

# LA BIPOLARIDAD DE LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA CUBANA: LA CONCEPCIÓN DEL BIEN COMÚN Y EL APROVECHAMIENTO DEL MERCADO GLOBAL

Jesse Friedman<sup>1,2</sup>

Cada noche en La Zorra y El Cuervo, un club popular en La Habana, tocan músicos que están entre los mejores de la ciudad. Y cada noche, no importa el número de clientes, cada músico gana considerablemente menos de los diez pesos convertibles que se cobra por una sola entrada (Izquierdo-Clua). ¿Por qué esta discrepancia? La industria de la música en Cuba depende, a la vez, de la explotación del crecimiento rápido del consumo turístico en las dos décadas recientes, y de la producción de discos, composiciones, y giras que satisfacen su demanda constante en el mercado global. No obstante, se funda, también, en un tercer factor clave—la creencia de que no existe una industria de la música cubana en sí, sino un proyecto cultural-revolucionario para el beneficio del pueblo y el intercambio cultural internacional. Se encuentran en ramas de la burocracia—particularmente en el Instituto Cubano de la Música (ICM)—economistas que se dedican al estudio de los mercados del consumo de la música, pero que siguen una retórica que identifica la difusión del bien social como el propósito principal de la industria.

En una sala minúscula al fondo del Centro de Investigaciones y Desarrollo de la Música Cubana (CID), en La Habana, encontramos un documento comprensivo, escrito en 2001 por dos organizaciones de

las Naciones Unidas, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), con datos económicos del consumo de la música cubana y recomendaciones para fomentar su desarrollo. Es claro que estas recomendaciones se basan puramente en la explotación de oportunidades económicas, mientras la red del mercado globalizado crece. Es claro, también, que las ganancias no se difunden, necesariamente, ni a los músicos cubanos que tocan para distintos públicos y graban los discos, ni al cubano común. Así, se destacan incongruencias tanto en la conceptualización de los propósitos económicos de la industria como en la difusión de los beneficios—monetarios o no—en la población cubana. Mientras se desarrollan más y más las investigaciones e inversiones en la música como producto lucrativo del turismo y marca exportada en una escala internacional, las autoridades y economistas que dirigen dicha industria mantienen obstinadamente que el rol principal de la música cubana es desempeñar un “bien espiritual” para el pueblo cubano (Abreu-Asin 2011, 31).

Según esta lógica, los músicos en la Zorra y el Cuervo no deben ganar en proporción a los ingresos del establecimiento, porque se considera su música como un

---

1. Nota del Editor: Este ensayo recibió el Segundo Premio en el concurso del Premio Estudiantil de ASCE de 2013 para estudiantes de pregrado.

2. Con un agradecimiento especial a la Dra. Marilyn Miller, de Tulane University, y a Patricia Marin Peña, de la Universidad de La Habana.

bien social y no como una participación con agencia independiente en el mercado. Al músico que toca fuera del país, no se le permite aprovechar directamente de las mismas demandas lucrativas que impulsaron su viaje minuciosamente controlado, porque la música sirve como una necesidad intercultural. Se crea un sistema en el cual los conciertos de los mejores músicos cuestan poco a los cubanos, y las “empresas” musicales del gobierno ganan la mayoría de su dinero de derechos de autores percibidos del exterior. Se ve una estructura donde se estiman la calidad de, y el acceso a, la música nacional como motivaciones principales, pero en la cual la gran fuente económica del turismo frecuentemente refleja lo que más se vende. Desde sus principios en el intercambio exclusivo con el Consejo de Ayuda Mutua Económica (CAME) de los países socialistas, la industria de la música cubana ha evolucionado—de acuerdo con barreras comerciales eliminadas y posibilidades tecnológicas extendidas—a ser un proyecto amplio en alcance y ganancias. Para reconciliar este proyecto mercantil con las creencias socialistas vigentes del país, hay que construir una nueva estructura.

### LA INDUSTRIA DE LA MÚSICA CUBANA

En la era moderna de la industria musical de Cuba, una vez que la Revolución la separó de los intereses de la burguesía, surgió el sector como proyecto social, artístico, y simbólico de la identidad cubana. Sin embargo, mientras la industria evolucionaba con el derrumbe de la Unión Soviética, se alejó del modelo centralizado y comunal, enfrentándose a nuevas contradicciones en su funcionamiento. Estas contradicciones se manifiestan en una retórica oficial que, a la vez, valora el socialismo sobre todo, y niega la necesidad financiera que maneja la activación de la industria respecto a su rentabilidad en los mercados internacionales.

#### Progresión y Ruptura

Después de un período de muy poco aprovechamiento del factor económico de la música en los 60 y 70, surgió en los 80, por parte del Estado, la Empresa de Grabaciones y Ediciones Musicales (EGREM) (Pedroso 61). Actuando como un “gran monopolio,” la EGREM era la única productora musical del país (Pedroso 61). No obstante, la palabra “monopolio,”

en este contexto resulta extraña pues fue controlado por el Estado cubano, el cual mantenía, como deber fundamental del socialismo, su dominio sobre la producción cultural y la producción económica. Tiene mucho sentido, entonces, que una vez que el Estado aceptara la música no solo por su función cultural sino por su función *empresarial*, habría querido, a la vez, controlarla y centralizarla. El monopolio, por su naturaleza, distorsiona el mercado libre, pero en el caso de que el Estado mantenga el monopolio sobre la producción económica—en el caso del comunismo—no se juega dentro del mercado libre para empezar.

Aunque los consumidores de la música que salió de la EGREM “siempre han de ser lógicamente cubanos *de Cuba*,” la empresa estatal desempeñaba su papel económico en gran medida por su participación del intercambio dentro del CAME—una red de relaciones comerciales entre los países socialistas (Ariel 56; Pedroso 61). Aun con el control singular de la venta oficial de la música cubana, y con la ayuda de la Unión Soviética, la EGREM no proveía recursos suficientes para la grabación de música de buena calidad y de distribución amplia. Esto se debía al “limitado espacio de las cabinas” y la “insuficiente preparación de técnicos y productores musicales” (Pedroso 61).

El derrumbe de la Unión Soviética y la entrada en el Período Especial marcaron un paso hacia la descentralización de la industria. Se creó en 1989 la disquera ARTEX, quitándole poder a la EGREM como la única disquera (Pedroso 61). Mientras tanto, con la disolución del CAME, la industria sufrió una “ruptura total” de su base de consumo y recursos financieros así como de sus concepciones del mercado. Lanzadas por la necesidad dentro del mercado mundial, la venta y la promoción de la música cubana “comenz[aron] a perder terreno en las plazas internacionales,” mientras la industria luchaba por salirse de sus antiguas relaciones comerciales, las que se regían “por parámetros totalmente distintos a los capitalistas” (Pedroso 61). Se necesitaba un cambio de valores, que empezó a formarse en 1992, cuando la Asamblea Nacional efectuó una nueva política que abrió el país a las relaciones externas y a la inversión de capital extranjero (Pedroso 61).

El Período Especial hizo necesario, primero, una nueva explotación de la venta de música en el ámbito del turismo, y segundo, un nuevo alcance económico a lo largo del mundo. Mientras en 1993 visitaron 546,000 personas el país como turistas, el número aumentó hasta dos millones para el año 2000. En 1997, los ingresos de editores musicales extranjeros habían alcanzado 250,700 libras esterlinas anualmente (UNCTAD/OMPI 8). Con las leyes Torricelli en 1992 y Helms-Burton en 1996 aprobadas por el gobierno de los Estados Unidos, se afectaban gravemente tanto a los artistas cubanos como a la industria discográfica cubana entera. Tiene sentido, entonces, que en la retórica actual popular del gobierno, la falta de acceso a la economía de los Estados Unidos—el bloqueo—es el culpable principal por el subdesarrollo de la industria con respecto al resto del mundo. Dice el economista del ICM Johannes Abreu-Asin, en la revista *Clave*, que “el aprovechamiento del mercado internacional” por la industria de la música en Cuba, está restringido directamente “a causa de los efectos del bloqueo” (2009b, 53). De hecho, la base de consumo en los Estados Unidos, a la que Cuba tiene poco acceso, ha representado el mayor mercado musical del mundo (UNCTAD/OMPI 21). En 1999, Cuba vendió 120,801 discos compactos en el exterior, de solamente 343,615 discos en total, con un valor de 3.2 millones de pesos en moneda convertible o divisas (UNCTAD/OMPI 10).

En los años 90, la introducción del sistema doble de divisas-moneda nacional creó dos mercados distintos en los cuales se vendía la música (Pedrosa 62). Esto trajo la consecuencia de que los productos no fueran accesibles a una gran parte de la población, mientras “se comercializan bajo una política minorista,” una que “agrava la situación para los consumidores” (Pedrosa 62). Según el economista Abreu-Asin, un CD de música hecho y vendido en Cuba suele costar aproximadamente “la mitad del salario medio nacional” que recibe el cubano mensualmente (2009b, 53). Aunque el país había impulsado, con éxito, un nuevo empeño de promulgar la marca cubana en el exterior y convertir la música en un negocio lucrativo fuera de la Isla, se encontraban aprietos en su difusión al pueblo a quien supuestamente servía, desde el principio, como proyecto y bien socio-cultural.

### La Retórica del “Bien Espiritual”

Así surge el dilema clave en la industria de la música cubana actual: de acuerdo con su funcionamiento tanto en el mercado internacional como con el pueblo cubano, la conceptualización del proyecto puramente cultural, y la de una gran fuente económica, chocan. Es decir, mientras que la industria ha emergido desde el sistema socialista del CAME, y se ha convertido en un gran recaudador de ingresos, la retórica del gobierno cubano se ha quedado congelada en el concepto de la índole estrictamente socio-cultural de la industria.

El ICM insiste en que la función primaria de la industria—incluso la de la música que se toca afuera—sea pública y cultural. Reincide el Profesor Johannes Abreu-Asin, MBA en Administración de Negocios, gestor cultural del sello discográfico Producciones Colibrí, y portavoz del CID (una rama del ICM), que se realizan las producciones musicales como “importantes bienes públicos o patrimoniales,” concebidas para “satisfacer [las] necesidades espirituales” del pueblo cubano (2011, 31; 2009a).

¿Qué quiere decir este concepto del “bien espiritual,” particularmente como propósito de un mercado económico? Puede ser un concepto pseudo-religioso, pero solamente en el sentido de que tanto la religión como el desarrollo de la identidad de una nación son “forma[s] de asumir la vida” (Abreu-Asin, 2012). La industria musical de Cuba se define a sí misma “como la industria que defiende sus valores, su identidad, lo que es la música cubana” (Abreu-Asin, 2012). Lo curioso es que se perciben incluso las políticas más estratégicamente lucrativas de la difusión de la música cubana a lo largo de mercados internacionales como un paso intermedio hacia esta satisfacción social y espiritual; la meta final es siempre “transformar los medios materiales en riqueza”—una que no sea financiera (Abreu-Asin, 2012). Se ve incluso la venta internacional primero como “intercambio cultural,” en el cual no se busca el “interés comercial” sino que se comparten valores nacionales (Abreu-Asin, 2012).

### CONTRADICCIONES Y RETOS EN LA INDUSTRIA MODERNA

Problemáticas, entonces, son las sugerencias para el desarrollo de la industria que ofrecen la UNCTAD/

OMPI en su mencionado reporte de 2001, en el cual se recomienda como factor clave “el desarrollo de iniciativas directas de comercialización” (11). Se destacan incongruencias entre, por un lado, el deseo del gobierno de extender la industria en el ámbito global y cultivarla económicamente, y por otro lado, la retórica socialista.

Actualmente, propone el CID que se lleve a cabo la re-centralización de la industria misma—lo cual sería un regreso, de cierto modo, a su carácter de la época soviética. Abreu-Asin recomienda que las cuatro disqueras o “casas discográficas” principales que existen hoy en día en Cuba (EGREM, ARTEX, RTV Comercial, y WSP) se consoliden, colocándose la industria misma en una burocracia centralizada. Dice que la necesidad actual es la de un “centro de liderazgo industrial” que obligue la “integración de las entidades del sector” hasta lograr la “optimización” de recursos y capacidades (Abreu-Asin 2009b, 55). Pero lo que llama Abreu-Asin la “contradicción básica” de que no exista un “centro estratégico generador de las sinergias propias de la competitividad,” de que la dispersión de entes directivos “disipa la claridad en los objetivos industriales,” resulta una contradicción en sí misma: al nivel nacional, la consolidación, naturalmente, implica la disminución de la competitividad (2009b, 53). Esto se ilustró en el dominio de la EGREM en los 80 y en el lugar de la industria dentro del sistema del CAME.

### Desafíos del Mercado Global

Al nivel internacional, no está claro si el “proceso de homogenización” supuestamente necesario puede fortificar la industria cubana en el ámbito de la competencia de los países desarrollados (Abreu-Asin, 2009b, 54). La UNCTAD/OMPI dicen que no—que el factor clave a fin de desarrollar la competitividad de la industria debe ser el de “reducir trabas administrativas innecesarias para las inversiones de compañías extranjeras,” de “flexibilizar” las restricciones a nuevos inversionistas (35, 43). Es decir, se encuentra la herramienta clave, según el reporte de las dos organizaciones internacionales, en la *diversificación* de la industria, y su apertura a empresas extranjeras. Para el economista Abreu-Asin, se identifica el crecimiento de las “alianzas [financieras] estratégicas

internacionales” solamente entre una gama de “posibilidades” (2009b, 54).

Parece que, dentro del enfoque social que brindó el proyecto de la Revolución, la industria quiere retener varios elementos del proteccionismo, por medio de su soberanía económica y cultural. Sin embargo, en la revista *Clave*, la autora Xiomara Pedroso habla de la participación en el mercado global como si fuera algo inevitable, preguntando, “¿está la industria discográfica de la isla preparada para enfrentar el reto del mercado mundial?” (62). Parece que, históricamente, sí, es inevitable, y Cuba ya ha entrado en ese mercado en gran medida. En cuanto al progreso económico, particularmente en la esfera de la música, el lema es “converger o morir” (Valencia 57).

La consideración esencial, entonces, es si un país históricamente aislado tanto en su filosofía social como en su economía, está dispuesto a enfrentar lo que significa participar en el mercado global: meterse en un sistema regido, en gran medida, por la economía liberal—la del mercado libre—y luchar en una gran escala por surgir de la periferia mundial de economías desarrolladas (Lustig 3). A menudo, aun cuando se abre la economía de tal país subdesarrollado en su totalidad a la economía internacional, resulta imposible competir: “la autóctona producción musical del tercer mundo no entra dentro de las vigentes reglas del juego” (Borges-Triana 14). Además, está claro que la “ley inevitable del mercado” que reconoce Pedroso no funciona en armonía con el socialismo (62). Se vuelve a la cuestión de motivaciones de insertarse en el mercado mundial, de la diferenciación de filosofías. ¿Para quién existe, para quién sirve, la industria de la música cubana? Pedroso hace una pregunta similar: cuando se fijan los precios de productos musicales de acuerdo tanto con “la necesidad del país de recuperar divisas” como con la misión de cultivar acceso y beneficio social, “¿se está pensando en consumidores nacionales o foráneos?” (62). ¿Existe un equilibrio entre el aprovechamiento del mercado internacional y el servicio al pueblo, en el cual el primero aumenta y asegura el segundo? ¿Se hace caso tanto a lo socialmente beneficioso como a lo lucrativo en este modelo?

### Dos Lados del Turismo

En búsqueda de estas fuentes lucrativas, se destacan como las más importantes el turismo en la isla, conciertos fuera de la isla, y música grabada y compuesta para la exportación. Según la UNCTAD/OMPI, las primeras dos fuentes principales de ingresos de la industria musical en Cuba son derechos de obras y contratos con disqueras extranjeras. La tercera es la exportación de música cubana grabada, mientras la cuarta es los ingresos derivados de la música relacionados con el turismo (UNCTAD/OMPI 6). No obstante, los ingresos asociados con el turismo en Cuba han estado creciendo: aunque decrecieron entre el 1% y el 2% en el año 2009 debido a la crisis económica, los ingresos por el turismo internacional en Cuba experimentaron una tasa de crecimiento del 6.6% en 2010 y del 12.7% en 2011 (Abreu-Asin 2009a; ONE). En 2011, estos ingresos llegaron a 2,282.7 millones de pesos convertibles (ONE). Aquí surge la pregunta de la motivación de la gran concentración en el sector del turismo para la industria de la música, y a dónde llegan los beneficios. Según el economista Abreu-Asin, el crecimiento de la infraestructura del turismo en Cuba “genera cada vez más espacios” para la recreación de los que buscan el “intercambio cultural” (Abreu-Asin 2009b, 55). En el desarrollo del turismo, la música juega “un papel protagónico” (Abreu-Asin 2009b, 55).

El músico profesional Luis Izquierdo-Clua está de acuerdo, en gran medida, con la idea del papel beneficioso que juega la música en el sector del turismo. Para él, el turismo es esencial para la música cubana, en el sentido que ampara lo tradicional—preserva la música más cubana, la cual es muy poco escuchada por los cubanos, y “mucho mejor apreciada por los extranjeros” (Izquierdo-Clua). El turismo “sirve para que no se pierda” esa música fundamental a la cultura cubana; aparte del fenómeno del turismo extranjero, “esa música no se cultivaría mucho” (Izquierdo-Clua). De todas formas, existe una crítica fuerte de la música turística, sosteniendo que solo se ofrece “folklorismo repetitivo, vano, falso, y sin imaginación” (Blanco Encinosa 97).

Aquí se ve un microcosmo del mismo sistema de consumo masivo al cual temen los que controlan la in-

industria de la música cubana—un sistema de vender lo que demande el mercado, dondequiera, en cualquier cantidad, simplemente “porque eso es lo que se vende” (Ariel 56). Mejor dicho, la crítica de que la música que se produce mayormente para los turistas en Cuba consiste siempre en “las mismas *lágrimas negras, son[es] de la loma, maniseros...* noche tras noche” es la misma crítica, en una escala menor, que ofrece el economista Abreu-Asin, cuando dice que la “industria globalizada” funciona típicamente a través de una cultura de “determinad[a] estandarización,” cuyas “tendencias” consisten principalmente de “lograr un consumo masivo” (Ariel 56; Abreu-Asin 2012). Mantiene Abreu-Asin que, a diferencia de este modelo, en el cual la única intención es “generar ganancias” y “buscar rentabilidad” por “imponer” su cultura y producto a otros, Cuba difunde su música con el solo propósito de defender “sus valores, su identidad, lo que es la música cubana” (2012). Vale notar que este lenguaje de “imponer” una cultura a otra, forma parte de la retórica cubana más amplia sobre la amenaza del imperialismo.

### IMAGEN, CONSUMO, Y MISIÓN CULTURAL

En cuanto a la música, en vez del modelo de “imponer,” el punto de vista oficial de Cuba es que se “comparte” la música cubana “donde la música se necesita” (Abreu-Asin 2012). Está claro que la Isla vende, más que todo, una “imagen cultural del país a través de su música” (Blanco Encinosa 97). Los turistas no buscan la música de moda, sino “lo que no se encuentra en otros países”: lo cubano (Izquierdo-Clua). Sin embargo, según la socióloga Cecilia Linares, frecuentemente, se reflejan estos gustos unidimensionales en los cubanos también, citando una “homogeneidad de intereses” en un número significativo de la población, y una “convergencia en un grupo reducido de campos artístico-culturales” (91).

### Ganancias y Enriquecimiento Cultural

Entre las fuentes principales de ingresos de la industria de la música en Cuba se encuentran también los ingresos por actuaciones de los músicos cubanos en el extranjero (UNCTAD/OMPI, 6). Esto no es sorprendente, dado la gran importancia del capital humano exportado en la economía cubana actual. De hecho, la exportación de servicios—la categoría den-

tro de la cual se clasificarían las actuaciones musicales en el extranjero—representa aproximadamente el 70% del intercambio comercial del país (ECLAC 212). Aunque los servicios profesionales, como la ingeniería, la biotecnología, y los servicios médicos, son actualmente los fuentes de ingresos más importantes en el intercambio internacional de Cuba, los servicios recreativos que ofrecen los músicos que tocan en el extranjero son esenciales a la industria nacional de la música cubana (ECLAC 212).

Pero mientras Cuba intenta desarrollar un programa de giras, conciertos en el extranjero, y contratos con una gama de promotores extranjeros, las ganancias que perciben los artistas no necesariamente crecen proporcionalmente. En la misma manera en la cual el pago a los músicos en La Zorra y el Cuervo no cambia según ni el precio ni la cantidad de entradas, el pago por conciertos y giras en el exterior depende solamente del contrato que firma la empresa o rama del ICM al que pertenece el grupo (Izquierdo-Clua).

Hoy en día, la meta para la industria de la música de Cuba es ampliarse tanto en lo “horizontal”—extendiendo su presencia en más y más sectores y lugares del mercado—como en lo “vertical”—aumentando la cantidad (Lasuén Sancho 91). Para los oficiales de la industria, la participación en ferias, festivales, conciertos y giras internacionales son oportunidades para intercambios culturales y para recuperar fondos para la diseminación del arte en el extranjero, pero no para maximizar ganancias. Esta retórica socialista se extiende, incluso, a los contratos de giras extranjeras, respecto a los cuales buscar otras oportunidades con promotores fuera del ámbito del ICM no se considera solamente una brecha del contrato sino un “abandono de misión cultural” (Agencia de Representación Artística). No obstante, el músico Luis Izquierdo-Clua no está de acuerdo con esta retórica. Dice Izquierdo-Clua, que para la mayoría de los más de 15,000 músicos cubanos, en cuanto a la cuestión de ganar dinero versus “enriquecer culturalmente al pueblo,” el enriquecimiento cultural siempre resulta “secundario” (UNCTAD/OMPI, 1; Izquierdo-Clua). Entre los músicos cubanos, el 87,5% ha expresado que la estructura de la industria musical en

Cuba “les provoca insatisfacción” (Abreu-Asin 2009b, 53).

### **Oferta, Demanda y Filosofía Revolucionaria**

Aunque la incongruencia entre lo que se vende y lo que se recibe a muchos no les parece justa, en la sociedad cubana todo es relativo. Es decir, esos mismos músicos que ganan una cantidad fija en la Zorra y el Cuervo, según la distribución de sueldo que decide la “empresa” a la que pertenece por una parte al grupo y por la otra al ICM, obtienen en esa sola noche “la tercera parte del salario mensual de un médico” (Izquierdo-Clua). La diferencia, entonces, es que los médicos no trabajan en una industria relacionada con la recreación—una en la que la cantidad de ingresos depende, primero, de la demanda por el entretenimiento y, segundo, de los recursos disponibles para la producción, la publicidad, y la conexión con su público. En la época de la tecnología y la globalización, parece que las necesidades de la competitividad y de la comercialización de las industrias de la recreación son aún más exacerbadas.

Aquí aparece el interrogante de nuevo: en la época moderna, a escala mundial, ¿son las pautas del juego—las de una industria musical globalizada—necesariamente irreconciliables con la filosofía socialista del gobierno cubano, con los ideales revolucionarios? Puede ser que el “consumo espiritual,” del cual habla la retórica de la industria musical de Cuba es, en sí mismo, contradictorio (Abreu-Asin 2009a). Por otra parte, pudiera ser que el término requiere una estructura distinta, una que no funciona solamente dentro del armazón ni del socialismo ni del mercado libre, sino que incorpora e integra los dos.

### **CONCLUSIÓN: ¿CON QUÉ FIN?**

En esta manera de pensar, falta una re-conceptualización del mercado de la música en sí—una en la cual la producción depende tanto de la venta-demanda y alcance global como de los deseos culturales del pueblo. En tanto que el pueblo cubano coloca su identidad a través de la cultura, y el gobierno busca los medios del desarrollo, la coexistencia de las dos consideraciones es necesaria, por lo menos en teoría. Esto es lo que anuncia el profesor Abreu-Asin: que “la industria cultural, por su naturaleza, tiene doble fin, doble impacto, una doble salida: hay una finali-

dad social, y una finalidad económica”, y “las dos pueden estar en desequilibrio” (2012). Dentro de esta dualidad, toda la música que se produzca debe servir para “conservar el patrimonio cultural-musical,” pero, teniendo en cuenta, siempre, “lo económico, la mercadotecnia... para que sea vendida, para que llegue al pueblo” (Blanco Encinosa 96).

Mientras la UNCTAD/OMPI recomiendan que el país cultive las inversiones extranjeras en aras del desarrollo de la industria musical cubana, y de su difusión más amplia en el mercado mundial, la burocracia cubana insiste en fines distintos, vinculando la meta de “llevar adelante el proceso de inversión eco-

nómica” con el propósito singular de “la difusión de estos bienes culturales” (Abreu-Asin 2011, 31). Así, por lo menos teóricamente, se realizan lo económico y lo cultural en una relación simbiótica. El problema para los que producen la música, sin embargo, es que dentro del sistema globalizado en el cual trabajan, no necesariamente valoran su propio trabajo como bien cultural, sino, sobre todo, como factor financiero. La tarea, entonces, es “la búsqueda del justo equilibrio entre mercado e impacto social” (Abreu-Asin 2009:a). Todavía, en un país donde el concepto de la búsqueda es un gran tropo de la vida, tal vez se queda como aquel horizonte en la distancia, al cual nunca se llega.

## OBRAS CITADAS

- Abreu-Asin, Johannes. “Impacto de la crisis económica en la industria de la música: apuntes para este sector en Cuba,” *Perfiles de la Cultura Cubana* 2009a. [http://www.perfiles.cult.cu/article.php?article\\_id=207](http://www.perfiles.cult.cu/article.php?article_id=207). Consultado 27 Noviembre 2012.
- Abreu-Asin, Johannes. “Perspectivas de la industria de la música en Cuba.” *Clave*. La Habana: Instituto Cubano de la Música 2–3 (2009b): 48–55.
- Abreu-Asin, Johannes. “¿Por qué hablamos de la ‘industria de la música?’” *Clave*. La Habana: Instituto Cubano de la Música 1–2–3 (2011): 31–37.
- Abreu-Asin, Johannes. Entrevista Personal. Miramar, La Habana, Cuba. 24 Noviembre 2012.
- Agencia de Representación Artística. “Contrato de representación artística No. 20 \_\_\_\_.” La Habana (Fecha retenida): 1–2.
- Ariel, Sigfredo. “Cuba en plástico: de un tiempo a esta parte.” *La Gaceta de Cuba* (1998): 56–57.
- Blanco Encinosa, Lázaro J. “La industria de la música: muchos caminos conducen a Roma.” *Temas* (69) (2012): 90–98.
- Borges-Triana, Joaquín. “Sonidos del tercer mundo: los últimos de la fila.” *El caimán barbudo* 293 (1999): 14–15.
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [ECLAC]. “Cuba: General Trends.” *Economic Survey of Latin America and the Caribbean* (2009–2010): 207–212.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo [UNCTAD]/Organización Mundial de la Propiedad Intelectual [OMPI]. “La industria de la música cubana; plan, desarrollo y comercialización.” *Los países en vías de desarrollo convirtiéndose en un actor global: oportunidades en la industria de la música* (2001): 1–43.
- Izquierdo-Clua, Luis. Entrevista Personal. La Habana. 29 Noviembre 2012.
- Lasuén Sancho, José Ramón. *El crecimiento económico y las artes*. Madrid: Fundación Autor/SGAE, 2002.
- Linares, Cecilia. *Participación y consumo cultural en Cuba*. La Habana: Instituto Cubano de Investigación Cultural, 2008.
- Lustig, Nora. “Revisiting Structuralism: from Prebisch’s Center-Periphery to the Fusion of Ideas in Contemporary Development Economics.” Presentado en panel *The Search for a Paradigm in Political Economy and Globalization*, Toronto, Canada, 7 October 2010. Versión actualizada de “From Structuralism to Neosstructuralism: The

- Search for a Heterodox Paradigm,” en P. Meller (ed.). *The Latin American Development Debate*. Westview Press, 1988.
- Oficina Nacional de Estadísticas [ONE]. “Ingresos en divisas asociados al turismo.” *Anuario Estadístico de Cuba 2011: Turismo*. La Habana, 2012
- Pedroso, Xiomara. “La Industria Discográfica Cubana en los 90.” *Clave* (1) (1986–1990): 90–93.
- Valencia, Andrés Felipe. “En la era Internet: Evolución de la industria musical.” *Revista 91.9* (20) (1998): 56–57.