

## Concierto grosso en La Habana. Opus 18-25 años

Concerto grosso in La Habana. Opus 18-25 years

Adrian Alvarez Gálvez, Yamilé Ferrán Fernández, Lissette Hernández García y Yanet Blanco Fernández

Universidad de la Habana, Cuba

adrianpiano88@gmail.com; yferran@fcom.uh.cu; lissette@rect.uh.cu; yanet.blanco@accs.co.cu

---

**Resumen.** En sus múltiples dimensiones, la ciudad (La Habana) contiene un repertorio de ofertas que pone a disposición del público joven (18 a 25 años) en su ejercicio de consumo cultural, y en los que destaca por su singularidad la música de concierto. La pesquisa se aproxima a las lógicas del proceso interactivo entre las audiencias y las ofertas culturales de la sala de concierto, tomando como eje central un análisis de las mediaciones que lo transversalizan y el papel desempeñado por los medios desde la promoción cultural. Con ello se sistematizan referentes teóricos e históricos a través de un diálogo inter/transdisciplinar de diferentes autores para dotar al estudio de una matriz que permita esclarecer los derroteros de este fenómeno complejo, multidimensional, multimediado y mediador. Todo ello en un escenario marcado por la desazón y la incertidumbre generada por la Covid19 y las transformaciones económicas a lo interno del país.

**Palabras clave.** Público joven; consumo cultural; mediaciones; música de concierto.

**Formato de citación.** Alvarez Gálvez, Adrian; Ferrán Fernández, Yamilé; Hernández García, Lissette, y Blanco Fernández, Yanet (2021). Concierto grosso en La Habana. Opus 18-25 años. *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 11(2), 25-38. [http://www2.ual.es/urbs/index.php/urbs/article/view/alvarez\\_ferran\\_hernandez\\_blanco](http://www2.ual.es/urbs/index.php/urbs/article/view/alvarez_ferran_hernandez_blanco)

**Recibido:** 28/06/2021; **aceptado:** 3/10/2021; **publicado:** 3/11/2021  
**Edición:** Almería, 2021, Universidad de Almería

---

**Abstract.** In their multiple faces the city (Havana) has a repertoire of offers which are to be laid on young people (18-25 years old) in their cultural consumption exercise and in which stands out because of its peculiarity the concert music. The research goes into the logics of the interactive process between audiences and the cultural offers of concert halls, and it takes as main core an analysis of mediations which mainstream it, also it refers to the role played by media thorough cultural promotion. With this, all theoretical and historical references are systematized in a sort of inter/trans disciplinary dialogue between authors that provides the study with a matrix which makes clearer the trends of this complex, multi-mediated and mediator phenomenon. All of this in a hard scene marked by anxiety and uncertainty caused by Covid-19 and economic changes within the country.

**Keywords.** Young people; cultural consumption; mediations; concert music.

### I Mov. Allegro teóric <sup>1</sup>

Los espacios urbanos constituyen *per se* escenarios de socialización, intercambio, redistribución y legitimación, de ahí que aquilaten un caleidoscopio de propuestas/ofertas culturales y puestas en escena según las segmentaciones que fija el mercado o las políticas públicas, según sea el caso. El primero como ente macromediador, la segunda instancia como sombrilla de un modelo cultural más enfocado a la participación y al crecimiento del receptor, de ahí que sea siempre fecundo escudriñar las tendencias del consumo simbólico para, cuanto menos, remitir certezas o aproximaciones a decisores culturales y como real retroalimentación del alcance de ciertas políticas públicas.

La agenda investigativa ha gozado de un privilegio estable al interior de las líneas de la producción científica vinculadas a la cultura en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, en las últimas dos décadas, aun cuando en el último lustro se aprecia un decrecimiento respecto a otras temáticas, y sobre todo un mayor interés hacia el consumo audiovisual y televisivo, y con puntualidad en el nivel de pregrado. Una mirada preliminar advierte que, en su mayoría, los acercamientos se han anclado en perspectivas conceptuales desde el consumo, la recepción activa y los usos sociales.

En este contexto, los aportes sistematizadores de Néstor García Canclini (1991) arrojan luces sobre el alcance de una categoría que comienza a adquirir espesor conceptual hacia lo empírico en la década de los años ochenta del siglo pasado, al interior de los análisis sobre recepción de prestigiosos autores que

---

<sup>1</sup> Este artículo se vincula a la investigación en marcha para acceder al título de licenciatura en Comunicación Social (Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana), asumido por el primer autor, acompañado por sus tutoras.

respondían al paradigma cultural latinoamericano<sup>2</sup>. Desde este análisis, se proponen seis modelos de abordaje del consumo cultural<sup>3</sup>:

Modelo 1: El consumo como el lugar de reproducción de la fuerza de trabajo y de expansión del capital.

Modelo 2: El consumo como el lugar donde las clases y los grupos compiten por la apropiación del producto social.

Modelo 3: El consumo como lugar de diferenciación social y distinción simbólica entre los grupos.

Modelo 4: El consumo como sistema de integración y comunicación.

Modelo 5: El consumo como escenario de objetivación de los deseos.

Modelo 6: El consumo como proceso ritual.

Estos modelos teóricos descartan la visión instrumentalista, «no solo porque desde el siglo pasado se dieron sucesivos ejemplos de la prevalencia del valor de cambio de las mercancías sobre su valor de uso, sino por la existencia de otras esferas de valor simbólico que dejan entrever la forma de organización del ciclo de vida de los productos» (Canclini, 1991, p. 24). No existe entonces un correlato unívoco entre mercancías y necesidades, pues una misma necesidad se satisface a través de diferentes bienes<sup>4</sup>.

Partiendo de esta reflexión, Canclini (1991, p. 34) ofrece un encuadre para esta categoría que queda definida como: «conjunto de procesos de apropiación y usos de productos en los que el valor simbólico prevalece sobre los valores de uso y de cambio, o donde al menos estos últimos se configuran subordinados a la dimensión simbólica».

La dimensión simbólica de los bienes culturales es la que permite diferenciar el consumo cultural como una práctica específica frente al consumo general, y esa delimitación se justifica por la parcial independencia alcanzada por los campos artísticos y relativos a la cultura durante la modernidad. Un proceso que, según Guillermo Sunkel (2002, p. 4) se enmarcó en la secularización global de la sociedad.

Como en el resto de las tipologías de productos culturales, todo consumo no se realiza a cabalidad si no ocurre un proceso de apropiación. Como particularidad, en el consumo de música (de concierto) la audiencia no se limita a recibir el producto, sino que, sobre la base de su sistema de referencia, de sus competencias culturales/educacionales, transforman los códigos de la obra de arte y los adaptan al suyo propio: una expresión irrefutable de que el consumo es un proceso de recepción activa y en el que la apropiación está totalmente implícita.

En tal sentido, la propuesta del estudio es no focalizarse enteramente en los actores del consumo, sino acercarse a las instancias que median y aportan singularidades al fenómeno.

## Mediaciones

No es fortuito entonces que una de las figuras teóricas medulares para el tema sea Jesús Martín-Barbero (1987), quien propone dos desplazamientos epistemológicos y metodológicos para abordar la comunicación, los cuales constituyen las bases de su propuesta vertebral: el primero de la comunicación a la cultura y el segundo de los medios a las mediaciones. Con ello la investigación se propone no situar este

---

<sup>2</sup> Téngase presente cómo, desde los ochenta en adelante, esta es una agenda que se ensancha y consolida a la sombra de un acontecimiento empírico sumamente interesante: la avalancha de telenovelas mexicanas, colombianas, brasileñas y venezolanas, lo cual convocó desde entonces a buena parte de los estudiosos de la cultura en el continente a dialogar con una recepción que hablaba de apropiaciones y de imaginarios que estimulaban la evasión de sus vidas cotidianas para un espectador que como tendencia era mujer y de estratos sociales bajos.

<sup>3</sup> Para ampliar en estos modelos se remite a García Canclini (1991).

<sup>4</sup> Si bien cada uno de estos modelos permite ahondar en un aspecto u otro, la complejidad de este fenómeno es una cuestión aun latente en nuestros días; máxime si se suscribe la postura de Pierre Bourdieu en torno al efecto distinción.

proceso en las antípodas: emisor o receptor, sino desde los espacios que los concilian y los unen. «En lugar de hacer partir la investigación del análisis de las lógicas de la producción y la recepción, para buscar después las relaciones de imbricación o enfrentamiento, proponemos partir de las mediaciones, esto es, de los lugares de los que provienen las constricciones que delimitan y configuran la materialidad social y la expresividad cultural de la televisión» (Martín-Barbero, 1987, p. 233).

Las mediaciones, al mismo tiempo que generan restricciones que transforman las relaciones del objeto con los diferentes sectores sociales, creando diferentes niveles de apropiación y usos de este (he aquí su vínculo con el consumo cultural), configuran también la expresividad cultural de dicho objeto, por lo que reflejan la cultura de sectores sociales divergentes, que bien podría verse bajo el tamiz de taxonomías otrora clásicas, primigeniamente revisitadas por los frankfurtianos, y que las tendencias teóricas más actuales acusan como rebasadas. Así los estancos de cultura popular, alta cultura, cultura folklórica, quedaban eclosionados<sup>5</sup> y tachados de restrictivos desde un enfoque que apuntaba su centro de atención hacia las mediaciones y las políticas, y no ya a la supuesta calidad o anclaje estético del producto o práctica cultural que se objetivaba, según el público receptor y su condición cultural/educativa/ económica.

Sunkel (2002, p. 6) considera que las mediaciones constituyen un eje novedoso de investigación, y en su diálogo con ellas construye su propia definición al señalar que la «operacionalización» de la categoría de mediación en determinados 'lugares' desde los cuales se desarrollan los procesos de apropiación y usos sociales de los productos comunicativos, abre un nuevo territorio para la investigación».

Se puede apreciar entonces un incremento del alcance conceptual del término mediación, vista como instancia estratégica de estudio, que establece orden y limitaciones a la expresividad cultural de los medios, al tiempo elemento configurador de sentidos dentro del proceso de la comunicación.

Martín-Barbero (1987) sitúa tres instancias de mediación a modo de hipótesis, que, si bien fueron pensadas inicialmente para el medio televisivo, admiten ser extrapoladas a un análisis cultural mucho más horizontal; se refiere a la cotidianidad familiar, la temporalidad social y la competencia cultural.

Los estudios y enfoques teóricos latinoamericanos relativos al consumo cultural en su época dorada encuentran terreno fértil en las contribuciones del chileno Valerio Fuenzalida, y de los mexicanos Jorge González (aportes sensibles en análisis de telenovelas) y Guillermo Orozco (1993), quien desde la mediación múltiple prescribe las mediaciones fundamentales que interactúan de modo transversal sobre el proceso, bien sobre una de sus fases, de producción, por ejemplo, comercialización, o con puntualidad en el consumo/apropiación: la mediación individual, la mediación situacional, la mediación institucional, la mediación tecnológica y la mediación videotecnológica<sup>6</sup>.

## Música de Concierto

Un problema en cuestión que aparece desde el primer momento que se aborda un objeto como la música es buscar una definición, una taxonomía que permita distinguir algunas producciones de otras. Sin embargo, el arte es un entramado de múltiples raíces, es un proceso de naturaleza subjetiva y libre. Cuando se hace un bosquejo del comportamiento de la creación desde hace unos pocos siglos a la actualidad, se puede observar una cierta tendencia a la flexibilización e hibridación, con lo cual se confirma que el arte, como todo universo simbólico, se resiste a encuadres rígidos, mucho más en tiempos 'postmodernos', de desacralizaciones conviviendo con mestizajes y fusiones de géneros y formatos.

En el caso de la llamada música de concierto, el talón de Aquiles de los musicólogos por décadas ha sido la denominación de esta vertiente musical, y hasta el día de hoy se carece de una definición que permita

<sup>5</sup> Conviene estimar las reflexiones a las que apunta Martín-Barbero en su *De los medios a las mediaciones*, y García Canclini en *¿Ni folclórico ni masivo, ¿qué es lo popular?*

<sup>6</sup> Si bien esta propuesta el autor la define para el medio televisivo, sus aplicaciones a los efectos de la investigación pueden alcanzar el terreno de los productos culturales y en este caso resultan válidas en la música de concierto.

englobar la mayoría de las ofertas que se presentan en las salas de concierto. Uno de los términos que ha intentado abarcar estas producciones, y con particularidad el más conocido por el público general, utilizado incluso para catalogarla en la industria discográfica es ‘música clásica’. Pero existen también otros: música de concierto, música seria, música de arte, música erudita, música docta, música académica, música culta, etc. Como se puede apreciar, cada uno de los términos describe algunos aspectos de este tipo de música. Ninguno es autosuficiente, por cuanto se enfocan en un aspecto u otro de su naturaleza.

De acuerdo con el Diccionario Enciclopédico de la Música (2008, p. 323): la palabra ‘clásico’, que se deriva del latín *classicus* (de primera clase), se define en el *Oxford English Dictionary* de la siguiente manera: «De primera clase, del rango mayor de importancia; que constituye un parámetro o modelo aprobado [...]».

El destacado compositor y virtuoso cubano Leo Brouwer (2005) aseveró sobre el término clásico: «Hay una definición para lo ‘clásico’, es aquello que queda, que perdura, que está garantizado por la historia ad eternum, etc.»<sup>7</sup>. El artista se refiere a que esta música trasciende el tiempo por su propia naturaleza, al ser de tradición escrita.

En este sentido, el término se aplica a la música de los compositores de cualquier era, de la Edad Media hasta hoy, incluso puede entenderse como que incluye la música ‘seria’ de la vanguardia. También se aplica con frecuencia en la discusión de la música no occidental a las tradiciones musicales cortesanas de culturas tales como las de Asia Oriental y Suroriental y el Medio Oriente. Por supuesto, los sentidos del término varían en buena medida en algunas culturas, en cuanto a lo que conciben como clásico.

Otra denominación utilizada con frecuencia es música de arte, que de acuerdo con el Diccionario Enciclopédico de la Música (2008, p. 1004) es:

Música escrita en notación y compuesta con una forma más o menos establecida para transmitir algún tipo de expresión artística. El término suele usarse como contraparte de música folclórica o música popular, así como de algunas formas de música litúrgica (en particular de canto llano) y de música dancística, pero en especial a partir del siglo XX estas distinciones se han vuelto menos rigurosas.

El término música académica se refiere a que este tipo de música cuenta con un sistema complejo de instituciones orientadas a crear competencias desde procesos formalizados de enseñanza, y con alcance a fases de investigación, producción y distribución de sus productos.

A esta definición se suma el término música seria, que guarda una estrecha relación con la ópera. Este se utilizaba para referirse a los creadores que mantenían su obra en los marcos de los presupuestos teórico-conceptuales de la academia, con la consiguiente complejidad de su producción, y distinguirlos de los que incursionaban en formas más ligeras, como las óperas baladas (que constituyen las primeras formas de la música popular desde una tradición escrita).

Hay otros términos como música docta o música erudita, que se refieren a la complejidad estructural en su producción y una consecuente demanda del capital cultural de su receptor. También se puede encontrar música de concierto que se refiere específicamente a la presentación de estas producciones en salas con determinados requisitos mínimos de acústica, tamaño, etc., y cuyo origen se remonta a la tradición del concierto público (que se asocia a un paulatino desplazamiento de la presentación de algunas producciones del ámbito privado al público que ocurre desde el siglo XVIII)<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Intervención en la mesa redonda celebrada como última sesión de las jornadas de estudio dedicadas a Leo Brouwer durante el Festival de la Guitarra de Córdoba en 2005, recogida en el volumen de la colección *Nombres propios de guitarra*, dedicado al compositor.

<sup>8</sup> Este término es el adoptado en Cuba en el Centro Nacional de Música de Concierto, la institución que modela como agencia de representación artística de los músicos de esta área y que organiza una buena parte de los conciertos que se presentan a lo largo del país. Por la operatividad de este término y su adopción por parte de la institución matriz y rectora de este tipo de música en el país, esta es la denominación tomada por el estudio para este objeto.

Aunque cada una de estas nociones sigue teniendo uso en determinados discursos y contextos, ciertamente, no son acepciones impolutas cuando se trata de designar a un tipo de música que ha variado sensiblemente en el último siglo, y más aún en el último cuarto; convivencia de la música acuñada antaño popular en versión de concierto; incursión de instrumentos musicales folclóricos en orquestas sinfónicas, arreglos de todos tipos, atisban cual sencillos ejemplos la inconveniencia siquiera de intentar definir géneros puros e impolutos.

## II Mov. *Larghetto*: la investigación en consumo cultural en La Habana

La línea de estudios sobre consumo cultural/recepción goza de un sensible estatuto de reconocimiento en la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, tras décadas de estudios de pregrado, maestría y doctorado que han focalizado su mirada hacia procesos de esta naturaleza, y al hacerlo han abierto un mapa de indagación abarcador.

No es desestimable advertir un nicho entre 2007-2015, precisamente como un periodo en el cual la carrera de comunicación social canalizó trabajos de tesis de pregrado sobre el consumo cultural muy completos, y puntualmente de música (tipologías de géneros diversos como hip hop, conciertos de jazz, rock, música electroacústica, e incluso abarcó análisis de la industria discográfica en la Isla, sus antecedentes, evolución y proyección más actual)<sup>9</sup>.

Procedencia	Año	Título /Tema	Autor(es)
Pregrado	2007	<i>Flow Activismo</i> Usos sociales de los conciertos de Hip-Hop en Ciudad de La Habana	Niurka González Escalona Adianet Aguilera Simón
Postgrado (tesis doctoral)	2008	<i>Consumo de bienes culturales en sectores populares: un enfoque multidimensional</i>	Luz María Ortega Villa
Pregrado	2010	<i>Los otros hijos de Guillermo Tell: resortes culturales de la Ballesta</i> Esbozo de la relación entre identidad y prácticas de consumo cultural en algunos jóvenes	Anabel Fernández Santana
Pregrado	2010	<i>Obras a las manos</i> Un acercamiento al consumo cultural que, de las propuestas culturales del Centro Histórico de La Habana Vieja, realizan los jóvenes de la Escuela Taller Gaspar Melchor de Jovellanos	Romy Rabell Ortiz
Pregrado	2011	<i>Descargas sincopadas...</i> Usos sociales del jazz en La Habana, por parte de los públicos concurrentes a los conciertos de los jóvenes jazzistas	Reinier Aldazabal Manzano
Pregrado	2012	<i>Del Rock y otros demonios</i> Acercamiento a las prácticas culturales asociadas a los conciertos de Rock en la Habana por parte de los públicos jóvenes concurrentes	Roberto Jorge Díaz Marrero
Pregrado	2012	<i>Las primicias del disco en Cuba, de la cera al acetato.</i> Acercamiento comunicológico al surgimiento y desarrollo de la industria discográfica en Cuba durante la primera mitad del siglo XX, desde la perspectiva de una industria cultural	Yanexi Peña Fuentes
Pregrado	2012	<i>Dale reggaetón, toma reggaetón...</i> Estudio de recepción de videoclips cubanos del género reggaetón en adolescentes de La Habana	Ana María Infante Batista

<sup>9</sup> Tales experiencias investigativas estimularon el concurso de musicólogos, asociaciones de músicos, disqueras, expertos de estos ámbitos, estudiosos de Casa de las Américas, del Centro de Investigación y Desarrollo de la Música Cubana (CIDMUC), del ISA, etc., en condición de entrevistados, cotutores, tribunales, otorgando a estas pesquisas un acento transdisciplinar.

Pregrado	2012	<i>Rompiendo Estigmas</i> Aproximaciones al consumo cultural de un grupo de adolescentes de la calle G	Ingrid Recio Jiménez
Pregrado	2014	<i>De cara a la exportación: Realidades y Utopía</i> Aproximación a la situación actual de las Comunicaciones integradas de Marketing en Bis Music, Casa Discográfica y Editora Musical de Artex S.A. Pautas Estratégicas desde la Comunicación	Yelena Martín Barrios
Pregrado	2015	<i>Acercamiento a las prácticas de consumo de música electrónica en jóvenes de 15 a 20 años en La Habana</i>	Roberto Pablo Jiménez González

Tesis realizadas desde la Facultad de Comunicación en torno al “consumo cultural”

Si bien la música como agenda investigativa es por esencia inter o transdisciplinar, ha habido un notable interés hacia la agenda consumo/recepción cultural desde las Ciencias de la Comunicación y la Sociología de la cultura, o de los medios, y la Academia Cubana no ha estado ajena a ello.

Destacables y recurrentes resultan para una posible sistematización de la agenda las investigaciones realizadas desde otras instancias fuera de los muros universitarios, como son la realizada en el año 2019 desde el Instituto Cubano de Investigación Cultural Juan Marinello, titulada *Adolescentes y consumos culturales en Consejos Populares del municipio habanero de Centro Habana*, a cargo de varios autores; y la investigación de marzo del año 2020 del Centro de Estudios sobre la Juventud del Departamento de Cultura y Sociedad, titulada *Identidades juveniles y consumos culturales en adolescentes y jóvenes cubanos*, a cargo de la especialista MSc. Yoannia Pulgarón Garzón. Dicho estudio se realizó con una muestra de 453 jóvenes y adolescentes en diferentes provincias del país: La Habana (193 personas), Villa Clara (133 personas) y Holguín (123 personas), a los que se aplicaron encuestas y entrevistas para identificar sus principales prácticas de consumo cultural y explorar su relación con diferentes rasgos identitarios.

La primera de ellas constituye una encuesta aplicada a adolescentes, con edades comprendidas entre 12 y 14 años, de los Consejos Populares de La Habana, para identificar prácticas de consumo cultural que reflejaran maneras diferenciadas de interacción con los campos culturales, y que ya tenía como antecedente un estudio preliminar por el propio centro investigativo.

Tal y como refieren los investigadores, en el consumo de géneros musicales despuntan, como en el estudio anterior, el reggaetón, el pop y el hip hop como los más escuchados.

Ese orden de preferencia también se obtuvo en una investigación similar realizada el año anterior<sup>10</sup>, la cual también incluía a adolescentes del municipio Marianao (Puig et al. 2019, p. 44).

Como se puede apreciar, tanto en el análisis anterior como en este, ese tipo de música se acopla a las lógicas del mercado y la industria cultural, que promueven un imaginario simbólico de lo que es estar a la moda, un paradigma de éxito que remarca el consumismo, preponderando el ‘tener’ sobre el ‘ser’ (Puig et al. 2019, p. 45).

En Puig et al. (2019) se incluyó la etiqueta música clásica, de manera similar a la investigación de Pulgarón et al. (2020). En la cifra aparece que el 17, 91% escucha música clásica, por encima del rock, de la música tradicional, ranchera y de la nueva trova. Este dato se debe mirar con cierta precaución puesto que lo que es música de concierto para unos puede diferir bastante de lo que este estudio catalogó como música clásica, y al mismo tiempo de lo que entendieron dentro de esa categoría los participantes.

Se resalta que los conciertos musicales en vivo son de las actividades a las que más asisten los

<sup>10</sup> Adolescentes en barrios capitalinos y sus prácticas de consumo cultural: investigación realizada en los municipios habaneros de Centro Habana y Marianao por el grupo de Participación y consumo cultural del Instituto Cubano de Investigación Cultural “Juan Marinello” (2018).

adolescentes, por debajo de la visita a cines o salas de video y de las ferias y festivales. Puig et al. (2019) alertan sobre la importancia de la atención que los agentes mediadores sociales deben tener sobre este grupo etario. Ello demanda más aproximaciones cualitativas desde la investigación social.

Según Pulgarón et al. (2020, p. 31):

[...] Sobresalió el consumo musical, como el principal movilizador de distinción juvenil para la muestra. Desde sus discursos se reconoce la relación dialéctica entre gusto musical e identificación. Aquella práctica que más se hace y con la cual se identifican, deviene elemento de distinción personal, grupal/generacional.

Por su parte, al menos la quinta parte de la muestra escucha frecuentemente Música clásica (104 casos) y Rap (98 casos). Finalmente, con menos frecuencia aparecen la Timba (87 personas), el Rock (81 personas), el Reggae (78 sujetos), la Trova (69 sujetos) y la Rumba (solo 32 sujetos) (p. 32). Significativo resulta el hecho de que la tipología música clásica es consumida mayoritariamente por el grupo de los 20 a los 24 años:

De la muestra total de consumidores de este género (104 casos que es el 25 % de los participantes del estudio): el 34,1% pertenecen al rango de 20-24 años, el 25,9 % están en el de los 25-29 años, el 22,4 % de los 12-14 años y el 14,2% de los 15 a los 19 años. Siendo este el grupo que menos consume este género (Pulgarón et al. 2020, p. 33).

Es notable que el grupo de menos rango etario no sea el menos seguidor del género, del mismo modo que el más longevo no sea el que más. No obstante, se hace necesario interpretar estos datos sin criterios desmesurados, puesto que la significación para el público participante de la categoría 'música clásica' puede diferir de la tipología (música de concierto) que se ha utilizado en nuestra investigación. La familia, en esa lucha simbólica que se ejerce desde las mediaciones sociales, constituye un espacio medular en la configuración de los gustos y preferencias musicales, según Pulgarón et al. (2020, p. 37):

[La familia] constituye el agente de socialización por excelencia, que puede dotar de fortalezas al individuo, colocándolo en una mejor posición para discernir y diferenciar entre los productos culturales que consume [...] en la actual dinámica social cubana, no siempre quien tiene más recursos económicos cuenta con la mejor preparación para contribuir a desarrollar en los adolescentes, el gusto por el arte y el buen hacer en cuanto a consumo cultural.

### III Mov. Vivace a la música de concierto en las últimas dos décadas

El presente estudio se interesó ante todo por explorar las principales tendencias actuales del consumo cultural de esta tipología musical por parte del público joven capitalino de 18 a 25 años, además de aproximarse a algunas de las mediaciones que se implican en el consumo cultural. Se incluyen algunos datos sobre la comunicación pública que hoy se genera en torno a la música de concierto en los medios masivos del país. Este diagnóstico abarcó el sondeo hacia prescriptores, gestores culturales, musicólogos y virtuosos, con el objetivo de indagar las principales deficiencias en materia de promoción cultural y educación estética que inciden en el comportamiento del fenómeno, datos que puedan incentivar acciones estratégicas por parte de las instancias culturales involucradas en el proceso, tales como Gabinete del Patrimonio Musical Esteban Salas, Oficina del Historiador, Centro Nacional de Música de Concierto, etc.

Las pasadas dos décadas confirman en Cuba la tendencia a que la música de concierto consta de una audiencia comparativamente inferior a la música popular, lo cual según no pocos críticos y musicólogos se matiza más allá de la elección de la audiencia por factores infraestructurales de diverso tipo. Para el periodista y crítico especializado en música Joaquín Borges-Triana<sup>11</sup>, resalta como elemento característico de esta época el nomadismo de la Orquesta Sinfónica Nacional, sin el afamado Teatro Amadeo Roldán, que constituye su sede y la del Centro Nacional de Música de Concierto.

<sup>11</sup> Columnista fijo del magazín cultural *El Caimán Barbudo*, desde hace más de dos décadas.

Por su parte, el maestro, músico, compositor y director de orquesta, Premio Nacional de Música en Cuba, Guido López-Gavilán resalta los esfuerzos de la institucionalidad cultural revolucionaria en impulsar el desarrollo artístico, y aprecia una consolidación del movimiento musical, que, aunque ha tenido sus momentos de altas y bajas –según su opinión–, mantiene un alto nivel en sentido general, que se refuerza con la extensión de agrupaciones: numerosos coros, bandas, solistas vocales e instrumentales, conjuntos de cámara y orquestas sinfónicas a lo largo y ancho de toda la Isla, amén de estimular y ritualizar la puesta en escena de festivales especializados de diverso tipo (coral, de cámara, de guitarra, de piano...), que son verdaderas joyas para el acervo cultural y la dinamización de este ámbito creativo.

Resulta significativo y esclarecedor para este estudio exploratorio el comentario de José María Vitier García-Marruz, compositor y pianista cubano, cuando plantea que estas primeras décadas del siglo XXI se caracterizan por un cambio en los modelos de consumo, no solo de música de concierto, sino de música en general, con un giro pronunciado cada vez más hacia mensajes ‘simples’, ‘individualizados’ y ‘compatibles’ en las plataformas de difusión digitales. Eso «ha disminuido la capacidad de reconocer el disfrute estético de escuchar, sin el apoyo de una visualidad muchas veces incongruente. Se prefieren los consumos capsulares (el clip, el *single*) y el concepto de ‘entretenimiento’ tiende a desplazar los mensajes estéticos más complejos. No es un fenómeno enteramente nuevo, pero sí una tendencia en pleno apogeo»<sup>12</sup>.

Tanto Borges-Triana como Vitier reconocen en las décadas de los sesenta y los setenta un período muy favorable en el fenómeno del consumo de este tipo de música, cuando en el Teatro Amadeo Roldán se promovían conciertos de nueva música académica auspiciados por figuras como Carlos Fariñas, Manuel Duchesne-Cuzán, Juan Blanco y Leo Brouwer. Desde la memoria afectiva, ambos destacan que en los lejanos setenta la generación de entonces acudía con más asiduidad a los conciertos de música clásica, especialmente a los dominicales de la Orquesta Sinfónica Nacional (OSN) –que también eran transmitidos en vivo por el canal 6 de la televisión cubana y por CMBF Radio Musical Nacional–, así como las programaciones de otras salas como Bellas Artes, Talía y la Biblioteca Nacional.

Consideran que el público cubano recibía esas propuestas de la rica vanguardia musical con una gran apetencia y, si bien los jóvenes nunca fueron la audiencia mayoritaria de las salas, incluso en aquella época, sí se percibía una mayor expectación e interés en participar en eventos de este tipo. En su opinión dejan notar que había menos eventos que hoy en día, y sin embargo existía una gran avidez y un clima de expectación muy especial, y la presencia de estudiantes y diletantes de arte jóvenes era más significativa.

Por su parte, la musicóloga e investigadora auxiliar en el Centro de Investigación y desarrollo de la Música Cubana (CIDMUC), Ana Victoria Casanova Oliva, afirma que en estas dos décadas el comportamiento de este fenómeno no es homogéneo: conviene destacar para su análisis dos períodos, uno del 2000 al 2010, en el que se puede hablar de una tendencia meseta, y otro entre el 2010 o 2015 hasta la actualidad, con una tendencia decreciente bien pronunciada que pone a Cuba en un nivel bien bajo con relación a este tipo de música.

Borges-Triana<sup>13</sup> llama la atención que la tendencia decreciente se manifiesta en todas las facetas de este producto cultural (producción, distribución y consumo). En cuanto a producción destaca que muy pocas de las obras escritas por jóvenes compositores de música académica<sup>14</sup> en estas últimas dos décadas han sonado en público. Hay una zona de esa producción que de seguro podría desarrollarse mucho más, pero que no lo hace, sino que se enquistada, dada la carencia de incentivos paralelos a la propia creación.

También señala deficiencias en la distribución y promoción de este tipo de música, que es la punta del

<sup>12</sup> Comunicación personal con el maestro José María Vitier García-Marruz el 15 de marzo de 2021.

<sup>13</sup> Comunicación personal con el periodista Joaquín Borges-Triana, el 16 de marzo de 2021.

<sup>14</sup> Borges-Triana utiliza el término música académica para referirse a la música de concierto, no obstante, reiteramos que, a efectos del estudio, el término más apropiado es música de concierto.



iceberg de complejas problemáticas que atañen a un aparato institucional deficiente en la distribución de estas producciones y en su divulgación, que discurre por parte de los medios de comunicación masiva en canales que están muy lejos de tocar al público, especialmente a los jóvenes.

### Políticas culturales, crítica especializada en medios y promoción cultural

Como generalidad, en Cuba existe una política cultural orientada a promover el patrimonio musical nacional y universal, y en los medios está planteado como prioridad incentivar el nivel cultural del pueblo. Reflejo de ello son los diferentes programas de desarrollo del Instituto Cubano de la Música (ICM) bajo el auspicio del Ministerio de Cultura (MINCULTI), que «han comprometido la asignación de recursos estatales en el orden del 4,3% de los gastos corrientes del Estado cubano y el 3,9% de sus gastos totales»<sup>15</sup>. Ello se ha respaldado en diferentes documentos rectores de la nación<sup>16</sup>.

No obstante, resulta significativa la opinión de estos expertos al plantear que las políticas culturales desde el punto de vista programático apenas han variado y que la institucionalidad cultural ha sido expresión de numerosas contradicciones que entorpecen el desarrollo en esta materia. El consumo de música de concierto, Borges-Triana lo enmarca dentro de lo que denomina el consumo de cultura histórica, y en este ámbito en general plantea que «no se tiene en cuenta para nada o casi nada (que no es lo mismo, pero es igual) en los medios de comunicación en Cuba, en los que tristemente hay que decir que tal tipo de producción artística no existe».

Por su parte Vitier y López-Gavilán resaltan que, a pesar de la gigantesca obra de la Revolución en incentivar el desarrollo artístico del país, «como regla general ha estado lejos de lo que era posible realizarse y de lo que merece la gran calidad de nuestra música, que está determinada básicamente por los propios artistas»<sup>17</sup>. Ambos refieren que esa misma obra, multilateral y prolongada, no ha estado exenta de contradicciones que la entorpecen, e incluso la detienen.

Los análisis de Vitier son interesantes en cuanto al espacio de la crítica en medios de comunicación. Al respecto señala que:

En lo concerniente a crítica verdaderamente especializada de música en general, y especialmente en la música de concierto, lamento apreciar que prácticamente es algo inexistente. Una cosa es la noticia cultural, la divulgación o promoción de eventos o el comentario, ‘cobertura’ ocasional, generalmente a priori del suceso artístico; tampoco me refiero a la labor musicológica [...] Me refiero a la auténtica actividad valorativa, informada, frecuente y rigurosa de una crítica musical que interactúe en nuestros medios de comunicación masiva, como lo que debe ser, un observatorio crítico alerta, mejor si polémico, pero siempre y solo ejercido por voces autorizadas.

### Incidencia de eventos culturales en el consumo

Este tema permitió poner sobre la mesa algunos puntos relevantes del contexto actual del fenómeno. Por un lado, está la incidencia de eventos y festivales en el incentivo de su consumo en las salas de concierto, y por otro se destacan aspectos positivos en cuanto a la cantidad y alcance de estos eventos, con mayor privilegio en la capital, pero que se han ido extendiendo paulatinamente al interior del país.

<sup>15</sup> Entre los programas del ICM se privilegia: el rescate, plasmación y difusión del patrimonio musical cubano, desarrollo de la creación musical, de la música sinfónica, de la música de cámara, de la música coral, atención a las bandas de concierto, desarrollo de la música popular, de espectáculos musicales, desarrollo de la musicología y de la enseñanza artística (p. 20 del artículo: *Contribución de la Industria Musical al desarrollo inclusivo y sostenible. El caso de Cuba, la isla de la música*. Ediciones CIDMUC, año 2017).

<sup>16</sup> Por ejemplo: Los Lineamientos 133 y 134 para la Cultura, de los Lineamientos de la Política Económica y social del Partido y la Revolución del período 2016-2021 y definidos en la Conceptualización del Modelo Económico y Social Cubano de Desarrollo Socialista; así como en los Ejes estratégicos del Plan Nacional de Desarrollo Económico y social de Cuba hasta 2030, sobre todo los referidos a Transformación productiva e inserción internacional y Desarrollo humano, equidad y justicia (junio de 2017). También dentro de este contexto de actualizaciones está el decreto 349 del Ministerio de Cultura y el tratamiento en lo que a cultura se refiere que hace la Constitución de la República de Cuba aprobada en abril de 2019.

<sup>17</sup> Comunicación personal el maestro Guido López-Gavilán el 17 de marzo de 2021.

[...] Obviamente los eventos tienen una elevada incidencia en el clima cultural del país, tienen el doble mérito de convocar propuestas de excelencia artística y de estimular el diálogo interprofesional. El Festival de Nuevo Cine Latinoamericano, el JazzPlaza, los Festival de Coros, de Canción, Trova, Bolero y Son, las programaciones asociadas a eventos como el Cubadisco, u otras Jornadas como la Romerías de Mayo [...] el calendario que programa anualmente y de manera escalonada, la Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana. Entre ellos los Festivales Habana Clásica, de Música Antigua, y eventos dedicados a la Música de Cámara o vocal. (Vitier, Comunicación personal).

Los eventos estimulan los consumos en el espacio ciudadano al tiempo que abren oportunidades para el intercambio entre profesionales y sobre todo entre intérpretes y públicos. Muchos de ellos gozan de buena cobertura periodística y promoción. Hay eventos que tienen una capacidad de aglutinamiento de público bastante grande, por ejemplo, los festivales de la Oficina Leo Brouwer<sup>18</sup>, por una serie de razones: por la oferta del programa, por los intérpretes, por la labor de difusión y de promoción que no se puede olvidar que se hacían en ese tipo de festivales<sup>19</sup>.

Por la apreciación de López-Gavilán sale a colación que, si bien los eventos ayudan a promocionar diferentes géneros en el público general, los esfuerzos que se manifiestan en ellos no se mantienen con igual ímpetu fuera del período de su realización<sup>20</sup>. «Estos eventos ayudan a crear expectativas en torno a la promoción de los distintos géneros, pero es frecuente que el esfuerzo que se realiza durante los eventos no tenga continuidad el resto del año».

### **Público joven y la música de concierto**

Vitier y Borges-Triana en este aspecto no se sienten capacitados para afirmar en torno a esos datos de público. El primero refleja en su respuesta que no se preocupa generalmente en eso porque los parámetros cuantitativos le «parecen inadecuados para medir la relevancia de la creación y de su alcance».

Borges-Triana afirma que le llama especialmente la atención la ausencia de estudiantes de música. Un punto controversial puesto que estos tienen un compromiso profesional: su formación está dirigida a prepararlos en el abordaje de las propuestas de este tipo de música y su futuro próximo es convertirse en los nuevos intérpretes y públicos de las salas de concierto.

De la mano de Casanova se proyecta una caracterización más detallada en cuanto a los rasgos del público cuando apunta que:

por lo general los que asisten a los conciertos son los familiares y amigos de los que están tocando, los intérpretes que van a escuchar a los mismos intérpretes del festival, a los amigos de los que están tocando. Eso es lo que pasa que todo queda en un núcleo muy reducido, de conocidos o ligado por algún tipo de lazo con las personas que están tocando: lazos profesionales, lazos familiares de amistad, etc. Pero el público general [...] no, no aparece en ningún lugar.

Los datos revelan ciertas ideas que desde la configuración inicial del estudio se han tenido en cuenta. Sobre todo, que una buena parte de los eventos de música de concierto en Cuba se caracterizan por ser de carácter centrípeto (núcleos cerrados y reducidos), con índices irrisorios de audiencia. No quiere decir esto que los conciertos tengan que convertirse en eventos masivos<sup>21</sup>, puesto que muchas de las salas y teatros que los auspician tienen una capacidad limitada, unido a la naturaleza de las ofertas de música de

<sup>18</sup> La entrevistada habla de los festivales organizados por la Oficina Leo Brouwer en tiempo pretérito, pues según ella hace mucho tiempo que no se aprecia actividad de gestión u organización de eventos en torno a esta institución.

<sup>19</sup> Comunicación personal con la prestigiosa musicóloga Ana Victoria Casanova Oliva el 21 de abril de 2021.

<sup>20</sup> Tal criterio de experticia es compartido por el primer autor de este trabajo desde la observación participante, durante los periodos de prácticas laborales de la carrera en el Lyceum Mozartiano.

<sup>21</sup> Aunque existen eventos de este tipo de música que se han tenido un público masivo: por ejemplo, un concierto en la Catedral de La Habana el 10 de octubre de 2015 entre los pianistas Chucho Valdés y Lang Lang, Canclini (1991) resalta que, cuando de alta cultura se habla, las concepciones idealistas y aristocráticas juzgan que la multiplicación masiva de los consumidores distorsiona el valor de las experiencias artísticas, pese a que algunas de estas propuestas gozan de un público multitudinario.

concierto que demandan competencias al público, lo que reduce el interés de la audiencia general en ellas. Pero sí llama la atención a muchos de los entrevistados la pronunciada tendencia decreciente de asistencia en estos eventos.

### **Promoción cultural y educación estética**

En este lado del estudio, cobra mayor protagonismo Borges-Triana por su experiencia de trabajo en los medios.

En la radio está lo que hace de manera maravillosa CMBF Radio Musical, pero su incidencia en el público resulta en extremo limitada. Por su parte, en la televisión pudiera hablarse de uno que otro programa, pero con la carencia de que se nutre de materiales audiovisuales recibidos de otros países, con lo que para nada se ha propiciado el consumo de lo nacional en esta área.

Para Borges-Triana,

[...] La promoción cultural y educación estética es superficial, para no decir que francamente mala. A nivel mediático masivo se hace algo de promoción y divulgación de eventos, a tono con lo establecido en la política editorial de los medios. Ahora bien, a nivel especializado no ocurre así, entre otras razones por falta de personal en los medios y que esté debidamente calificado para ejercer semejante función.

En este punto el entrevistado destaca situaciones paradójicas:

[...] Los periodistas no están preparados para algo así, salvo una que otra excepción y que, en todo caso, viene a confirmar la regla. Por su parte, quienes se gradúan de musicología y que técnicamente pudieran ser encargados de ese trabajo especializado desde el punto de vista musical, o no están aptos para escribir (en unos casos) o no lo hacen por otras múltiples razones y que van desde lo económico, el no fácil acceso a los medios, la formación recibida con énfasis en lo investigativo etc.

Las observaciones de Vitier parten sobre todo de las desventajas económicas, sociales y culturales que existen en el país para la producción, distribución y consumo de la música de concierto.

La promoción y el consumo de la música de concierto en nuestro entorno específico (como país subdesarrollado y ‘tercermundista’) tiene forzosamente un carácter limitado, pues compite en desventaja con una cultura popular musical ‘viva’, en perpetuo movimiento y con carácter dominante en el espectro sonoro del país. Por otra parte, las condiciones de crisis económica prolongada de nuestra sociedad tienden a reducir la base social que en otras sociedades sustenta mayoritariamente estas manifestaciones, como es el caso de las clases medias y altas. En Cuba se parte de otros presupuestos y ello tiene sus pros y sus contras (acceso universal y gratuito a la formación cultural vs limitaciones materiales para la subvención de infraestructuras, tecnologías e insumos propios de la producción cultural).

Más adelante, este compositor destaca que:

[...] En este panorama los medios debieran de potenciar ambas vertientes (la popular/masiva y la más elitista, de menor incidencia cuantitativa) porque ambas son esenciales. Y las relaciones más fecundas de nuestra historia musical se han dado siempre del encuentro entre la vanguardia/élite y las raíces más genuinas de lo popular [...]. No podemos renunciar a que la música de concierto amplíe su presencia en nuestros medios por el hecho de que sea más elitaria. Su presencia contribuye a enriquecer la vida espiritual de una parte de la población, cerrando algunas brechas a la incultura y la superficialidad estética.

López-Gavilán, por otra parte, reconoce la importancia de la promoción cultural en el consumo de este tipo de música, en su poder para promover el gusto por los diferentes géneros y atraer al público diletante. La clave, como él mismo plantea, está en concebir el buen hacer en promoción cultural en un sistema de trabajo que permita alcanzar resultados a largo plazo.

En Cuba es una verdadera proeza conocer qué programas ofrecen las principales salas. [...] Esto se logra básicamente con una promoción efectiva. En el mundo hay sobrados ejemplos de ello. [...] Aquí, también en determinadas ocasiones se logran resultados parecidos, pero el reto está en lograrlo como un sistema de trabajo.

La musicóloga Ana Casanova destaca que el trabajo de educación estética debe realizarse desde los primeros niveles de enseñanza y dotar las generaciones más jóvenes de referentes para apreciar el arte, y en ese sentido la familia debe tener una activa participación. Añade además que:

[...] La actual efectividad de la promoción cultural general y educación estética para mí es sencillamente nula, porque eso hay que hacerlo desde la escuela primaria y no se hace, e incluso en el nivel medio [...] no se ve que haya un fruto de la labor de los profesores en que estos vayan a los conciertos, se preocupen por escuchar música clásica [...] porque todo tiene que ver también con el entorno en el que se estén formando esos muchachos, la casa, la familia, etc.

### **Coda... pianississimo**

Sin lugar a duda, en el análisis de tantos fenómenos y procesos ligados a la socialización urbana, ciudadina, intra o intergeneracional, la pandemia Covid-19 y el reordenamiento económico en la Isla se colocan como mediaciones que complican e imprimen al consumo un punto de inflexión inequívoco. La agenda cultural cubana en materia de consumo de música de concierto, si bien venía aguzando un visible decrecimiento en todos los sectores de públicos ante las crisis económicas coyunturales y la desigual competencia ante géneros y formatos más populares, se fue haciendo particularmente explícito con el desapego/desconocimiento por parte de los públicos adolescentes y jóvenes, ahora más indemnes frente a un consumo digital que es presumiblemente más caro y una tendencia hacia lo inmediato, lo de fácil decodificación, replicable, más amigable...

Tal y como ha acontecido a nivel global, y como parte de la estrategia del país para controlar la Covid19, Cuba aplicó rigurosas medidas de aislamiento físico que implicaron, entre otras acciones, la reducción de la movilidad en las ciudades, el uso obligatorio del nasobuco en los espacios públicos, así como la prohibición de cualquier actividad no imprescindible que implicara aglomeración de personas. El impacto de la pandemia a escala global descolocó, construyó y por último incentivó la asunción de nuevas propuestas de producción y significación, desde las cuales se reconfiguraron canales de comunicación, interacciones y discursos privilegiando el consumo a través de las redes sociales. Desde el criterio de los expertos y especialistas entrevistados hasta el momento, más allá de los efectos de la situación pandémica, la promoción y el consumo de la música de concierto están fuertemente afectadas por las particularidades de nuestro contexto: por un lado, nuestra condición de país subdesarrollado, con las limitaciones de accesorios e insumos para la producción que eso conlleva y por otro la presencia mayoritaria en el espectro sonoro de un movimiento de música popular muy fuerte<sup>22</sup>(no solo por el número de seguidores, sino por la calidad alcanzada por muchas agrupaciones y solistas en este ámbito), que suponen grandes mediaciones para el comportamiento de este tipo de música con el público, especialmente, los jóvenes.

Asistimos a una época que ha cambiado a sus anchas los patrones de consumo, sobre todo en lo que a música refiere, la posmodernidad ha venido aparejada de la tendencia creciente a la hipersimplificación, a los mensajes sencillos, claros, directos, y ello ha dado entrada a la vulgarización del discurso artístico. Las industrias culturales de hoy poseen una capacidad y alcance muy superior a aquellas que vivieron Adorno y Horkheimer o, posteriormente, Benjamín, y en el mundo digital han encontrado un nicho provechoso para su desarrollo. La mayor parte del tiempo son el caldo de cultivo de la desinformación y la viralización de lo superfluo, con nefastas consecuencias para el público general, sobre todo el joven, que pasa la mayor

---

<sup>22</sup> No puede perderse de vista el hecho de que muchos músicos con registros y competencias como virtuosos, una vez egresados de las escuelas de música y poco tiempo después de incursionar en formatos sinfónicos, derivan hacia bandas de música popular, con lo cual se aseguran un mejor posicionamiento económico en el mercado.

parte del tiempo en el mundo *online*, desde un consumo acaso volátil, presentista, ilusorio, hacia un producto cultural *flow*, que no es precisamente de sectores ilustrados.

Por otra parte, las condiciones de crisis económica prolongada tienden a reducir la base social que en otras sociedades sustenta mayoritariamente estas manifestaciones. En Cuba se destina un presupuesto estatal y ello viene acompañado de beneficios por el acceso gratuito y universal a la formación cultural que se traducen en limitaciones materiales para la subvención de infraestructuras, tecnologías e insumos necesarios en la producción cultural.

La pertinencia de los estudios sobre consumo están a prueba de duda más allá del contexto macro, mezzo o micro en el que se den tales prácticas sociales, si bien todo parece indicar que las implicaciones de la pandemia pueden fortalecer aspectos no presenciales de un consumo musical de tipo virtual, *online*, que si bien no es inédito, hoy es un imponderable, o en el mejor de los casos en espacios de muy baja concurrencia, todo lo cual hace pensar que serán nuevos rituales a consolidar y no a quedar en el camino.

## Referencias

- Aguilera Simón, A., y Escalona González, N. (2007). *Flow activismo. Usos sociales de los conciertos de Hip-Hop en Ciudad de La Habana*. Tesis de Licenciatura. Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- Colectivo de Autores (2017). *Contribución de la Industria Musical al desarrollo inclusivo y sostenible. El caso de Cuba, la isla de la música*. Ediciones CIDMUC. <http://www.unido.org>
- Festival de Córdoba-Guitarra, Coordinadora: Isabelle Hernández (2006). Colección. Nombres propios de guitarra. Leo Brouwer. (Vol. IV). Córdoba: Ediciones de la Posada.
- Fuentes, Y. P. (2012). *Las primicias del disco en Cuba: de la cera al acetato. Acercamiento comunicológico al surgimiento y desarrollo de la industria discográfica en Cuba, durante la primera mitad del siglo XX, desde la perspectiva de una industria cultural*. Tesis de Licenciatura. Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- García Canclini, N. (1991). El consumo sirve para pensar. *Diálogos de la Comunicación*, (30), 6-9.
- Garzón, Y. P.; Dib, L. C.; Santiago, J. S.; Reigosa, G. P.; Cruz, J. R., y Dumas, J. D. (2020). *Identidades juveniles y consumos culturales en adolescentes y jóvenes cubanos*. Informe de Investigación, Centro de Estudios Sobre la Juventud, Cultura y Sociedad, La Habana.
- Latham, A. (2008). *Diccionario enciclopédico de la Música*. México, D.F.: Fondo de Cultura Económica.
- Manzano, R. A. (2011). *Descargas sincopadas... Usos sociales del Jazz en la Habana, por parte de los públicos concurrentes a los conciertos de los jóvenes jazzistas*. Tesis de Licenciatura. Facultad de Comunicación, Universidad de La Habana.
- Martín, E. (1971). *Panorama histórico de la Música en Cuba*. Cuaderno CEU. La Habana: Universidad de La Habana.
- Martín-Barbero, J. (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México, D.F.: Gustavo Gili.
- Orovio, H. (1981). *Diccionario de la música cubana. Biográfico y Técnico (Vol. I y II)*. La Habana: Editorial Letras Cubanas.
- Orozco, G. (1991). La audiencia frente a la pantalla: una exploración del proceso de recepción televisiva. *Diálogos de Comunicación*, (30), 54-63.
- Puig, P. E.; Baxter, Y. R.; Sarriá, H. P., y Ríos, M. R. (2019). *Adolescentes consumos culturales en consejos populares de Centro Habana*. Informe de Investigación. Instituto Cubano de Investigación Cultural “Juan Marinello”, La Habana.
- Sunkel, G. (2002). Una mirada otra. La cultura desde el consumo. En Daniel Mato (comp.), *Estudios y otras prácticas intelectuales latinoamericanas en cultura y poder*. Caracas, Venezuela: CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales. <http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/ar/libros/cultura/sunkel.doc>
- Wolf, M. (1990). *La investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Paidós.



Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de [Atribución CC 4.0 Internacional](#). Usted debe reconocer el crédito de la obra de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede compartir y adaptar la obra para cualquier propósito, incluso comercialmente. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace. No hay restricciones adicionales. Usted no puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier uso permitido por la licencia.