

# **Discos Regal. Aproximación a la historia de un sello discográfico pionero en España (1923-1935)**

(Regal Records. An approach to the history of a pioneering record label in Spain (1923-1935))

Bilbao Salsidua, Mikel

Univ. del País Vasco (UPV/EHU). Dpto. de Historia del Arte y Música. B° Sarriena, s/n. 48940 Leioa  
miguel.bilbaos@ehu.es

Recep.: 10.01.2012

BIBLID [ISSN: 1137-4470, eISSN: 2174-551X (2013), 20; 143-166] Acep.: 28.05.2013

---

*En 1923, el empresario Juan Inurrieta estableció en Donostia-San Sebastián la Columbia Graphophone Company S.A., empresa que permaneció en activo durante varias décadas. El presente artículo aborda el estudio de Discos Regal, uno de los sellos asociado a esta compañía, cuyo amplio catálogo se conformó en los años veinte y treinta.*

*Palabras Clave: Regal. Industria discográfica. Música. Historia.*

*1923. urtean, Juan Inurrieta enpresariak Donostian Columbia Graphophone Company S.A. sortu zuen, jarduneko hainbat hamarkadetan zehar egon zen enpresa. Artikulu hau Regal Diskoetxeari buruzko ikerlana da, konpainia honekin lotutako diskoetxe bat, zeinen 20 eta 30ko bitarteko hamarkadetan katalogo zabala osatu zen.*

*Giltza-Hitzak: Regal. Disko-Industria. Musika. Historia.*

*En 1923, l'entrepreneur Juan Inurrieta a établi à Donostia - San Sebastián la Columbia Graphophone Company S.A., société qui est restée en activité pendant plusieurs décennies. Cet article traite de l'étude des Disques Regal, un des labels associés à cette compagnie, dont le vaste catalogue s'est constitué dans les années vingt et trente.*

*Mots-Clés : Regal. Industrie discographique. Musique. Histoire.*

## 1. INTRODUCCIÓN

[...] De esta manera, ya lo ven, los hogares más humildes podrán acceder al invento sin desembolsar grandes sumas, y el autor percibirá derechos relativamente cuantiosos según el número de audiciones proporcionadas [...] (Uzanne, 2010: 42)<sup>1</sup>

El proceso de industrialización vivido en Europa durante el siglo XIX conllevó grandes cambios socioeconómicos, demográficos, culturales y tecnológicos. Así, la economía basada en el trabajo manual que había imperado hasta el siglo XVIII dio paso a otra dominada por la mecanización, la expansión comercial y la innovación tecnológica. Estos y otros factores alteraron radicalmente el orden social establecido y los hábitos de consumo, y conceptos poco comunes hasta el momento como el de excedente de producción o marca, comenzaron a ser de uso habitual. El consumo cultural no fue ajeno a todos estos cambios y, de hecho, podríamos afirmar que esta práctica se convirtió en uno de los elementos con el que la incipiente burguesía industrial pretendió diferenciarse de otros colectivos<sup>2</sup>.

La tecnología y su aplicación a la grabación y reproducción del sonido, marcó un punto de inflexión en lo que al consumo musical se refiere. En 1876 Thomas Alva Edison (1847-1931) inventó el fonógrafo<sup>3</sup>, dispositivo que constaba de un cilindro en el que por medio de un estilete conectado a un diafragma se imprimía la huella generada por la vibración del sonido<sup>4</sup>. En 1888 Emile Berliner (1851-1929) patentó el gramófono, sistema de grabación y reproducción de sonido sobre un disco plano que desbancó en pocas décadas al fonógrafo. Su proceso de grabación se basaba en la transformación de ondas sonoras en vibraciones mecánicas que quedaban plasmadas en un disco de cera mediante un surco en espiral trazado por una púa. Este disco servía para la elaboración de una matriz que permitía la fabricación seriada de copias, aspecto que resultó esencial para el origen y crecimiento de un nuevo tipo de industria<sup>5</sup>.

---

1. *El fin de los libros* de Octave Uzanne se editó por primera vez en 1894, dentro del libro de relatos *Contes pour les bibliophiles*.

2. Esta idea fue ampliamente desarrollada por Pierre Bourdieu (1931-2002) que aborda el estudio de los gustos de las clases dominante, media y popular y lo relaciona con los hábitos de consumo y su carácter simbólico, a la vez que presenta el consumo cultural como una sutil herramienta de la lucha de clases. Véase Bourdieu (1988).

3. Existieron inventos anteriores como el fonógrafo, patentado por Édouard-Léon Scott de Martinville (1817-1879) en 1857, si bien su repercusión fue mínima en comparación con dispositivos posteriores. En el 2008 un grupo de investigadores estadounidense pudo reproducir la canción folclórica *Au Clair de la Lune* grabada en un fonógrafo. Véase Rosen (2008).

4. La primera canción grabada con este dispositivo fue *Mary had a little lamb*, en 1877 y su patente se registró en 1878.

5. Sobre la evolución de los diferentes métodos de grabación y reproducción del sonido, resulta de interés Morton (2006).

Aunque el nacimiento de la industria discográfica data de finales del siglo XIX<sup>6</sup>, su verdadero potencial comenzó a desarrollarse durante el primer tercio del siglo XX. Como es de suponer, la irrupción del disco como objeto de consumo privado y privilegiado alteró la relación que hasta el momento había existido entre el público y el fenómeno musical. Asimismo, la hegemonía histórica que había ostentado la interpretación en vivo, tuvo que competir con las posibilidades que brindaba este nuevo medio. No es de extrañar por tanto, que algunos sectores de la profesión vieran seriamente dañados sus intereses, hecho que se aprecia en algunos artículos de prensa de los años veinte y treinta como el publicado por el *Diario de Alicante* en septiembre de 1931, titulado “Los profesores de orquesta”, en el que se exponen argumentos como:

[...] Los músicos españoles protestamos públicamente del engaño, contra la invasión de aparatos mecánicos (gramolas eléctricas, receptores de radio) que además de ser estridentes, arrebatan el pan de muchas familias, sin favorecer siquiera la industria nacional, siendo bien sabido que estos artefactos son de fabricación extranjera, así como la mayoría de los discos o placas... Prestad vuestro apoyo a la justa causa de los profesores de orquesta que tantas veces han intervenido e intervendrán desinteresadamente en cuantos actos benéficos han sido solicitados por corporaciones oficiales y entidades particulares, y les ayudéis en su campaña para acabar con la degeneración que supone la audición de música mecánica en los espectáculos en general [...] (*Diario de Alicante: Periódico republicano*, 30/09/1931: 1).

En fechas muy próximas otro artículo publicado en el diario *El Sol* se hacía eco del “problema del trabajo en la profesión musical” y se manifestaba contrario a “la eliminación de las orquestas habituales en los cinematógrafos” y “al empleo abusivo de los altavoces en sitios públicos, con retransmisión de discos gramofónicos y de radio” (*El Sol*, 04/09/1931: 2). Este clima de desconfianza en torno a las innovaciones tecnológicas y su repercusión en la creación y la profesión artística posee profundas raíces históricas. De hecho, desde la primera mitad del siglo XIX, inventos como la fotografía fueron vistos por algunos sectores como una amenaza real destinada a destruir el arte, y los temores y opiniones negativas que suscitaron fueron muy similares a los que se dieron en el ámbito musical con la consolidación de la industria discográfica o el nacimiento de la radio en las primeras décadas del siglo XX<sup>7</sup>. Aunque desde nuestra perspectiva actual

---

6. Momento en el que se fundan sellos históricos como Columbia Records (1888). Sobre el nacimiento de esta compañía y sus primeras décadas de existencia véase Marmorstein, 2007: 1-94. Sobre la historia de este sello véase también Wilentz (2012).

7. El propio Charles Baudelaire dijo que este medio era el “enemigo mortal del arte”, y pintores como Jean Auguste Dominique Ingres lideraron una petición formal al gobierno francés para la prohibición de la fotografía por competencia desleal. Véase “El público moderno y la fotografía” en Baudelaire, 1996: 229-233, crítica perteneciente al Salón de 1859. Asimismo pensadores contemporáneos a la cronología que aborda este artículo, como Walter Benjamin o Theodor W. Adorno, trataron en algunos de sus escritos la repercusión de la industrialización y sus consecuencias en el rol del creador, en la percepción de la obra de arte o en el propio mercado cultural. Véanse, entre otros, el ensayo escrito en 1936 por Walter Benjamin “La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica”, en Benjamin, 1973: 15-60, o el interesante concepto de

podamos atribuir cierta ingenuidad a este tipo de opiniones e iniciativas, lo cierto es que en sus orígenes estas innovaciones fueron vistas como una amenaza real. No debemos olvidar que la música que amenizaba fiestas o acompañó a las películas hasta el nacimiento del cine sonoro, fue interpretada por músicos profesionales que vieron en el disco un elemento que podía hacer peligrar su sustento. Así, entre la euforia por lo nuevo, el escepticismo y el rechazo de algunos colectivos, además de ciertos vacíos legales que comentaremos *a posteriori*, surgieron sellos como discos Regal.

## 2. DISCOS REGAL. DESDE SUS ORÍGENES AL CONTENCIOSO CON EMI

La familia Inurrieta estuvo estrechamente vinculada al comercio en Donostia-San Sebastián desde las primeras décadas del siglo XX. El Boletín Oficial de la Propiedad Industrial recoge el registro de la *Casa Inurrieta* en 1913, establecimiento sito en el número 22 de la calle San Marcial<sup>8</sup> que se dedicó a la venta de “instrumentos musicales, ediciones de obras musicales impresas, métodos de música impresa, pianos, pianolas, gramófonos, máquinas parlantes, armóniums y catálogos ilustrados” (*Boletín Oficial de la Propiedad Industrial*, nº 650, 1913: 50). Juan Inurrieta Ordozgoiti fue quien registró el nombre de esta empresa familiar y fue asimismo el fundador, una década después, de la Columbia Graphophone Company, sociedad a la que perteneció el sello Regal. Sin embargo, la relación de Inurrieta con la industria musical comenzó años antes de que fundara su compañía discográfica en 1923. De hecho, registró varias patentes y nombres comerciales tales como la “marca de máquinas parlantes Mercedes” (1913) (*Boletín Oficial de la Propiedad Industrial*, nº 653, 1913: 49), “un procedimiento de fabricación de bocinas de madera para máquinas parlantes” (1915) (*Boletín Oficial de la Propiedad Industrial*, nº 684, 1915: 9.), o la marca Radiophone “para distinguir máquinas receptoras y transmisoras de radiotelefonía y accesorios para las mismas” (1923) (*Boletín Oficial de la Propiedad Industrial*, nº 883, 1923: 54).

Otro de los hechos relevantes en la trayectoria de este empresario fue la creación de la *Sociedad Hispano Americana* en 1917 (fig.1), un negocio con sede social en el número 27 de la Avenida de la Libertad de San Sebastián, y que estuvo destinado “a la venta de pianos, rollos de música para autopianos, máquinas parlantes, discos para las mismas, máquinas de escribir, máquinas de coser y accesorios” (*Boletín Oficial de la Propiedad Industrial*, nº 751, 1917: 65)<sup>9</sup>. Seis años después de su creación, esta empresa contaba con sucursales en Madrid, Barcelona, Zaragoza, Bilbao<sup>10</sup>, Valencia, Murcia,

---

“industria cultural” propuesto en la obra publicada en 1947 y escrita por Max Horkheimer Theodor W.Adorno “La industria cultural. Ilustración como engaño de masas”, en Adorno, 2007: 133-181.

8. Contó también con otro establecimiento en la calle Guetaria número 5.

9. El registro como nombre comercial de la *Sociedad Hispano Americana* tuvo lugar un año después tal y como se desprende del *Boletín Oficial de la Propiedad Industrial*, nº 765, 1918: 46.

10. En Bilbao, Inurrieta y Compañía se anuncia como empresa vendedora de artículos musicales en la Plaza Nueva nº 3. Véase Cámara de Comercio, 1925: 213.

Sevilla, Córdoba, Cádiz, Málaga, Almería, Granada León, Palencia, Oviedo, Gijón, Santander, La Coruña y Vigo (*Boletín Oficial de la Propiedad Industrial*, nº 887, 1923: 84)<sup>11</sup>. Algunos anuncios publicados en periódicos de alcance nacional como el *ABC*<sup>12</sup>, dan fe del importante papel que esta empresa jugó en la promoción de los discos Regal durante sus primeros años de andadura. De hecho, se podría afirmar que el éxito comercial de este sello se debió tanto a las variadas técnicas publicitarias que el empresario donostiarra aplicó a sus negocios, como a la existencia de una red de distribución estable que fue reforzada y ampliada.



Fig. 1: Anuncio de la empresa Sociedad Hispano Americana de Juan Inurrieta.

Registrado en el *Boletín Oficial de la Propiedad Industrial*, nº 891 de 1923, p. 64.

Otro de los antecedentes que sin duda propició el acercamiento de Inurrieta a la industria discográfica fue la apertura de una fábrica de discos en Pasajes Ancho (Gipuzkoa), promovida por el empresario Salustiano Loinaz Susunaga (Jones, 1995: 37)<sup>13</sup>. Éste se asoció en torno a 1915 con la histórica factoría *Pathé Frères*, firma que además de su conocida labor en el ámbito cinematográfico poseía un importante sello discográfico. Existen paralelismos más que notables entre los inicios de Loinaz e Inurrieta. Ambos comenzaron con empresas cuya producción era muy diversa, pues tanto la “Sociedad Hispano Americana” como “S. Loinaz y Compañía”, sita en la calle Prim 39 de San Sebastián, se dedicaban a la venta de objetos tan diversos como bicicletas, máquinas de fotos, de escribir o gramófonos (*Boletín Oficial de la Propiedad Industrial*, nº 703, 1915: 78). Además, la trayectoria de los dos empresarios derivó en la industria discográfica, si bien el recorrido de Loinaz en este sector fue mucho más corto.

Durante algo más de una década, la factoría de Salustiano Loinaz fabricó los discos Pathé en Gipuzkoa, con matrices tanto foráneas como españolas, bajo el nombre Explotación Española Pathéfono de San

11. En él se reproduce el listado completo de comercios con sus direcciones.

12. Véase el anuncio publicado a página completa en *ABC*, 11/12/1924: 37.

13. A este respecto cabe destacar la aportación de Jaione Landaberea en la que se hace referencia a que el 6 de mayo de 1917 Salustiano Loinaz, Inurrieta y compañía solicitan permiso para la construcción de una fábrica con destino a la explotación del Pathéfono en los terrenos de Balda (Landaberea, 2007: 380).

Sebastián, que en 1924 y hasta su disolución en 1928 pasó a denominarse Sociedad Española del Pathéfono y de Reproducciones Musicales S.A.<sup>14</sup>. La Casa Inurrieta fue la distribuidora de esta marca en Donostia hasta comienzos de los años veinte, tal y como aparece reflejado en los anuncios de varias publicaciones periódicas de época<sup>15</sup>. Por lo tanto, no es de extrañar que su gerente, conocedor de primera mano de las ventas y de las grandes oportunidades comerciales que se abrían en este nuevo mercado, optase por crear su propia fábrica de discos poco tiempo después.

En 1923 Juan Inurrieta fundó la “Columbia Graphophone Company Sociedad Anónima Española”, para distinguir sus establecimientos de fabricación y venta de discos, máquinas parlantes y sus accesorios” (*Boletín Oficial de la Propiedad Industrial*, nº 881, 1923: 112). Tal y como consta en los datos de su registro, en origen tuvo la misma sede social que la Sociedad Hispano Americana<sup>16</sup>, así como sucursales en 49 provincias. Ese mismo año la Sociedad de Construcciones de San Sebastián<sup>17</sup>, dirigida por el ingeniero de caminos Juan Machimbarrena, llevó a cabo la construcción de su fábrica ubicada en la calle Eustasio Amilibia número 3 de San Sebastián<sup>18</sup>. Allí se materializaron los discos de los diferentes sellos asociados a la Columbia española, compañía que surgió como subsidiaria de la empresa británica del mismo nombre. Columbia y Regal fueron los dos sellos bajo los que se editaron los discos de la prolífica fábrica de Inurrieta durante los años veinte y treinta, hecho que fue posible tras firma en 1923 de un acuerdo con la Columbia británica y, a través de ella, de otro convenio con la Columbia Phonograph Co. Inc de Nueva York<sup>19</sup>. Ambos sellos pertenecían a estas dos empresas anglosajonas<sup>20</sup>, cuestión que como veremos a posteriori será el germen un conflicto legal a comienzos de los años treinta.

Aunque la marca Regal fue registrada por Juan Inurrieta en 1924 “para distinguir máquinas parlantes, discos, agujas y accesorios” (*Boletín Oficial de la Propiedad Industrial*, nº 905, 1924: 27)<sup>21</sup>, existen evidencias de que

---

14. En 1917 ya poseía cerca de setenta distribuidores por toda España que aparecen relacionados en el anuncio publicado en *Mundo Gráfico*, 30/05/1917: 23.

15. Véase el anuncio a página completa publicado en la revista *Mundo Gráfico*, 27/06/1917: 23.

16. Avenida de la Libertad número 27 de Donostia-San Sebastián.

17. La Sociedad General de Construcciones de San Sebastián, que poseía una sucursal en la calle Reina Victoria nº 2 de Madrid, fue la promotora de varias obras en Donostia-San Sebastián a comienzos de los años veinte, tales como la Delegación de Hacienda y Aduana, así como algunos hoteles y residencias particulares. Véase *La Acción*, 11/12/1923: 5.

18. Tal y como consta en algunas guías comerciales de la época. Véase *Anuarios Regionales*, 1932: 16.

19. Véase Jones, 1995: 38-40.

20. Concretamente Regal fue un sello londinense creado en 1914 como subsidiario de la Columbia británica y editó sus discos bajo esa denominación hasta 1932, año en el que pasó a denominarse Regal Zonophone. Para consulta del catálogo completo de esta etapa véase Bradock (2007).

21. Curiosamente el siguiente registro de este boletín se corresponde con otro realizado por Inurrieta para la Sociedad Hispano Americana. Inscribió la marca *Bristoll* “para distinguir armas de fuego de todas las clases” lo que evidencia la mencionada variedad de productos comercializados por esta empresa.

la comercialización de discos bajo este sello es anterior. De hecho, en el *Catálogo general de discos dobles marca Regal*<sup>22</sup> de 1924 se especifica que hasta ese año se habían editado catorce suplementos, publicaciones que como veremos tenían una periodicidad mensual y fueron esenciales en la comercialización de su catálogo a lo largo de más de una década. Durante este tiempo, tuvieron lugar varios acontecimientos relacionados con la industria discográfica en general, y con este sello en particular, que merece la pena mencionar. Uno de ellos fue el nacimiento de la radiodifusión, cuyos orígenes en España estuvieron marcados por una fase experimental que culminó con la regularización del medio establecida en la Real Orden de 14 de junio de 1924<sup>23</sup>. A partir de este momento se crearon la Asociación Nacional de Radiodifusión y emisoras como Radio Barcelona, Radio Ibérica o el grupo Unión Radio que en 1930 contaba con estaciones en Barcelona, Madrid, Sevilla y San Sebastián<sup>24</sup>. Si bien la emisión de música en vivo fue una práctica habitual desde los orígenes de la radio, un somero análisis de la programación de algunas emisoras españolas de los años veinte y treinta, pondría de manifiesto que la música grabada era una parte esencial de la oferta de este medio<sup>25</sup>. Sin embargo, el desarrollo paralelo de las industrias discográfica y radiofónica se topó con la falta de una legislación que regulase adecuadamente la relación entre ambas.

Hasta 1928, la reglamentación en España en torno a los derechos de autor derivados de la ejecución pública por medios mecánicos de obras musicales era muy escasa. De hecho, una Real Orden de 23 de marzo de ese año matizaba algunos aspectos de la Ley de Propiedad Intelectual vigente<sup>26</sup> y subrayaba la necesidad de perseguir las reproducciones ilegales “no sólo por medio de los sistemas impresores y reproductores conocidos, sino también por los que se inventen en lo sucesivo” (*Gaceta de Madrid*, nº 90, 30/03/1928: 2016). Aunque la reproducción pública de creaciones musicales por medio de gramófonos o pianos de manubrio sin permiso de sus autores se perfilaba como algo difícil de frenar, el ejercicio de este control en medios de comunicación como la radio se podía llevar a cabo con mayor facilidad. Sin embargo, tal y como se aprecia en algunos artículos de época, el enfrentamiento entre las casas discográficas y las emisoras de radio fue

---

22. Véase Columbia (1924).

23. *Gaceta de Madrid*, nº 167, 15/06/1924: 1325-1328.

24. Sobre los orígenes de la radio en España cabe destacar, entre otros, Garitaonaindia, 1988: 9-49 y Balsebre, 2001: 35-255. Asimismo, resulta especialmente relevante Arce (2008: 81-120), donde se pone de manifiesto la estrecha relación que existió entre los músicos profesionales y la radio en sus orígenes.

25. Publicaciones periódicas como la revista *Ondas*, promovida y dirigida por Ricardo María Urgoiti (1900-1979), fundador a su vez de Unión Radio, dan fe de ello. En un artículo publicado en 1926 titulado “El periódico y la radio” se dice de este nuevo medio de comunicación que es “cultura del alma, comunión de belleza gracias a la música, agente poderosísimo y peculiar de la nueva actividad difusora. Flor exquisita en el complejo laboratorio eléctrico de la radio, la música, podría decirse, es su espíritu santo” (*Ondas*, nº 62, 22/08/1926: 3). En este y otros números de la revista se puede apreciar el importante papel que se otorgaba a la música en la programación de las emisoras de radio.

26. Sobre este particular resulta de interés Sánchez, 2002: 993-1020.

constante hasta comienzos de los años treinta. No debemos olvidar que la irrupción de la radio en los hogares fue otra gran revolución que afectó tanto a la forma de recibir la información como al consumo musical, aspecto que repercutía directamente en los intereses de las compañías discográficas. Un artículo publicado en el diario *La Prensa* en 1933 resume claramente el contenido de esta polémica en el siguiente texto:

[...] Las fábricas de discos tienen que gastar muchos miles de duros y materia prima, y contratar a buen precio en todos los casos a artistas, músicos y autores. Fruto de todo este esfuerzo y de todo este gasto es el disco ya impreso. Y cuando lo está, la emisora lo compra por ocho o diez pesetas para radiarlo a diario, sin reparar en los intereses de las fábricas y en la prohibición expresa que consignan en cada disco [...] (*La Prensa*, 21/07/1933: 2)<sup>27</sup>.

Este enfrentamiento también fue tratado en dos artículos publicados en el diario *El Pueblo Vasco* titulados “Las emisiones de radio y los discos de gramófono”<sup>28</sup> y “La radio, los discos y la difusión de los partidos”<sup>29</sup>. Ambos pusieron de manifiesto el reiterado incumplimiento de la radio no sólo en lo que a la radiación de discos se refiere, sino también a la de eventos deportivos<sup>30</sup>. Denunciaron que este medio había hecho decrecer las ventas de discos y de gramófonos, además de repercutir negativamente en la venta de periódicos y en los ingresos derivados de publicidad que éstos tenían. También la *Revista Columbia*, en el artículo titulado “El pleito de las compañías fonográficas y las emisoras de radio”, da cuenta del proceso de este conflicto que duró varios años y en el que las discográficas contaron con escasos apoyos. La mediación de la Sociedad General de Autores<sup>31</sup> fue esencial para que ambas partes se conciliaran, si bien las casas de discos tuvieron una postura muy clara sobre cuál debía ser la relación entre ellas, su producción y el medio radiofónico. Este aspecto se pone de relieve en un fragmento del citado artículo que especifica que “El disco fue editado para ser escuchado, después de comprado, por los poseedores individuales, nunca para ser radiado. Y si esto aconteciera, o sea la radiación, debía ser porque así lo dispusieran sus propietarios: autores, intérpretes y fabricantes”<sup>32</sup>.

---

27. Curiosamente en este artículo titulado “La radio, los discos de gramófono y los periódicos”, también se ejerce una crítica a la forma en la que la radio se vale de la prensa escrita cuando proclama que “la radio, con una perra gorda lo tiene todo resuelto. Compra el periódico y ante el micrófono lo va leyendo a una hora determinada” (*La Prensa*, 21/07/1933: 2).

28. *El Pueblo Vasco*, 27/06/1933: 3.

29. *El Pueblo Vasco*, 30/06/1933: 2.

30. Curiosamente se hacen eco de la retransmisión no permitida de la final de la Copa de Su Excelencia el Presidente de la República entre el Real Madrid y el Athletic de Bilbao.

31. Tal y como se especifica en *Revista Columbia*, nº 6, junio-julio 1933, la SGAE, constituida tan solo un año antes tras la disolución de la Sociedad de Autores Españoles, jugó el papel de mediador en el conflicto.

32. *Ibidem*.

Otro de los acontecimientos que tuvo lugar a comienzos de los años treinta fue la irrupción en el mercado del sistema de grabación de discos a 33 1/3 revoluciones por minuto, método que con el tiempo se convirtió en el estándar de grabación de los discos de larga duración. El procedimiento, comercializado por la RCA Victor permitió aumentar el tiempo de reproducción ininterrumpida de música, pero obligó a su vez a realizar grandes cambios a los fabricantes de gramófonos. Este y otros factores técnicos contribuyeron a que el sistema no se comercializara con éxito hasta los años cuarenta<sup>33</sup>. Sin embargo, el sello Regal editó en 1933 varias referencias con este nuevo sistema, correspondientes a las referencias RKY 1001 y 1002, que contenían “fantasías” de las zarzuelas *Bohemios*, *Marina*, *Gavilanes* y *La Picarona*<sup>34</sup>.

El nacimiento en marzo de 1931 de la empresa The Electric and Musical Industries Ltd, popularmente conocida como EMI, marcó un punto de inflexión en la trayectoria mercantil de los sellos comercializados por Juan Inurrieta. Esta compañía londinense surgió de la fusión de las discográficas británicas Gramophone y Columbia Graphophone y en poco tiempo abrió sucursales en diferentes países. Así, las marcas Columbia y Regal británicas pasaron a ser propiedad de EMI y surgió un contencioso entre esta empresa y Juan Inurrieta por el uso comercial que este último realizaba de ambos nombres. De hecho, como si de un acto premonitorio se tratase, Inurrieta intentó registrar en 1931 el nombre de Columbia Graphophone Company SAE para tres de sus establecimientos y “para aplicarlo en transacciones mercantiles de su negocio de fabricación y venta de discos fonográficos, máquinas parlantes y accesorios”. Ambas peticiones contaron con la oposición de la Compañía del Grafófono Columbia SAE de Barcelona<sup>35</sup>. En 1932 le fue concedido el uso comercial<sup>36</sup> aunque fue recurrido por la empresa barcelonesa y revisado por el Ministerio de Industria que finalmente decidió revocar la concesión<sup>37</sup>. Además, en la orden de rectificación se aludía al hecho de que Inurrieta era un “agente” que comercializaba bajo contrato la marca Columbia en España y por tanto, no podía registrar como propio ese nombre comercial. Poco después el Boletín Oficial de la Propiedad Industrial recoge el registro de la marca Regal por parte de la Columbia Graphophone, C<sup>a</sup> Limited de Londres<sup>38</sup>, así como las inscripciones del nombre Columbia en diferentes variantes por parte de la Compañía del Grafófono Columbia de Barcelona<sup>39</sup>.

---

33. Morton, 2006: 93.

34. La comercialización de discos con este nuevo sistema y la edición de varias referencias por parte de discos Regal fueron tratados en *Musicografía*, nº 1, 1933: 15.

35. Véase *Boletín Oficial de la Propiedad Industrial*, nº 1077, 1931: 134 y nº 1080: 102.

36. *Ibidem*, nº 1088, 1932: 129.

37. *Ibidem*, nº 1094, 1932: 112-113.

38. *Ibidem*, nº 1104, 1932: 45.

39. Registró nombres como Columvia o Columbia. Véase *Boletín Oficial de la Propiedad Industrial*, nº 1113, 1933: 31-33.

En 1935 se editó el último catálogo del sello Regal<sup>40</sup> donostiarra y un año después gran parte de su fondo se volvió a etiquetar bajo la marca Columbia<sup>41</sup>. Aunque la oposición de EMI ante el uso de este nombre fue relativamente contundente, Inurrieta se escudó en el hecho de que la marca no era patrimonio exclusivo de la Columbia británica de la que nació EMI, sino que también existía un sello norteamericano del mismo nombre con el que, tal y como hemos comentado anteriormente, el empresario había firmado un contrato en los años veinte. Así, la fábrica de Juan Inurrieta siguió operando durante medio siglo más bajo el nombre de discos Columbia, si bien fuera del país y sobre todo en Latinoamérica, utilizó el nombre comercial de Alhambra<sup>42</sup>. El sello Regal desapareció como tal hasta que en la posguerra su nombre fue recuperado por la Compañía del Gramófono-Odeon de Barcelona<sup>43</sup>, filial de EMI en España que publicó discos bajo las marcas La voz de su amo, Odeon, Capitol, Regal y Pathé. Sin embargo, pese a la coincidencia nominal, Regal Barcelona no tiene ninguna relación con el sello que Juan Inurrieta impulsó y cuyo fondo pasó a engrosar el catálogo de discos Columbia a partir de 1936. Por último cabe subrayar que Columbia fue un referente de la industria discográfica española durante décadas y estuvo estrechamente vinculada a la familia Inurrieta, primero a la figura de su fundador Juan Inurrieta<sup>44</sup> y tras su muerte en los años sesenta a la de su hijo, el ingeniero Enrique Inurrieta Darrosez<sup>45</sup>.

### 3. SU CATÁLOGO

Durante sus doce años de trayectoria, el sello Regal editó un número considerable de discos de géneros muy variados. Las dos fuentes esenciales para el estudio de su producción son los catálogos generales de la casa discográfica, así como los suplementos que se publicaron con una periodicidad mensual. Su primer catálogo general data de 1924<sup>46</sup> y muestra el potencial de este sello, que en poco más de un año había publicado más de 600 referencias. Una parte fundamental de este primer fondo se centró en el mundo de la lírica, tal y como se desprende de los más de 150 discos de ópera de com-

---

40. Pese al hecho de que este último catálogo no ha podido ser consultado, se tiene constancia de su existencia ya que fue subastado y comprado por un particular en 2008. En la referencia de venta aparecen varias fotografías y su portada con el título *Catálogo General de Discos Regal, 1935. Conteniendo todos los discos eléctricos en venta hasta fin de diciembre de 1934*.

41. Véase el catálogo Columbia (1936).

42. Jones, 1995: 40.

43. La Compañía del Gramófono-Odeon fue creada en 1933 y tuvo su sede social en la calle Urgel 234 de Barcelona.

44. En 1975 la Bienal del Sonido celebrada en Valladolid en marzo de 1975, galardonó a Inurrieta a título póstumo con la medalla conmemorativa por su aportación a la música española. Véase ABC, 02/03/1975: 74.

45. Discos Columbia colaboró estrechamente con sellos como Decca, Barclay y Durium, y siguió siendo una empresa de capital español hasta 1984. Véase Jones, 1995: 40.

46. Columbia (1924).

positores como Verdi, Meyerbeer, Giordano, Rossini, Bizet, Donizetti, Delibes, Puccini, Gounod, Massenet, Wagner o Bellini, entre otros<sup>47</sup>. A estas grabaciones debemos añadir otra centena de monográficas dedicadas a cantantes, entre las que destacaremos las de los tenores Hipólito Lázaro, Dino Borgioli, Florencio Constantino, Leo Slezak y Alessandro Bonci, las de las sopranos María Barrientos, Elvira de Hidalgo, Rosa Ponselle, Celestina Boninsegna y Lina Cavalieri, y las de los barítonos Ricardo Stracciari, Ramón Blanchart y Vicente Ballester<sup>48</sup>. Paradójicamente en este primer catálogo hay pocos discos de zarzuela en comparación con el protagonismo que este género adquirirá en años posteriores. Este factor probablemente esté relacionado con el hecho de que en su primera etapa Regal comercializó muchas de las grabaciones de la Columbia y la Regal británicas, aspecto que paulatinamente evolucionó hacia una mayor compensación entre la producción foránea y la nacional<sup>49</sup>.

Otro importante apartado es el dedicado a las orquestas de baile. El número de referencias de esta sección editadas hasta 1924 ascendió a más de 150, lo que constituía más del 20% de su catálogo. Estos y otros discos similares publicados por otros sellos, sin duda potenciaron la difusión en España de músicas de sabor jazzístico provenientes del mundo anglosajón<sup>50</sup>. En este género sobresalen formaciones como la Savoy Havana Band y los Savoy Orpheans, ambas bandas residentes en el Hotel Savoy de Londres en los años veinte, la Eddie Elkins Orchestra, la Knickerbocker Grill Orchestra, también dirigida por el violinista Eddie Elkins, The Happy Six y la Yerke's Jazarimba Orchestra, lideradas por el marimbista Harry Yerkes, la Original Dixieland Jazz Band, la orquesta de Ray Miller, la del violinista Leo F. Reisman o la del percusionista y pianista Art Hickman, entre otras. Dentro de esta sección abundan además los temas de compositores de la talla de Will Donaldson, Irving Berlin, George Gershwin o Jerome Kern<sup>51</sup>. Asimismo, cabe mencionar las grabaciones de la Orquesta Columbia de Nueva York, que grabó temas latinos tan populares como *Amapola* de José María Lacalle poco después de ser compuesta.

La música sinfónica y de cámara constituyó otro importante capítulo de su catálogo. Si bien en 1924 el número de referencias de esta sección era cercano al 10% del total de discos editados, pocos años después este porcentaje aumentó notablemente hasta el 34%, tal y como se aprecia en el catálogo de 1929<sup>52</sup>. Sobresalen las grabaciones de orquestas como la New York Philharmonic Orchestra, la Orchestre Symphonique du Conservatoire de París,

---

47. *Ibidem*: 119-145.

48. *Ibidem*: 83-110.

49. De hecho, ya en el catálogo de 1926 aparecen una decena de referencias dedicadas a la zarzuela, con obras de repertorio como *La canción del olvido* y otras de reciente estreno como *La Bejarana*, *La joven Turquía* o *La vaquerita*. Véase Columbia, 1926: 32.

50. Columbia, 1924: 9-34.

51. Se editaron algunos estándares como "Yankee Doodle Blues" (George Gershwin-Buddy DeSylva), "Some Sunny Day" (Irving Berlin), "Tell her at Twilight" (Will Donaldson), "Please do it again" (George Gershwin-Buddy DeSylva) o "Kalua" (Jerome Kern).

52. Véase Columbia (1929).

la New Queen's Hall Orchestra de Londres, la London Symphony Orchestra, la Orquesta Sinfónica de Madrid o la Orquesta Sinfónica del Real Conservatorio de Bruselas. En el ámbito de la música de cámara son de interés las grabaciones de los cuartetos Lener, Catterall y London, así como las de solistas como los violonchelistas Antonio Sala, Gaspar Cassado y Pau Casals, los pianistas Percy Grainger, Ignaz Friedman, William Murdoch, y Marguerite Long, los violinistas Joseph Szigeti, Efrem Zimbalist, Arthur Catterall y Eddy Brown o el flautista Georges Barrère. Igualmente la música regional ocupó un porcentaje del 10%, en una sección fundamentalmente dedicada a cantos asturianos, montañeses, catalanes y vascos<sup>53</sup>. Estos últimos poseen un apartado con 22 referencias de cantos interpretados, entre otros, por el bajo Gabriel Olaizola, el barítono Celestino Aguirresarobe y el Orfeón Donostiarra<sup>54</sup>.

También el flamenco ocupó un lugar preferente en el catálogo del sello Regal. Así lo atestiguan las grabaciones de 1923 y 1924 de nombres de históricos del cante como Antonia Martínez "La Salerito", Niña Romero, el cantaor payo Antonio Pozo "El Mochuelo", Niño de Granada, el guitarrista y cantaor Telesforo del Campo o Juan Ríos "El Canario". En 1930 la nómina de artistas de este género había crecido considerablemente con figuras de la talla de la Niña de los Peines, José Cepero, Manuel Vega García "El Carbonerillo", Niño de Marchena, José Muñoz Martín, Pepe Azuaga "El Limpio" o Niña de la Alfalfa. La especial querencia por este estilo de música fue una constante en la trayectoria de este sello, cuestión que se aprecia en el hecho de que tuvo un apartado específico en la práctica totalidad de los suplementos que Regal editó mensualmente. A título orientativo cabe señalar que en los suplementos de los años treinta aparecen nuevos lanzamientos de Niña de la Puebla, Cepero de Triana, Mariano Sevilla, Pepito Torres "El Pinto", Angelillo, La Andalucita, o El Niño de Utrera<sup>55</sup>.

Por otro lado, en su catálogo de 1924 existen diferentes secciones de menor envergadura que si bien cada una de ellas no contiene un número elevado de referencias, lo cierto es que en conjunto alcanzan el 5% de su producción. Tal es el caso de los discos de música de bandas interpretada por formaciones como la Banda de la Guardia Republicana de París, la Banda Municipal de Milán, la de la Guardia Real de Londres o la Banda Municipal de Barcelona. Este tipo de conjuntos aumentó en número a finales de los años veinte con la incorporación de célebres bandas como la de la Real Marina Italiana, la Banda Municipal de Valencia, la Banda de Alabarderos de Madrid

---

53. Los asturianos interpretados entre otros por José María Martínez Suárez "Botón", José Menéndez Carreño "Cuchichi" y Ramón García Tuero "El Gaitero de Libardón", los montañeses por Aurelio Ruiz y los catalanes por Andrea Fornells.

54. Sobresalen títulos como "Pello Joshepe", "Boga boga", "Agur Jaunak", "Gernikako Arbola", "Nere etxea", "Adiyo Euskal Erriari", "Yru Damatxo", "Agur ene maitea" o "Nere amak baleki". Asimismo existen varias referencias de formaciones como Triki Tixa de Guipúzcoa, el Trio Triki Tixa de Zumárraga, así como grabaciones de marchas populares como la "Marcha de San Sebastián", de Raimundo Sarriegui. Véase Columbia, 1924: 55-58.

55. Véanse *Discos Eléctricos Regal*. Suplementos nº 78 (julio 1930), nº 92 (septiembre 1931), nº 100 (mayo 1932), nº 103 (agosto 1932), nº 108 (enero 1933).

y la Banda de la Guardia de Granaderos de Londres<sup>56</sup>. Otro de los apartados habituales fue el dedicado a los cuplés o canciones ligeras que habitualmente se cantaban en espectáculos teatrales y revistas. En este capítulo destacan voces como la de la bilbaína Jesusilla Unamuno, Pilar Arcos, Concha Piquer, Celia Gámez o Encarnita Marzal. También los tangos cantados, que en los años veinte adquirieron gran popularidad en España, tuvieron su reflejo en las grabaciones de voces como la de Francisco Spaventa, anunciado en el catálogo de 1926 como “El rey del tango”, Los Gobbi, dúo formado Alfredo Gobbi y su esposa Flora Rodríguez, Celia Gámez, Alina de Silva, Roberto Maida, Tania o la Orquesta Argentina de Rafael Canaro<sup>57</sup>. Cierran su catálogo algunas curiosidades como los discos de xilófono, los de guitarras, bandurrias y música hawaiana, los de recitados, los discos cómicos, los de temas de películas y los de idiomas<sup>58</sup>. Asimismo, sobresale la serie de grabaciones que se realizaron entre 1931 y 1933 para el Centro de Estudios Históricos para el Archivo de la Palabra<sup>59</sup>, y que contienen documentos orales de nombres importantes de la cultura del momento como Ramón María del Valle Inclán, Miguel de Unamuno, Juan Ramón Jiménez, Pío Baroja, Azorín, Concha Espina, Jacinto Benavente o Federico García Lorca, entre otros<sup>60</sup>.

Otro de los aspectos que merece la pena analizar, es cuál fue la evolución del catálogo de discos Regal desde 1923 hasta su desaparición y el posterior etiquetado de sus referencias bajo el sello Columbia en 1936. Un somero examen comparativo de varios de sus catálogos y la cuantificación en porcentajes de los diferentes géneros musicales que Regal comercializó, arroja datos muy clarificadores<sup>61</sup>. En líneas generales, podemos afirmar que este sello promo-

---

56. Estas bandas interpretan un variado repertorio que abarca desde la música de compositores como Schumann, Boccherini, Wagner o Grieg, a himnos, marchas y fantasías basadas en populares zarzuelas de Francisco Asenjo Barbieri o Tomás Bretón.

57. Estos últimos aparecen referenciados en suplementos y catálogos editados entre 1929 y 1933.

58. En 1931 fueron editados varios discos para el aprendizaje del inglés con las referencias F16, F17 y F18. Su salida al mercado fue mencionada en el artículo “La música de fonógrafo. Revista de discos”. In: *La Voz*, 04/05/1931: 6.

59. El Archivo de la Palabra y las Canciones Populares dirigido por Tomás Navarro se creó en 1930 y formó parte del Centro de Estudios Históricos dirigido por Ramón Menéndez Pidal entre 1910 y 1939. Entre las iniciativas de este archivo estuvo la de recopilar en grabaciones todo tipo de testimonios relacionados con la lengua española, la producción literaria, artística y musical, las voces de personajes ilustres, los dialectos hablados en la península y en países hispánicos, así como los cantos, melodías y ritmos populares. Sobre la labor del Centro de Estudios Históricos en el ámbito filológico véase López, 2006: 105-111.

60. Estos discos se conservan en la Biblioteca Nacional de España y en el Centro de Documentación de la Residencia de Estudiantes. Aunque en origen se comenzaron a grabar en 1931 bajo el sello Regal, en 1936 aparecen etiquetados en el catálogo de Columbia. Véase Columbia 1936: 5. Asimismo, cabe destacar que dichas grabaciones fueron reeditadas en 1989 y 1998. Véanse Residencia de Estudiantes (1989) y (1998).

61. Para este análisis comparativo se han tenido en cuenta tres catálogos generales. Los de 1924 y 1929 de discos Regal y el de 1936 de Columbia, catálogo en el que fueron etiquetados gran parte de los discos del sello Regal editados hasta 1935. La elección de estos tres catálogos responde al hecho de que son una muestra de su periodo inicial, intermedio y final. Sin embargo, tal y como se especifica en la bibliografía y en otros epígrafes de este artículo, existieron otros catálogos como el de 1926, 1930 y 1935.

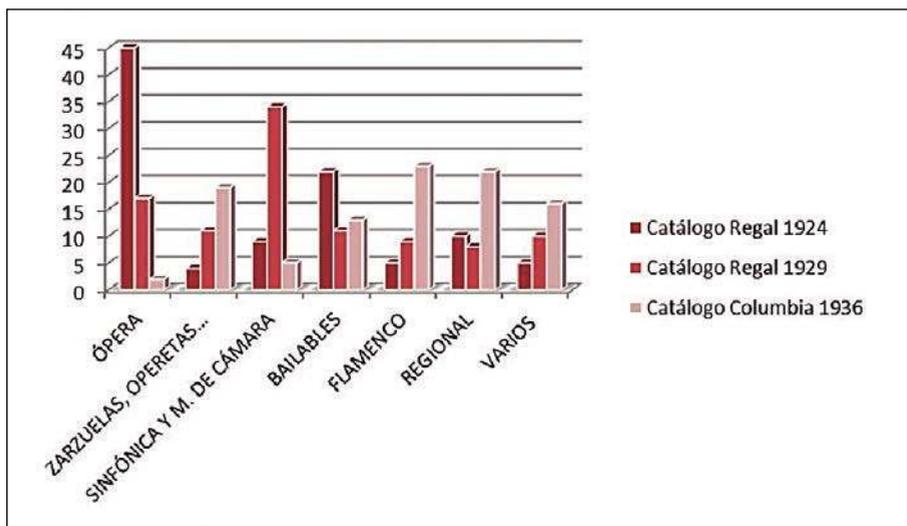


Fig. 2: Gráfico comparativo de la producción por géneros de discos Regal, desde sus orígenes hasta su etiquetado como Columbia en 1936.

cionó los mismos géneros desde sus inicios hasta su desaparición, aunque el protagonismo de cada uno fluctuó ostensiblemente a lo largo de los años (fig. 2). Por otro lado, en su primer catálogo, publicado en 1924, se aprecia un claro predominio de las grabaciones foráneas. De hecho, los discos de ópera y de “bailables”, fundamentalmente interpretados por orquestas de origen anglosajón, constituyen casi el 70% de su fondo. Sin embargo, en 1929 los discos de ópera ocupan un porcentaje mucho menor, mientras que la presencia de la zarzuela, el flamenco y la música regional aumenta, tendencia que se mantendrá a lo largo de los años treinta. Así en 1936 el 80% de los discos en stock, ya bajo el sello Columbia, fueron de zarzuela, flamenco, música regional y bailables ejecutados mayoritariamente por orquestas y bandas españolas<sup>62</sup>. Esta denodada apuesta de Regal por la promoción del talento y la creación nacional, fue un proceso escalonado que comenzó con tímidas incursiones en algunos géneros que acabaron convirtiéndose en parte esencial de su catálogo. También debe subrayarse que los tres puntos elegidos suponen un claro ejemplo del crecimiento del sello, ya que entre 1914 y 1929 duplicó sus referencias y para 1936 las había triplicado<sup>63</sup>. Asimismo, cabe destacar la variedad y capacidad de adaptación de este sello que fue sensible a los cambios y novedades del sector, pues al fin y al cabo la industria musical se halla estrechamente vinculada al devenir de las modas y los gustos, a los que el empresario Juan Inurrieta siempre prestó la debida atención.

62. Curiosamente, en el catálogo de discos Columbia de 1936 la sección de bailables suprime la práctica totalidad de los discos de orquestas extranjeras tan habituales en los catálogos y suplementos de Regal hasta bien entrados los años treinta.

63. El catálogo de 1924 contiene 556 referencias, el de 1929 un total de 1096 y el de 1936, ya bajo el sello Columbia, alcanza las 1542.

#### 4. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y COMUNICACIÓN

Durante el siglo XIX hubo varios medios y soportes publicitarios que adquirieron madurez y gran protagonismo. Así, los anuncios en publicaciones periódicas, o la irrupción del cartel moderno en la segunda mitad de la centuria, fueron algunos de los medios que revolucionaron la forma de promocionar un determinado artículo o idea. Sin embargo, el estudio y sistematización de las técnicas comunicativas y persuasivas conducentes al consumo de un producto específico fue un proceso muy dilatado en el tiempo. Cuando nació el sello Regal, técnicos publicitarios como Pedro Prat Gaballí ya habían editado interesantes monografías sobre este tema<sup>64</sup> y las empresas tenían totalmente asumida la idea de que la publicidad repercutía en el éxito o fracaso de un producto. No es de extrañar por tanto, que Juan Inurrieta invirtiera esfuerzos y capital en la promoción de su negocio, labor que se llevó a cabo en soportes, medios y formas muy variados.

Los catálogos de discos Regal fueron una de las herramientas fundamentales para dar a conocer su producción. A tenor de los ejemplares localizados, éstos no se publicaban con una periodicidad concreta y, en líneas generales, tendían a ser una recopilación de las referencias que anteriormente habían sido publicitadas en sus suplementos mensuales<sup>65</sup>. Más allá de la mera promoción de los discos editados, los catálogos aportan información de interés que ayuda a una mejor comprensión del funcionamiento de esta empresa. En el primero de ellos, publicado en 1924, se especifica que “todos los almacenes y distribuidores autorizados están obligados a efectuar ventas a los precios fijados por Columbia” (Columbia, 1924: 3), a la vez que recomienda desconfiar de los vendedores que ofrezcan descuentos en sus artículos. Esta advertencia, acompañada del listado de precios de sus productos según sus etiquetas y tamaños<sup>66</sup>, pone de manifiesto la aplicación de una rigurosa política de precios. Por otro lado, además de la ya mencionada extensa red de proveedores con la que contó Inurrieta, también promovió un sistema de venta por correo a toda España, cuyos envíos se realizaban por ferrocarril previo pago del importe de la compra. Los catálogos sirvieron además, para anunciar toda una serie de artículos relacionados con el medio como las agujas “Regal de Luxe” y “Viva Tonal”, los álbumes para discos, así como diferentes gramófonos portables y eléctricos<sup>67</sup>. Asimismo,

---

64. Sobresalen, entre otras, *La publicidad científica: una nueva técnica* (1917) y *Publicidad racional* (1934).

65. A este respecto cabe destacar que al menos en sus inicios los catálogos no contenían un listado completo de los discos editados por este sello. Así en el de 1924 se advierte de ello y se anima al consumidor a la consulta de los 14 suplementos mensuales editados hasta el momento.

66. Discos de 25 y 30 centímetros con etiqueta granate, negra, violeta, azul y roja, cuyos precios oscilaban entre las 6 y las 13 pesetas, en los de 25 centímetros, y las 10 y las 16 pesetas en los de 30, importes que se mantuvieron estables hasta 1930. Además se aconsejaba a los vendedores que para las demostraciones a los clientes utilizaran agujas de fibra de madera de Japón, que no deterioraban el producto, que los discos no se rozaran entre sí y que no se apilaran más de 30 unidades para evitar deformaciones.

67. Véase Columbia (1929).

cabe mencionar que, para publicitar los discos de “bailables” en sus primeros catálogos, utilizaron eslóganes como “los campeones mundiales de baile usan discos bailables Regal”, así como calurosas felicitaciones de figuras del momento:

[...] Felicitamos a ustedes calurosamente por sus admirables discos bailables Regal... Los compases impresionados son perfectos y su sonoridad sin igual. Sus discos son nuestros favoritos para entrenarnos en casa para bailes de última novedad [...]. Fred y Adele Astaire (Columbia, 1924)<sup>68</sup>.

[...] Los discos impresionados por las famosísimas orquestas de su repertorio son los que prefiero por ser los más perfectos para el baile. Yo siempre recomendaré los discos “Regal” pues tienen una rítmica, poco conocida por los poseedores del fonógrafo [...]. Barbara Miles (Columbia, 1924)<sup>69</sup>.

[...] Sírvase aceptar nuestra felicitación por la extraordinaria superioridad de sus discos bailables “Regal”. Son unos discos perfectos, distinguiéndose mucho de los demás por el tiempo tan correcto para el baile, detalle que los otros discos aún tienen mucho que desear [...]. Marjorie Moss y Georges Fontana (Columbia, 1926: 81)<sup>70</sup>.

Los suplementos fueron otro de los poderosos medios de difusión utilizados por el sello Regal. A diferencia de los catálogos, estos folletos se publicaban con una periodicidad mensual e informaban de los nuevos lanzamientos en tiempo real. Se editaron en torno a 140 suplementos con un formato cercano al tamaño cuartilla y una extensión que osciló entre las seis y las diez páginas. En su interior, las novedades se hallaban organizadas en secciones similares a las de los catálogos. El ilustrador habitual de sus portadas desde finales de los años veinte fue Rafael de Penagos [fig.3], uno de los máximos exponentes de la ilustración *Art Déco* en España y colaborador habitual de revistas como *La Esfera* o *Blanco y Negro*<sup>71</sup>. Las referencias explícitas a los discos en estos dibujos de Penagos son muy puntuales, pues en general optó por la representación de mujeres en variadas actitudes rara vez relacionadas con lo musical<sup>72</sup>. La elegancia, la vida moderna y el optimismo de los felices años veinte, son la seña de identidad de estos dibujos en los

---

68. En los años veinte los hermanos Astaire triunfaban en los teatros de Broadway y de Londres. Se separaron en 1932 y un año más tarde Fred Astaire rodó *Flying Down to Rio* con la que sería su pareja de baile en una decena de películas, Ginger Rogers.

69. La pareja de baile formada por Barbara Miles y Maxwell Stewart ganó el Campeonato del Mundo de Bailes de Salón en las ediciones de 1924 y 1925. Sobre la historia de los bailes de salón y sus máximos representantes destaca Mailing (1997).

70. Marjorie Moss y Georges Fontana fueron una popular pareja de baile británica de los años veinte, que se separó a comienzos de los treinta.

71. Sobre este artista véase Penagos (2006). En este catálogo se recogen algunas portadas que dibujó para los suplementos de discos Regal. También resulta de interés Campoy (1983).

72. El uso de elementos relacionados con el mundo discográfico o el musical en estas portadas de Penagos fue poco frecuente, aunque existen algunos ejemplos como la del suplemento nº 100 de mayo de 1932, en la que una sonriente mujer sostiene en un brazo un ramo de flores y en la otra mano un disco. También la del nº 101 realizado en clave orientalista, en la que aparece



Fig. 3: Portadas de los suplementos de discos Regal nº 103 (agosto 1932) y nº 108 (enero 1933). Propiedad particular. Bilbao.

que mujeres muy vitales practican deportes acuáticos, descansan en elegantes salones o asisten a lujosas fiestas. Este tipo de iconografía estuvo estrechamente relacionada con un sector de clientes potenciales que, en muchos casos, se vio reflejado en esos modelos publicitarios, así como con la idea de promocionar los discos como objetos únicos y valiosos<sup>73</sup>.

Las publicaciones periódicas también jugaron un importante papel en la proyección comercial de discos Regal. Los anuncios publicitarios ligados a este sello fueron habituales desde sus inicios, periodo en el que generalmente estuvieron orientados a ensalzar la calidad sonora de sus discos. Así, eslóganes como “La máxima perfección. Discos sin ruido. Regal es el disco más silencioso, elegante y maravillosamente puro” o “Pida usted siempre Regal. Los únicos discos sin ruido”<sup>74</sup> fueron muy habituales en sus prime-

---

un esclavo ofreciendo un disco a una odalisca recostada o la del nº 105 de octubre de 1932, en la que dibuja a una bailaora con bata de cola.

73. De hecho, para un amplio sector de la población lo eran ya que el sueldo medio de un trabajador en industria en 1930 oscilaba en torno a las 7,23 pesetas, por lo que la compra de un disco barato podía suponer un día de jornal y la de un gramófono portable económico, más de un mes de sueldo (Carreras, 2005: 1224).

74. Véanse *La Voz*, 12/02/1925: 7 y *ABC*, 11/12/1924: 37. Este tipo de mensajes continuó con la línea iniciada en su primer catálogo de 1924, en el que se anunciaba que contenía “las celebridades más eminentes y la mejor calidad de discos del mundo”.



Fig. 4: Anuncios publicitarios a página completa publicados en las revistas *Mundo Gráfico* el 19/11/1924 (s.p.) y *Vida Vasca* en 1930 (p.136)

ros años de andadura. También fueron prácticas usuales que en el mensaje del anuncio se intercalaran los nombres de algunos artistas relevantes del sello, o que la marca Regal fuera mencionada en la publicidad de algunos gramófonos portátiles<sup>75</sup>. El formato de estos anuncios podía oscilar entre el reclamo y la página completa (fig.4). Asimismo, las reseñas publicadas en periódicos y revistas contribuyeron notablemente a la difusión comercial de la producción de este y otros sellos discográficos. Entre el amplio listado de publicaciones periódicas destacaremos las reseñas de los diarios *El Sol* y *La Voz*. A finales de los años veinte y comienzos de los treinta, ambos contaron con dos secciones tituladas *Discos* y *La música de fonógrafo: revista de discos* en las que se comentaban las novedades de la industria discográfica<sup>76</sup>.

75. En ocasiones los gramófonos eran comercializados por la propia empresa de Juan Inurrieta como las marcas *Multiplex* o *Viva-Tonal*, véase *La Voz*, 11/06/1924: 7 o *Unión ilustrada*, 02/08/1928: 14, y en otras por empresas ajenas, véase *Estampa*, 13/12/1930: 20. Respecto a la compra y conservación de estos aparatos destaca Arias (1931).

76. Sin embargo el listado de publicaciones en las que se hicieron reseñas o se anunciaron los lanzamientos de discos Regal es mucho más amplio. Cabe destacar, entre otras, *ABC*, *Crónica meridional*, *La prensa*, *La libertad*, *El Sol*, *Mirador*, *Actualidad*, *Nuevo Día*, *Miróbriga*, *La Vanguardia*, *El siglo futuro*, *Luz*, *Flores y abejas*, *Diario de Córdoba*, además de revistas especializadas como *Ritmo* y *Musicografía* en las que se publicaron varias reseñas sobre lanzamientos del sello en los años treinta.



Fig. 5: Cartel *Impresión eléctrica*. Nuevo procedimiento Regal, c.1926. Litografía en colores sobre papel, 74,8 x 50,8 cm © Museo de Bellas Artes de Bilbao

Cabe subrayar, además, que en este mismo periodo se editaron algunos números de la *Revista Columbia*, en cuya portada aparecía el logotipo de Regal, y que sin duda fue otro un proyecto que surgió con el afán de potenciar aún más si cabe la difusión de las novedades de este sello discográfico.

Por otro lado, son varios los carteles publicitarios de discos Regal que merece la pena destacar. El titulado *Impresión eléctrica... Discos del Nuevo Procedimiento "Regal"*, creado en torno a 1926 (fig.5), incide en la aplicación de nuevas técnicas de grabación y reproducción de los discos. De hecho, desde la invención del gramófono y durante las primeras décadas del siglo XX, la grabación de discos se llevaba a cabo mediante un sistema de registro basado en la captación del sonido por medio de grandes bocinas. Este primitivo procedimiento acústico fue sustituido a mediados de los años veinte por la grabación por impresión eléctrica, y su aplicación fue anunciada por Discos Regal, y otras muchas casas en múltiples sopor-

tes publicitarios<sup>77</sup>. Dicha técnica consistía en la captación del sonido por medio de un micrófono, su transformación en impulsos eléctricos y su transmisión a un disco de cera, a partir del cual se obtenía la matriz para la elaboración de copias. Así, el contenido iconográfico de este cartel queda totalmente justificado si tenemos en cuenta los elementos esenciales que formaban parte del procedimiento de grabación por impresión eléctrica. La imagen, compuesta por los impulsos que salen desde el micrófono e inciden directamente sobre la superficie del disco, pretende ser la representación gráfica de las características esenciales de este nuevo método. Asimismo, el texto tiende a enfatizar tanto la novedad del procedimiento, como los beneficios derivados de su aplicación. De hecho, con el nuevo sistema, que la Columbia englobó bajo la denominación de Viva-Tonal<sup>78</sup>, se consiguieron

77. En algunos catálogos se describía, de forma pormenorizada, la elaboración de los discos con esta técnica. Véase *Columbia* (1930).

78. Desde finales de los años veinte fue habitual en la publicidad de Discos Regal, que junto a su logotipo apareciera una banda con el texto "Grabado Viva-Tonal. Como la misma vida", adaptación al castellano del eslogan "Viva-Tonal. Columbia. Like the life itself".



Fig. 6: Cartel *Doña Francisquita*. Comedia lírica completa en discos eléctricos "Regal", 1930. Litografía en colores sobre papel, 71,2 x 51,9 cm © Museo de Bellas Artes de Bilbao

grabaciones de mayor calidad y el ruido derivado de la fricción de la aguja con el soporte se vio ostensiblemente reducido.

Tal y como se ha comentado en el apartado dedicado al examen del catálogo de este sello, la zarzuela adquirió un gran protagonismo conforme fue avanzando la década de los veinte. Así a comienzos de los años treinta se editaron varias óperas y zarzuelas completas, entre las que cabe destacar *Marina*, *La verbena de la Paloma*, *Katuska*, *Luisa Fernanda*, *Molinos de Viento* y *Doña Francisquita*. La publicación de cada una de ellas se llevó a cabo en un artístico álbum que contenía los discos<sup>79</sup>, así como fotografías del espectáculo lírico, de sus intérpretes, reseñas biográficas y una completa explicación de su argumento. Con el fin de promocionar estas ediciones tan especiales y costosas, en algunos casos se ha podido constatar que se editaron unos folletos con el mismo formato de los suplementos,

ilustraciones de Penagos en sus portadas y gran cantidad de información e ilustrativas en su interior<sup>80</sup>. Además de estos folletos y del tratamiento pormenorizado de que dio a dichos lanzamientos, tanto en los suplementos como en algunas reseñas publicadas en prensa, también se hicieron algunos carteles.

El cartel de *Doña Francisquita* (fig.6) fue diseñado por Rafael de Penagos para la edición completa de esta zarzuela en ocho discos en 1930. Compuesta por Amadeo Vives y estrenada en el Teatro Apolo de Madrid en octubre de 1923, esta grabación fue una de las primeras ediciones de esta emblemática obra. Los libretistas, Federico Romero y Guillermo Fernández-Shaw, se basaron en la trama argumental de *La discreta enamorada* (1606) de Lope de Vega para elaborar el libreto de esta comedia lírica ambientada en

79. Dada la escasa duración de los discos de este periodo, las zarzuelas y óperas completas se vendían en álbumes que contenían una cantidad de discos que podían oscilar entre los ocho y trece, en función de su extensión musical de la obra. Este hecho, unido a su cuidada edición, hizo que el precio de venta al público superara en la mayoría de los casos las 100 pesetas.

80. Sirva como ejemplo el folleto de la ópera *Marina* compuesta por Emilio Arrieta. Consta de 10 páginas en las que aparecen referenciados los doce discos de los que constó la obra completa, el reparto, algunas fotografías de los decorados de una *Marina* representada en el Gran Teatre del Liceu de Barcelona, así como fotografías de la grabación y de sus intérpretes.

el Madrid romántico de mediados del siglo XIX. En ella existen dos personajes femeninos opuestos. Por un lado Francisquita, una joven optimista e inteligente enamorada en secreto de un estudiante llamado Fernando, y por otro Aurora "La Beltrana", una tonadillera de mal carácter y rival de Francisquita. Ambas mujeres son las que aparentemente aparecen en el cartel de Penagos. También la imagen de la iglesia al fondo está justificada, ya que el primer encuentro entre Francisquita y Aurora tiene lugar en el primer acto de la zarzuela que comienza con la imagen de una plaza donde hay una iglesia en la que se va a celebrar una boda, edificio que en este cartel guarda cierto parecido con la emblemática ermita de San Antonio de la Florida. Por último, cabe subrayar que además de los dos carteles analizados se han podido localizar al menos otros dos de los años treinta. Uno de ellos creado por el pintor vasco Elías Salaverría y que sirvió para anunciar una recopilación de *Himnos y cantos a la República Española* y otro dibujado por José Izquierdo Durán para promocionar al grupo *Los Ciegos*. Todos estos carteles se imprimieron en la emblemática empresa Gráficas Laborde y Labayen de Tolosa<sup>81</sup>.

## 5. CONCLUSIONES

El gramófono y los productos de la recién nacida industria musical, fueron considerados a comienzos del siglo XX uno de los grandes símbolos de la vida moderna. Un somero recorrido por las publicaciones periódicas españolas de ese periodo, pone de manifiesto la potencia de esta incipiente industria, así como la cantidad y variedad de artículos que se ofertaban. El empresario donostiarra Juan Inurrieta supo aprovechar esta oportunidad de mercado en los años veinte y pasó de ser un mero distribuidor a tener su propia fábrica de discos. El sello Regal supuso el comienzo de una trayectoria empresarial que durante décadas perpetuaron otros miembros de la familia Inurrieta al frente de discos Columbia, casa esencial en el mercado discográfico español hasta los años ochenta.

El análisis de los diferentes catálogos y suplementos editados por Regal en sus doce años de vida, pone de manifiesto tanto la cantidad como la variedad estilística de sus referencias que abordaron proyectos tan dispares como la publicación de óperas completas o la de discos con cantos de aves. Pero más allá de este hecho, su evolución puede ser interpretada como un claro ejemplo del devenir del mercado discográfico español durante los años veinte y la primera mitad de los treinta. Así, en un panorama en el que tuvo que competir con emblemáticos sellos como La voz de su amo, Regal tuvo una proyección publicitaria muy notable orientada fundamentalmente a afianzar la marca y a subrayar la calidad de sus discos y de sus intérpretes. Los catálogos, los suplementos, los folletos, los anuncios publicitarios, las reseñas y los carteles, fueron algunos de los soportes y medios utilizados para publi-

---

81. El cartel anunciador del nuevo procedimiento de discos Regal [fig. 5] ha formado parte de dos exposiciones temporales celebradas en el Museo de Bellas Artes de Bilbao (2009) y el Museo Euskal Herria de Gernika (2012), cuyos catálogos aparecen referenciados en la bibliografía.

tar este sello. Sin embargo, tanto el tipo de publicidad como el precio de los gramófonos y los discos, ponen de manifiesto que éstos no eran objetos tan cotidianos como pudiéramos pensar. De hecho, a comienzos de la década de los treinta se perfilan como productos al alcance de un determinado sector que, bien por su poder adquisitivo o por efectuar una compra a plazos, pudieron tener en propiedad una de estas “máquinas parlantes” en las que poder escuchar sus discos Regal, “los únicos discos eléctricos sin ruido”.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANUARIOS REGIONALES DE ESPAÑA (ed.) (1932). *Anuario regional descriptivo, informativo y seleccionado de la industria, comercio, agricultura, profesiones, arte y turismo del Norte de España*. Madrid: Anuarios Regionales de España.
- ARCE, Julio (2008). *Música y radiodifusión. Los primeros años (1923-1936)*. Madrid: ICCMU.
- ARIAS GÓMEZ, José (1931). *El gramófono moderno: una guía referente a la elección de aparato, buen uso del mismo, conservación de discos y empleo de aguja apropiada*. Madrid: Espasa-Calpe.
- BALSEBRE, Armand (2001). *Historia de la radio en España. Volumen I: (1874-1939)*. Madrid: Cátedra.
- BAUDELAIRE, Charles (1996). “El público moderno y la fotografía”. In: *Salones y otros escritos sobre arte*. Madrid: Visor; pp. 229-233 (*Le public moderne et la photographie* forma parte de los escritos que Baudelaire realizó en torno al Salón de 1859).
- BENJAMIN, Walter (1973). *Discursos Interrumpidos I*. Madrid: Taurus. [Ensayo publicado en la revista *Zeitschrift für Sozialforschung* en 1936]
- BILBAO SALSIDUA, Mikel (2012). *Euskal kartelak. Carteles Vascos, 1902-1971*. Gernika-Lumo: Euskal Herria Museoa.
- BOURDIEU, Pierre (1988). *La Distinción: Criterios y bases sociales del gusto*. Barcelona: Taurus [1ª ed., en francés, 1979].
- BRADOCK, Arthur; ANDREWS, Frank (2007). *Regal records: complete to October: 1914 to 1932*. Wells Next the Sea: City of London Phonograph and Gramophone Society.
- CÁMARA OFICIAL DE COMERCIO, INDUSTRIA Y NAVEGACIÓN DE BILBAO (1925). *Catálogo de Comerciantes e Industrias de Vizcaya, 1924-25*. Bilbao: Grijelmo.
- CAMPOY, Antonio Manuel (1983). *Penagos, 1889-1954: aproximación al creador más significativo de su tiempo*. Madrid: Espasa-Calpe.
- CARRERAS, Albert; TAFUNELL, Xavier (coords.) (2005). *Estadísticas históricas de España, siglos XIX-XX, Vol.1*. Bilbao: Fundación BBVA.
- COLUMBIA GRAPHOPHONE COMPANY (1924). *Catálogo general de discos dobles marca Regal*. San Sebastián: Columbia Graphophone Company.
- (1926). *Discos dobles Regal. Suplemento general*. San Sebastián: Columbia Graphophone Company.
- (1929). *Catálogo de discos Regal: julio 1929*. San Sebastián: Columbia Graphophone Company.

- (1930). *Catálogo general de discos Regal: conteniendo los discos eléctricos publicados hasta fin de diciembre de 1930*. San Sebastián: Columbia Graphophone Company.
- DISCOS COLUMBIA (1936). *Catálogo general de discos Columbia*. San Sebastián: Fábrica de discos Columbia.
- DURAN CASTELLS, Jaume; SÁNCHEZ GÓMEZ, Lidia (eds.) (2008). *Industrias de la comunicación audiovisual*. Barcelona: Universidad de Barcelona.
- GARITAONAINDIA, Carmelo (1988). *La Radio en España. (1923-1939) De altavoz musical a arma de propaganda*. Madrid: Siglo XXI de España.
- GRONOW, Pekka; SAUNIO, Ilpo (1998). *An international history of the recording industry*. London; New York: Cassel.
- HOFFMANN, Frank W.; FERSTLER, Howard (2005). *Encyclopedia of recorded sound*. New York: Routledge.
- HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor W. (2007). *Dialéctica de la Ilustración*. Madrid: Akal (1ª ed., en alemán, 1947).
- JONES, Daniel E.; BARÓ i QUERALT, Jaume (1995). *La indústria musical a Catalunya: evolució dins del mercat mundial*. Barcelona: Llibres de l'Índex.
- LANDABEREA TABERNA, Jaione (2007). "Guía de casas y sellos discográficos en Euskal Herria". In *Musiker. Cuadernos de Música*, nº 15; pp. 373-446.
- LÓPEZ SÁNCHEZ, José María (2006). *Heterodoxos españoles. El Centro de Estudios Históricos, 1910-1936*. Madrid: Marcial Pons Historia : Consejo Superior de Investigaciones Científicas.
- MALNIG, Julie (1997). *Dancing Till Dawn: A Century of Exhibition Ballroom Dance*. New York: New York University Press.
- MARMORSTEIN, Gary (2007). *The Label. The Story of Columbia Records*. New York: Thunder's Mouth Press.
- MUSEO DE BELLAS ARTES DE BILBAO (2009). *Novocentismo y vanguardia, 1910-1936: en la colección del Museo de Bellas Artes de Bilbao*. Bilbao: Museo de Bellas Artes de Bilbao.
- MORTON Jr., David L. (2006). *Sound Recording: The Life Story of a Technology*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press.
- PENAGOS, Rafael de (2006). *Rafael de Penagos en las colecciones MAPFRE: 1889-1954*. Madrid: Fundación MAPFRE, Instituto de Cultura.
- RESIDENCIA DE ESTUDIANTES (ed.) (1988). *Archivo de la palabra*. Madrid: Residencia de Estudiantes, [3 discos de 33 rpm].
- (ed.) (1998). *Voces de la Edad de Plata: archivo de la palabra. 24 grabaciones originales*. Madrid: Residencia de Estudiantes, (2 discos CD).
- SÁNCHEZ GARCÍA, Raquel (2002). "La propiedad intelectual en la España contemporánea, 1874-1936". In: *Hispania*, nº 212, pp. 993-1020.
- SYMES, Colin (2004). *Setting the record straight: a material history of classical recording*. Middletown: Wesleyan University Press.
- WELCH, Walter L.; BURT, Leah B.S. (1994). *From tinfoil to stereo: the acoustic years of the recording industry, 1877-1929*. Gainesville: University Press of Florida.

WILENTZ, Sean (2012). *360 sound: the Columbia Records story*. San Francisco: Chronicle Books.

WILLIAMS, Trevor Illtyd. (1990). *Historia de la tecnología: Desde 1900 hasta 1950 (II)*. Madrid: Siglo Veintiuno de España Editores (1ª ed., en inglés, 1978).

## FUENTES HEMEROGRÁFICAS

“Discos Pathé y Pathéfonos. Fabricación española”. In: *Mundo Gráfico*, 30/05/1917; s.p.

“Últimas impresiones de Discos Pathé. Junio 1917”. In: *Mundo Gráfico*, 27/06/1917; s.p.

“Las grandes construcciones. Los Titanic en Madrid”. In: *La Acción*, 11/12/1923; p. 5.

“¡La máxima perfección!. Discos sin ruido...”. In: *La Voz*, 11/06/1924; p. 7.

“Discos ‘Regal’, aparato ‘Multiplex’, diafragma ‘Imperator.’ El compendio de toda perfección!”. In: *Mundo Gráfico*, 19/11/1924; s.p.

“El asombro actual en el mundo fonográfico es el nuevo procedimiento de Columbia. Los discos ‘Regal’...”. In: *ABC*, 11/12/1924; p. 37.

“¡La máxima perfección!. Discos sin ruido...”. In: *La Voz*, 12/02/1925; p. 7.

“El periódico y la radio “. In: *Ondas*, nº 62, 22/08/1926; p. 3.

“Programación. Emisoras de Unión Radio y otras emisoras de España” In: *Ondas*, nº 62, 22/08/1926; p. 10-23.

“El paro forzoso de los músicos. Situación angustiosa. La Junta Nacional y los profesores de orquesta. Una cruzada contra la barbarie sonora”. In: *El Sol*, 04/09/1931; p. 2.

“Los profesores de orquesta”. In: *Diario de Alicante: Periódico republicano*, 30/09/1931; p. 1.

“La radio, los discos de gramófono y los periódicos”. In: *La Prensa*, 21/07/1933; p. 2.

“Un nuevo procedimiento de impresión”. In: *Musicografía*, nº 1, 1933; p. 15.

“El pleito de las compañías fonográficas y las emisoras de radio”. In: *Revista Columbia*, nº 6, junio-julio 1933; s.p.

“Compre siempre discos eléctricos ‘Regal’ y ógalos siempre en la Viva-Tonal”. In: *Unión ilustrada*, 02/08/1928; p. 14.

“Los discos eléctricos ‘Regal’ y las grafonolas ‘Viva-Tonal’”. In: *Vida Vasca*, 1930; p. 135.

ÁLVARO, Francisco. “Homenaje a la música española en Valladolid”. In: *ABC*, 02/03/1975; p. 74.

B., J. del: “La música de fonógrafo. Revista de discos”. In: *La Voz*, 04/05/1931; p. 6.

TXIRIBISKO. “Las emisiones de radio y los discos de gramófono”. In: *El Pueblo Vasco*, 27/06/1933; p. 3.

— “La radio, los discos y la difusión de los partidos”. In: *El Pueblo Vasco*, 30/06/1933; p. 2.

ROSEN, Jodi. “Researchers Play Tune Recorded Before Edison”. In: *The New York Times*, 27/03/2008 [edición digital].