quien explica que esta nueva propuesta responde a una deuda histórica del Sistema Nacional de Radio y Televisión (*SINART*), que hasta ahora “no se ha preocupado por la producción nacional más allá de la música campesina o costumbrista”. Se hizo un llamado a las bandas costarricenses, en su mayoría independientes, a enviar sus materiales para que estos fueran transmitidos por la radio.

Existe un miedo por parte de las emisoras costarricenses de no lograr vender suficiente transmitiendo solamente música nacional. Vega expresa que “Los músicos no sólo hacen música para divertirse o expresarse; también es su forma de ganarse la vida, y se ha demostrado que la gente no accede, ni consume las expresiones artísticas si no se difunde por los medios masivos de comunicación”.

Este miedo no está del todo mal fundamentado, ya que, como se explicará en el tercer apartado, hace falta fomentar el gusto por el arte nacional desde la adolescencia con el fin de expandir el público y hacer rentable la divulgación del material.

Daniela Muñoz (2015), en el artículo citado anteriormente, también incluye la opinión de varios artistas costarricenses. Uno de ellos es Olman Briceño, un rapero nacional que expresa que las emisoras “pasan todo el día programando ‘estupideces sonoras’, de pésima calidad de varios artistas internacionales”. Demuestra que a las emisoras les concierne no la calidad sino la popularidad de la música y por esto no proporcionan apoyo a artistas nacionales. Muchos artistas son de la creencia que no existen barreras artísticas o tecnológicas y se trata más bien de una barrera burocrática y comunicativa.

El artículo de Daniela Muñoz fue escrito a inicios del 2015, antes de la implementación de esta nueva modalidad. Hoy, *Radio Nacional* todavía presenta una diversa selección de

géneros de música nacional independiente y los reproducen a diferentes horas del día, creando una programación muy completa. De igual manera, *Radio Hit 104.7* y *Nuevecinco* han comenzado a programar bandas nacionales en su rotación habitual, y también está *Radio U*, emisora con varios años promoviendo la escena local. Esto genera que sea más común escuchar bandas como *Magpie Jay*, *424* y *Patterns*.

Finalmente, de manera menos común, pero igualmente presente en la escena nacional, está la asociación entre grandes marcas y bandas. Desde el punto de vista comunicativo y de la divulgación, estas relaciones les dan gran exposición a las agrupaciones involucradas. Generalmente los eventos organizados por empresas con gran capital atraen a un público mayor y por ende las bandas consiguen ampliar su alcance. Estas relaciones entre marcas y bandas también tienen implicaciones importantes en el aspecto económico que será analizado en el tercer apartado.

Unido a lo anterior, la participación en los festivales o conciertos organizados por el Estado que son de asistencia gratuita, también influyen mucho en el desarrollo de una banda; por el mismo hecho los públicos son enormes comparados con los *chivos* regulares en San José.

ESTADO Y MÚSICA: TALENTO SIN PADRE

La sociedad costarricense ha sufrido cambios grandes y acelerados, como todo el resto del mundo, y con ellos se ha desarrollado su cultura, pues cultura y sociedad existen uno con el otro. En este sentido, es interesante la siguiente cita:

En las últimas décadas, la sociedad costarricense ha experimentado cambios acelerados en todos los campos, los cuales han modificado su estilo de vida, patrones y valores culturales. Esos cambios determinan cada vez más la necesidad de revisar la institucionalidad del Sector Cultura, con el propósito de redefinir las concepciones, las acciones y estrategias necesarias para la gestión, promoción, producción, investigación, difusión y disfrute de los Derechos Culturales. (Política Nacional de Derechos Culturales (2013, p.6.).

El Ministerio de Cultura y Juventud es el mayor ente estatal, promotor de la cultura (en todos sus ámbitos); sin embargo, su creación fue un proceso largo y tortuoso, pues la cultura, hasta hace no muchos años, no figuraba como un elemento indispensable en el que el Estado debiera tener injerencia, debido a esto, tomó muchos años su creación y consolidación, como señala la siguiente entrada descriptiva del Archivo Nacional (2014, p.1):

El primer proyecto de creación de una entidad cultural de Costa Rica surgió en el año 1948 (...) Sin embargo, esta iniciativa fracasó porque el interés político estaba enfocado en la nueva Constitución Política. (...) El 5 de julio de 1971, mediante la Ley N° 4788 se creó el Ministerio de Cultura, Juventud y Deportes.

De acuerdo a la ley le competen ciertas labores que también vienen explicadas en la entrada descriptiva del Archivo Nacional:



Le compete al Ministerio de Cultura y Juventud, establecer directrices generales en materia de cultura y juventud, fomentar y preservar la pluralidad y diversidad cultural, facilitar la participación de todos los sectores sociales, en los procesos de desarrollo cultural y artístico, propiciar espacios y oportunidades para la revitalización de las tradiciones culturales, el disfrute de los bienes y servicios culturales, así como la creación y apreciación artística en sus diversas manifestaciones. (2014, p. 2).

Como se puede observar, las competencias de este Ministerio son muchas, y cumplirlas requiere un gran esfuerzo por parte de la institución, sin embargo, esta no da abasto para cumplirlos.

El MCJ realiza esfuerzos varios, principalmente a través del Centro de Producción Artística y Cultural, como diversos festivales (de las artes, del libro, entre otros), semanas culturales, desfiles, etc.; pero las artes son muchas, y las necesidades aún más, por lo que es una tarea ardua conseguir apoyar a todos.

Además, otra problemática que aqueja a la institución es la falta de continuidad, pues en cada cambio de gobierno se da existe una “pérdida en la curva de aprendizaje”, como fue descrito por Fernando Guerrero (comunicador de eventos culturales para el Ministerio de Cultura y Juventud, y promotor de eventos) en una entrevista realizada con él.

Existe una falta de estructura (...), no existe gente para la producción de eventos masivos. (...) Todo es por la falta de memoria institucional que no tiene ningún ministerio, que todo es por subcontrataciones, entonces no hay gente de planta que se dedique a lo mismo. (...) En este caso además se dio una pérdida en la curva de aprendizaje (...)” (F. Guerrero, comunicación personal, 14 de octubre del 2016).

Pero no todo son malas noticias, en los últimos años se ha trabajado desde este Ministerio en una revitalización del sector cultura, desde la redacción y puesta en práctica de la reciente Política Nacional de Derechos Culturales 2014-2023. Con esto, se intentan dar los primeros pasos hacia una articulación de largo plazo del sector cultura en general, un reforzamiento que va desde las escuelas hasta las actividades a gran escala para todo público, tal y como se describe la política en el siguiente extracto:

(...) define un conjunto de orientaciones estratégicas identificadas como fundamentales para estimular la participación efectiva de la diversidad de poblaciones en la vida cultural, así como la articulación efectiva de las expresiones culturales en los procesos de desarrollo sociocultural y económico en el nivel local, regional y nacional (p.4).

La concreción de la presente política permitirá contar con un marco orientador que delinee las prioridades en el campo cultural para el corto, mediano y largo plazo, orientando la gestión pública de los derechos humanos culturales hacia una visión estratégica y proporcionando coordinación, articulación y condiciones básicas para su sostenibilidad y sustentabilidad (p.6).

También es relevante la implementación de la Cuenta Satélite de Cultura, que se encarga de medir la contribución a la economía del país por parte del sector cultura como denota el siguiente extracto tomado de su página web:

La Cuenta Satélite de Cultura (CSC) es un sistema de información estadística que permite visibilizar la contribución de la cultura a la economía costarricense, como un motor de desarrollo integral y sostenible.

Los indicadores que genera la CSC son un punto de partida para fomentar el crecimiento del sector creativo del país, para crear estímulos e incentivos, y para la protección y promoción de la diversidad cultural. Esto beneficia a toda la población, porque la cultura es fundamental para lograr el desarrollo integral, sostenible y más equitativo del país (Ministerio de Cultura y Juventud, 2014).

Este sistema de información ha evidenciado resultados que permiten corroborar la gran influencia del sector musical en el país, no solo en el ámbito cultural, sino además en el sector económico, como evidencia Carlos Soto (2015) en su artículo en el periódico La Nación “Sector música aportó \$36.000 millones a la economía de Costa Rica en el 2013”:

En conjunto, los sectores música, audiovisual, publicitario, educación artística, diseño, editorial y artes escénicas suman \$505.029 millones, el equivalente al 2,2% del PIB, porcentaje que se ha mantenido del 2011 a 2013. (...) Las mediciones establecieron que, en el 2012, el sector música representó al Valor Agregado Cultural un 3% de esos \$505.029 millones, es decir \$15 millones. Además, en 2012, el aporte en producción de la música fue de \$35.954 millones y en 2013 fue de \$36.308 millones.

Como podemos observar en la cita anterior, la música, así como otras artes, ha trascendido más allá de ser solo un arte, una expresión de cultura, es además una industria que con el adecuado orden puede ser rentable y sostenible por sí sola, dejando la idea de un estado benefactor que debe proveer todos los medios, como afirma Fernando Guerrero:

“A veces se tiene el mito de que el Ministerio es el que tiene que impulsar todos los proyectos culturales, o los proyectos musicales, pero si fuera así no tendría nada de sentido, la idea es que funcione como un sector productivo (...) cortando un poco el mito de que el estado tiene que funcionar como un estado benefactor (...) los proyectos musicales que están destacando ahorita es porque tienen toda una estructura administrativa, hay un administrador, un contador, alguien lleva las comunicaciones, entonces eso conduce a la profesionalización”.(F. Guerrero, comunicación personal, 14 de octubre del 2016).

El sector música, que ha tenido un lento desarrollo, culmina no solo en una manifestación cultural, sino además en una contribución a la producción nacional, pues si bien su producción no es necesariamente material, tiene un costo. Y el Ministerio de Cultura y Juventud busca promover estos desarrollos, principalmente a través de la Unidad de Cultura y Economía cuyo objetivo se describe de la siguiente forma en su sitio web:

El objetivo de la Unidad de Cultura y Economía (UCE) es: "Generar las condiciones para crear y potenciar los emprendimientos e industrias culturales y creativas costarricenses, mediante la coordinación y articulación de esfuerzos a nivel institucional, interinstitucional, con el sector privado y la sociedad civil, orientadas hacia el crecimiento del sector y el desarrollo sostenible local y nacional (2014).



En síntesis, existe apoyo por parte del Estado, pero este puede llegar a no ser suficiente, pues la principal ayuda del Ministerio consiste en contribuir a la profesionalización de las bandas, para que en el futuro estas se mantengan por sí solas y sean independientes, así como en brindar algunos espacios para la interpretación de estas en diversos festivales y desfiles.

En adición a la contribución del Estado señalada, también existen las productoras privadas, las cuales pertenecen al sector privado que impulsa a la música, ya sea por interés de expansión de marcas, o por querer tomar cartas en el asunto para mejorar la escena. De este sector se hablará en la siguiente sección.

LA EMPRESA NARANJA

El título de este apartado viene explicado por el término “economía naranja” descrito en los aspectos conceptuales. A continuación, se pretende explicar el papel de las entidades privadas involucradas en la escena; desde las pequeñas organizadoras de eventos como *Perra Pop* o *Indie-Go*, hasta las grandes marcas que patrocinan eventos.

Según el *Semanario Universidad* en su artículo “Música popular independiente en Costa Rica es un hervidero”, escrito en el 2015 por Ana Beatriz Fernández; la escena musical costarricense ha crecido de forma destacable en la última década. El análisis de la Cuenta Satélite de Cultura del Banco Central y del Ministerio de Cultura y Juventud, muestra que para el 2014 existían más de 400 agrupaciones activas, y de acuerdo con Fernando Guerrero, se estima que el número se ha mantenido flotante alrededor de esa cifra. El estallido de la música independiente a inicios de este decenio ha llamado la atención, de tanto del sector privado como del público.

Las iniciativas privadas que han surgido en torno a esta floreciente escena poseen fines y características muy distintas entre sí. Para poder entender el papel que juega cada empresa en el desarrollo de la escena, se entrevistó a Felipe Pérez y Rodolfo León. La consulta nos permitió entender quiénes participan en los *chivos*, así como quién los organiza.

Rodolfo León ha estado involucrado en la escena independiente costarricense prácticamente desde su nacimiento. Su padre era músico, lo cual explicaría en parte su amor y dedicación por la música y la nacional en específico. Su presencia en la escena se sintió de forma más activa desde la década de los 90, al participar como espectador e incluso hasta como mánager distintas agrupaciones musicales. Según su testimonio, se alejó del ámbito durante un tiempo, a inicios de la primera década de los 2000, y volvió a finales de la misma década, encontrando una escena con aún más talento, incluso con más problemas.

Cuando León regresó a la escena decidió crear un blog en Internet bajo el nombre de *Perra Pop*, para desahogarse y escribir sobre todo lo que él veía que necesitaba cambiar en la escena. Este blog se convirtió en lo que hoy en día conocemos como la organizadora de

eventos *Perra Pop*. Cuando Rodolfo León decidió cambiar hacia una actitud más activa y utilizar su conocimiento adquirido por haber manejado bandas en el pasado, montó sus primeros eventos. Este proyecto comenzó con la organización de conciertos semanales todos los jueves en el bar “El Lobo Estepario”, en su actual sede de Avenida Segunda, en San José. En un principio se esperaba que este formato durara unos tres meses, pero fue tal la demanda por este tipo de eventos, que al día de hoy *Perra Pop* organiza un concierto todos los jueves de cada mes en El Lobo Estepario y además publica en el Facebook de *Perra Pop* la lista de conciertos, con el fin de facilitarle al público la información.

Uno de los objetivos de *Perra Pop* es ayudar a profesionalizar la escena musical independiente. Para León esto significa enseñarle a los integrantes de la escena, sean estos músicos, organizadores y público, cuáles son las prácticas adecuadas para lograr un mejor aprovechamiento de los recursos humanos y económicos empleados. Por ejemplo, una de las mayores quejas del público es que los eventos siempre prometen empezar a una hora determinada, pero comienzan media hora tarde, en el mejor de los casos, o hasta dos en el peor. Esta situación crea desconfianza en el público, el cual prefiere no ir a un concierto un jueves a las nueve de la noche, porque sabe que realmente va a empezar a las diez y al día siguiente deben ir a trabajar o a estudiar. Por esta razón todos los eventos de *Perra Pop* comienzan a la hora definida en la página del evento. La puntualidad le enseña al músico a respetar el tiempo de su público y al público a confiar en los eventos. (R. León, comunicación personal, 26 de agosto del 2016).

Otra lección que León desea inculcar en la escena nacional es que las bandas aprendan a trabajar dentro de su escala, para así evitar decepciones. Esto significa, por ejemplo, si la banda está haciendo su debut, no es necesario conseguir un lugar para 60 personas sabiendo que un estimado optimista serían 30. Si una banda se prepara para 60 y llegan 30, el golpe recibido no solo es económico sino también emocional. Una experiencia como la anterior podría matar todas las ilusiones de una banda y llevar a su desintegración. Para León es mejor prepararse para 30 y que lleguen 60, porque así nadie pierde y se conoce la escala sobre la cual se debe planear para el próximo evento (R. León, comunicación personal, 26 de agosto del 2016).

Esta búsqueda de la profesionalización no es única de “Fo” León. Como explicó Ana Beatriz Fernández en su artículo del Semanario Universidad, el creador de la empresa *Epicentro*, Roberto Montero (quien además es el mánager de 424), expresa que la producción nacional es de alto calibre, pero también necesita capacitación en los diferentes elementos del mercado musical para que sea un entorno más justo y propicie un mayor crecimiento. Mencionó también la necesidad de efectuar un análisis de aspectos como cuánto se paga por concierto, cuáles son las condiciones de las salas de música en vivo, así como la necesidad de promotores locales que inviertan en nuestro talento. La iniciativa llamada “CONECTA Costa Rica Música” representa un importante paso en la maduración de la escena. Este evento organizado por el Ministerio de Cultura y Juventud, el Instituto Nacional de la Música y el Centro Nacional de la Música e Ibermúsicas, llevado a cabo el 24 y 25 de julio en el Centro Nacional de la Cultura (CENAC), consistió en una serie de talleres, conferencias y debates a



cargo de expertos internacionales de la industria musical conectados a profesionales del sector musical de Costa Rica y tuvo como objetivo fortalecer a los músicos independientes del país.

Típicamente los conciertos de agrupaciones nacionales son asociados con los bares ubicados en La California, Barrio Amón, San Pedro o Escazú; espacios exclusivos para mayores de edad y, como se mencionó anteriormente, suelen empezar y terminar a altas horas de la noche. *Perra Pop* ha experimentado en los últimos meses con un formato de conciertos prácticamente único y conocido como “...en El Farolito”. Estos son una serie de conciertos mensuales para todo público en la Embajada de España, los cuales empiezan a las 7:00 p.m. y terminan a las 9:00 p.m. Para León, a estos eventos acude un sector de la población que quiere conocer el talento nacional pero no puede, ya sea por su familia, trabajo o edad. (R. León, comunicación personal, 26 de agosto del 2016). Al igual que la mayoría de los conciertos organizados por *Perra Pop*, el Farolito muestra bandas nuevas con mucho talento y ganas de tocar. Usualmente, estas personas nunca han escuchado hablar de las bandas, pero aun así invierten su tiempo para conocerlas. Este tipo de conciertos son tan accesibles que, en las últimas ediciones, han llegado niños acompañados de sus padres y adultos mayores a escuchar la música que ofrece la escena.

Este nuevo mercado inexplorado se relaciona con el hecho de que, en Costa Rica, el talento nacional es desconocido por gran parte de la población. Esto produce que el público de los eventos relacionados con arte nacional sea muy reducido. La gente no va a los *chivos* porque no saben siquiera de su existencia y aún menos que son de alta calidad. Es muy común que una persona le enseña a otra su grupo nacional favorito y la segunda quede asombrada porque nunca había escuchado que en Costa Rica se hiciera buena música. Por este motivo, como menciona “Fo” León, es necesario acostumar a las nuevas generaciones al talento que existe en el país. De esta forma el público meta de la escena se verá ampliado y además la población obtendrá un enriquecimiento cultural.

El papel de organizaciones como *Perra Pop* es ayudar a montar una plataforma para instruir a los músicos independientes, al mismo tiempo se les da una oportunidad para presentar su trabajo artístico. Funciona desde una escala menor para acoger al talento más fresco y nuevo y, luego catapultar a aquellos que logran sobresalir. A pesar de tener casi dos años de existir, su papel en la actualidad es fundamental y ha logrado crear la audiencia y relaciones necesarias para lograr su cometido.

Dentro de los eventos organizados con el fin de educar a la escena nacional, la organización *Epicentro* llevó a cabo una serie de charlas durante el festival *Transitarte* del año 2016 con temáticas relacionadas a los problemas de la escena y los músicos. Una de ellas tuvo como eje central “¿Cuál es el precio justo de un chivo?”.

La discusión comenzó afirmando que actualmente se cobra alrededor de 3000 colones en la mayoría de *chivos* realizados en el país. Esta suma, según los charlistas, es ridículamente pequeña y trae repercusiones no solo para el músico que está tratando de vivir de su arte, sino también para el establecimiento, el productor del evento e incluso para el consumidor del

arte. Una de las ideas que más llamó la atención fue la de “socializar la pérdida”, mencionada por “Fo” León, quien explicaba que al lograr un compromiso real de todos los involucrados, es más fácil conseguir un avance dentro de la escena. Por ejemplo, el artista debe de tomar cada *chivo* como un evento importante y dar lo mejor de sí en cada uno. El público debe aportar su tiempo y su dinero para a cambio, asistir a conciertos y descubrir nuevos grupos dentro de la escena. Por último, el promotor y el establecimiento deben de darle oportunidad a nuevos grupos para conseguir más audiencia. Otro punto destacado por “Fo” León es que en Costa Rica no existen individuos dedicados exclusivamente a la producción, organización y promoción de *chivos* como tal, en cambio hay integrantes de bandas que toman este papel, y esto afecta en gran manera la escena, ya que es muy difícil lograr una verdadera organización. Esto lleva a escenarios donde el músico termina siendo intérprete, promotor y agente publicitario de su proyecto.

Aún tras finalizar la discusión, no se logró llegar a un acuerdo sobre cuánto debe costar un *chivo*. Algunos interlocutores, como Fo León, daban cifras exactas como 5000 colones para un concierto de dos bandas o incluso para los de una sola banda ya establecida. Otros argumentaron la existencia de demasiadas variables por considerar, como por ejemplo el hecho de que en algunos conciertos, quienes organizan el evento pagan una suma fija a las bandas. Tal es el caso de los festivales o incluso celebraciones de Semana Universitaria. Se logró acordar que la cantidad cobrada es mucho menor al precio “justo” y esto puede llegar a mal acostumbrar al público que, según manifestó Felipe Pérez en la entrevista, lleva pagando 3000 colones por casi 10 años.

Otro aspecto relevante, mencionado por Felipe Pérez, es la relación existente entre las grandes marcas y las bandas que patrocinan. Las primeras buscan a las segundas con fines publicitarios y las segundas reciben la remuneración apropiada por tocar en eventos de las primeras. Gracias a la presencia de marcas como *Claro*, *Kölbi* y *Club Social*, se han podido realizar gran cantidad de eventos de mayor escala que los conciertos en bares de San José. Estas compañías incluso llegan a patrocinar bandas específicas, como fue el caso de *Claro* con *424* o *Kölbi* con *Percance*. Según Pérez, esta dinámica no afecta el proceso creativo en ningún sentido y funciona como una relación donde ambas partes consiguen lo que necesitan sin comprometer a la otra. (F. Pérez, comunicación personal, 1 de agosto del 2016).

Vivir de la música independiente/alternativa en Costa Rica es un logro casi inalcanzable; donde incluso los miembros de las agrupaciones nacionales con más renombre deben conseguir un segundo trabajo “normal” para mantener a flote sus finanzas. Esta problemática es comentada en el artículo de Alessandro Solís para La Nación “Proactividad, orden e inversión: ¿Es sostenible el rock en Costa Rica?”, donde se señalan varias razones por las cuales es poco rentable ser músico y las dificultades económicas implicadas en ser parte de la escena musical costarricense. De este artículo publicado en enero del 2015, se rescatan principalmente las palabras de Juan Carlos Pardo, baterista de *424*, en su opinión no se recibe apoyo del gobierno, por ejemplo, con la eliminación o rebaja de los impuestos dirigidos a las grabaciones de música, las cuales por su naturaleza tienen precios elevados y son necesarias para la superación de los músicos. Además, sus elevados costos en inversión tienen como



finalidad la entrega de un buen material al público. Por medio de una grabación de calidad, una agrupación obtiene acceso a muchas más oportunidades, tanto económicas como artísticas.

En opinión de Felipe Pérez el único cambio en la escena desde que ha estado involucrado en ella, es el público y las bandas. El público en relación al hecho de que muchas personas eran menores de edad y no podían entrar a bares, ahora tienen esa capacidad y llegan a llenar los conciertos. Esto puede ser una señal de que las personas jóvenes se están relacionando con el talento nacional. Pero también indica la falta más espacios para este tipo de público. Con respecto a las bandas, como ya se ha mencionado en los artículos citados, el talento es cada vez mayor y de gran calidad (F. Pérez, comunicación personal, 1 de agosto del 2016).

CONCLUSIONES

La escena musical costarricense no es un fenómeno aislado del presente milenio. Pero aun con el tiempo transcurrido, el número y calidad de las bandas y músicos independientes, muchos de los mismos problemas que afectan el desarrollo del ámbito se han mantenido. Al mismo tiempo, la cantidad y calidad de las bandas crea un ambiente sumamente competitivo, donde la camaradería entre bandas surge naturalmente como instinto de supervivencia.

El surgimiento de las nuevas tecnologías de información ha sido el detonante de un cambio en el paradigma de la escena. Principalmente en el área de la divulgación, donde ahora todo movimiento de una banda, desde el anuncio de una presentación en vivo hasta el lanzamiento del nuevo disco, pasa por las redes sociales. El público nada más puede darle “like” a la página de los artistas que le llamen la atención para estar al tanto de sus novedades. Estas herramientas les han brindado a los músicos independientes el alcance necesario para propulsar sus proyectos sin la influencia de terceros (característica del movimiento independiente).

Esta libertad informativa brindada por el Internet también ha permitido el surgimiento de revistas digitales independientes, tanto nacionales como internacionales, sobre el acontecer musical. Las bandas utilizan estos medios para dar a conocer sus propuestas a los lectores. En este aspecto, los comunicados de prensa juegan un papel indispensable para que los músicos tengan sus primeros contactos con los medios. Por otro lado, se debe rescatar el papel de la radio el cual aún sigue siendo un medio importante a la hora de difundir música, y es por esto que se subrayan iniciativas como las de *Radio Nacional*, por tener secciones de programación con solo música nacional.

La música es ya una forma de arte importante en Costa Rica, pero hasta hace poco se le comienza a prestar atención dentro de las políticas estatales como una industria a la que se debe apoyar y promover. Eventos como el Festival Nacional de las Artes, Festival Internacional de las Artes y Transitarte han sido de suma importancia para el desarrollo de la escena independiente de la música nacional. Pero todavía esto no es suficiente para cumplir con la labor que se le ha otorgado al Ministerio de Cultura y Juventud.

Debido a que la industria de la música aún requiere subsidio estatal es importante el apoyo del Estado de forma más vigorosa para su profesionalización, para su sostenimiento. Esta iniciativa requiere que ambas partes mejoren la comunicación, así los músicos sabrían dónde y cómo acceder a las ayudas del Estado, y este sabría de las ayudas reales requeridas por la escena independiente. Otro aspecto a mejorar es la continuidad de los funcionarios encargados de eventos masivos para la promoción musical, existen fallos que restan legitimidad al apoyo estatal y generan retrocesos.

En cuanto al papel de la empresa privada, deja en evidencia que la música no solo es un arte, sino también una industria de entretenimiento, es importante entender las oportunidades brindadas a los músicos. En este aspecto, es necesario comprender la escala sobre la cual trabaja cada empresa. En el área de la pequeña escala, encontramos proyectos como el de Perra Pop, el cual, a pesar de tener poco tiempo de existir, se ha convertido en una de las organizadoras de eventos sobresalientes. En el otro lado del espectro, se encuentran los grandes festivales organizados por marcas como “Coca Cola” o “Claro”, los cuales buscan publicidad apelando al gusto musical de las personas.

La diferencia entre ambas escalas no significa que una sea mejor que la otra. Ambas son partes esenciales para el crecimiento de la escena, pues atienden a diferentes mercados y benefician a distintos actores. Por un lado, podríamos tomar el ejemplo de Perra Pop, la cual se ha encargado de darle un escenario a las bandas más nuevas, al mismo tiempo que contribuye a la profesionalización de la escena. En el caso de eventos de mayor escala, como el Festival SuenacR¹⁰ o el Festival Imperial¹¹, no solo significan una mayor remuneración para el músico o sus agrupaciones, sino que también poseen un público mayor que aumenta el alcance o proyección de las bandas.

Existen aún inconvenientes dentro de la escena y la cultura costarricense que influyen en su desarrollo. Por un lado, se podría criticar la falta de espacios para personas menores de edad y jóvenes, pero aún más la distancia entre el costarricense en general y la música nacional. Es necesario acercar a los costarricenses al talento del país, que suele ser de la misma o incluso mayor calidad que las propuestas internacionales. Esto con el fin de ampliar el público de la escena, aspecto que en consecuencia beneficiaría a la industria. Además, el debate sobre el precio justo de los conciertos, a pesar de no establecerse un precio mínimo, existe claridad en la necesidad de aumentar el precio de los mismos, en la actualidad ronda los 3000 colones.

Esperamos que esta investigación sirva como insumo para el debate sobre el crecimiento y desarrollo de uno de los campos más creativos y de actualidad en el país, en los cuales incursionan adolescentes y jóvenes, y para la generación de investigaciones académicas, estatales y privadas, con el fin de visibilizar una expresión artística que también contribuye a la economía nacional.

¹⁰ Festival de Música Nacional organizado por la marca Claro.

¹¹ Festival musical de la Cervecería Costa Rica.



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acuña, P. (4 de mayo de 2016). *Bailar a mi propio ritmo*. Revista Vacío. Recuperado de: <http://revistavacio.com/author/pablo-acuna/>
- Aguilar, P. (30 de octubre de 2014). *Llegó la economía naranja*. Recuperado de CRhoy: <http://www.crhoy.com/llego-la-economia-naranja/opinion/>
- Alvarez, J. M. (27 de abril de 2015). Problemas y críticas al FIA 2015. Seguimos "soñando cultura". En *Underflow*. Recuperado de <http://www.underflow-cr.org/blog/problemas-y-criticas-al-fia-2015-seguimos-sonando-cultura>
- Andrews, C. (2006). *If it's cool, creative and different, it's indie*. Abril 2015, Recuperado de CNN Sitio web: <http://edition.cnn.com/2006/SHOWBIZ/Music/09/19/indie.overview/index.html>
- Archivo Nacional (2014). *Entrada descriptiva con la aplicación de la norma internacional ISAD*. Fondo Ministerio de Cultura Juventud y Deportes. San José: Archivo Nacional. Recuperado de http://www.archivonacional.go.cr/index.php?option=com_content&view=article&id=456%3Aentradas-categorizacion-isad-g&catid=69%3Aarchivo-historico&Itemid=91&limitstart=1
- Bennett, A. y Richard A. Peterson (2004). *Music scenes. Local, translocal and virtual*. Vanderbilt University press. Recuperado de: <https://www.sfu.ca/cmns/courses/2011/488/1-Readings/Bennett%20Consolidating%20Music%20Scenes.pdf>
- Buitrago, F. y Duque, I. (2013). *La economía naranja: una oportunidad infinita*. Bogotá: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Castro, L. M. (2003). En busca de una definición de música. En: *Música para todos: Una introducción al estudio de la música* (pp. 5,6). San José, Costa Rica: Editorial de la Universidad de Costa Rica.
- Dye, Thomas R. (2008). "Understanding Public Policies", 12th Edition, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Fernández, A. (22 de julio de 2015). *Música popular independiente en Costa Rica es un hervidero*. Semanario Universidad. Recuperado de: <https://semanariouniversidad.com/%20cultura/musica-popular-independiente-en-costa-rica-es-un-hervidero/>
- Fuster, M. (15 de marzo de 2010). *Iniciativa = Apoyo*. En *89decibeles*. Recuperado de: <http://89decibeles.com/columnas/el-columpio/iniciativa-apoyo>
- Guzmán, C. (16 de octubre de 2000). "¿Matar un chivo? Una manera de ganar el sustento". San José, Costa Rica. Recuperado de: http://www.nacion.com/opinion/Matar-chivo_0_422957745.html

- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5ta ed.) México: McGraw-Hill Interamericana.
- Hesmondhalgh, David (1999). "Indie: the institutional politics and aesthetics of a popular music genre" 13 (1). *Cultural Studies*: 34–61. Recuperado de: [http://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/MEDIA118/political%20participation%20and%20online%20activism%20\(%CE%B2%CE%BB%20%CF%83%CF%87%CE%B5%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC%20%CE%BC%CE%B5%20social%20media%20%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%82%20%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%B4%CE%AD%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%82\)/music%20and%20politics/institutional%20politics%20of%20indie%20music_1999.pdf](http://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/MEDIA118/political%20participation%20and%20online%20activism%20(%CE%B2%CE%BB%20%CF%83%CF%87%CE%B5%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AC%20%CE%BC%CE%B5%20social%20media%20%CF%83%CF%84%CE%BF%CF%85%CF%82%20%CF%83%CF%85%CE%BD%CE%B4%CE%AD%CF%83%CE%BC%CE%BF%CF%85%CF%82)/music%20and%20politics/institutional%20politics%20of%20indie%20music_1999.pdf)
- Ladeira, R., Cortizo, V. y Sánchez, I. (2006). *Diccionario jurídico de los medio de comunicación*. Madrid: Editorial Reus. Recuperado de: https://books.google.co.cr/books?id=unlw22E8dFwC&pg=PA29&dq=manager+artístico&hl=es-419&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=manager%20artístico&f=false
- Lang, E. (6 de diciembre de 2015). *5 questions for Costa Rican band 424 – ‘an album is a photograph’*. The Tico Times. Recuperado de <http://www.ticotimes.net/2015/12/06/5-questions-for-costa-rican-band-424-an-album-is-a-photograph>
- Lang, E. (12 de diciembre de 2015). *Saying goodbye to El Steinvorth: a downtown cultural catalyst*. The Tico Times. Recuperado de <http://www.ticotimes.net/2015/12/12/saying-goodbye-to-el-steinvorth-a-downtown-cultural-catalyst>
- León, F. (2016). *Perra Pop*. Mixtape. San José: Editorial Germinal.
- León, F. (10 de diciembre de 2015). *El Steinvorth: espacio y contenido*. Recuperado de Revista Vacío: <http://revistavacio.com/musica/el-steinvorth-espacio-y-contenido/>
- Matarrita, M. (2009). "Apología del chivo". En *La Retreta*, Año II No. 3, Julio-Septiembre, San José, Costa Rica. Recuperado de: <http://www.laretreta.net/0203/chivo.pdf>
- Ministerio de Cultura y Juventud. (2014). *Política Nacional de Derechos Culturales*. San José: Ministerio de Juventud y Cultura. Recuperado de: <https://cdn.cuentasatelitecultura.go.cr/wp-content/uploads/Pol%C3%ADtica-Nacional-de-Derechos-Culturales-2013-2024-.pdf>
- Ministerio de Cultura y Juventud. (2014). *Sobre la CSCCR: Cuenta Satélite de Cultura*. Recuperado de <https://cuentasatelitecultura.go.cr/sobre-la-csc/>
- Muñoz, D. (19 de mayo de 2015). *Radio Nacional será música costarricense*. Semanario Universidad. Recobrado de : <http://semanariouniversidad.ucr.cr/cultura/radio-nacional-sera-musica-costarricense/>
- Organización de Estados Iberoamericanos. (24 de abril de 2011). *Políticas Culturales*. Recuperado de http://www.oei.es/cultura/politicas_culturales.htm



Rojas, J.M. (2015). *¿Para qué carretas sin marimbas? Hacia una historia crítica de la práctica de la música "clásica" en Costa Rica (1971-2011)*. San José: Arlekin.

Sistema de Información Cultural de Costa Rica Sicultura. (2014). *Unidad de Cultura y Economía*. Recuperado de <http://si.cultura.cr/capacitacion/ministerio-de-cultura-y-juventud-mcj-unidad-de-cultura-y-economia-uce.html>

Solís, A. L. (10 de enero de 2015). *La escena que estalló: el gran salto del rock costarricense*. En *La Nación*. Recuperado de: http://www.nacion.com/ocio/musica/escena-estallo-salto-rock-costarricense_0_1462653773.html

Solís, A. (10 de enero de 2015). Proactividad, orden e inversión: ¿Es sostenible el rock en Costa Rica? En *La Nación*. Recuperado de: http://www.nacion.com/ocio/musica/Proactividad-inversion-sostenible-Costa-Rica_0_1462453931.html

Soto, C. (10 de diciembre de 2015). Sector música aportó 36.000 millones a la economía de Costa Rica en el 2013. Recuperado de *La Nación* Sitio web: http://www.nacion.com/ocio/musica/Sector-musica-aporto-millones-economia_0_1529447057.html

Vargas, F. (29 de abril de 2015). Manuel Obregón: “FIA 2015 parece un cuento de terror”. *La República*. Recuperado de:

<https://www.larepublica.net/noticia/manuel-obregon-fia-2015-parece-un-cuento-de-terror>