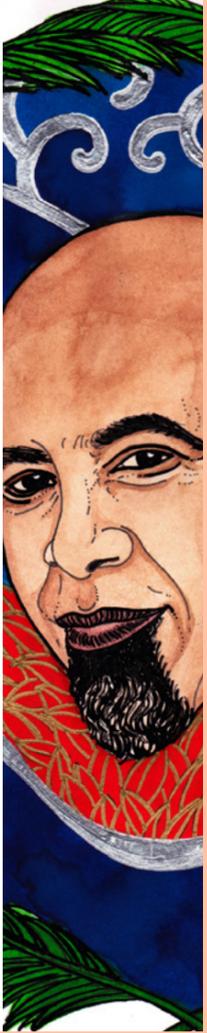
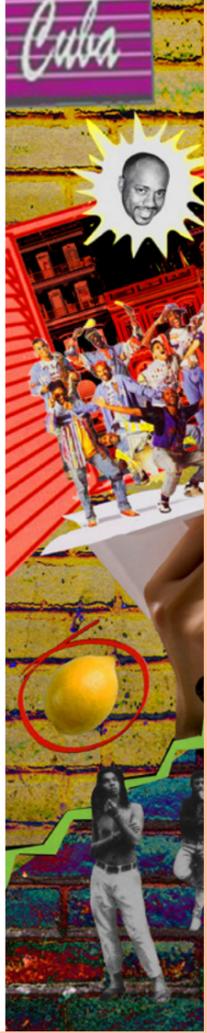


AM:PM

• DESCARGA DE MÚSICA CUBANA •

Nº.07





« EL FUTURO DE LA INDUSTRIA: »

ENTRE LA INCERTIDUMBRE Y LA ACCIÓN »

✍ EILEEN SOSIN MARTÍNEZ

✍ MAYO BOUS

Han pasado varios meses desde que la pandemia del coronavirus se instaló en las Américas. Si bien queda lejos algo que pueda llamarse normalidad, y todavía hay quien hace control de daños, muchas compañías, ejecutivos y promotoras musicales transitan hacia las posibles soluciones.

Quizás lo primero sea justamente evaluar el escenario actual y las perspectivas más inmediatas. Hasta el momento, en Cuba han faltado pronósticos de pérdidas económicas, análisis sobre el comportamiento de los públicos, y otros estudios.

¿Cuánto han cambiado los hábitos a la hora de escuchar música? Durante las primeras fases de la recuperación, incluso en La Habana, durante el mes de gracia que tuvimos en julio, ¿cómo funcionaron las salas y lugares que abrieron entonces?

“Al tomar las medidas de distanciamiento tuvimos que quitar más de 20 capacidades, por lo que, incluso en el mejor de los días, no nos fue muy bien”, cuenta Gillen García, propietario de La Casa de la Bombilla Verde, donde la trova ha encontrado refugio.

Si bien las instrucciones son iguales para todos, las características de cada sitio influyen de

diferente manera. “Uno tiene que mantenerse vigilante todo el rato —explica Gillen— y es muy difícil evitar que la gente sentada en diferentes mesas se levante, se salude, interactúe... fundamentalmente en un lugar como el nuestro, un espacio cerrado, donde todo el mundo está acostumbrado a encontrarse”.

Hacia mediados de abril, una encuesta efectuada en Estados Unidos mostraba, por ejemplo, el aumento de consumo de videos musicales en Internet (por encima del audio), y la tendencia de las personas a buscar música que les hiciera feliz o les calmara. Disponer de tales pistas contribuiría a tomar mejores decisiones: saber dónde estamos es lo que permite actuar y proyectarnos con certeza.

A nivel global, los conciertos virtuales han resultado una de las salidas por excelencia. Más que eso: algunos expertos comienzan a verlos como un nuevo producto, que permanecerá luego de la pandemia.

El director de la agencia Ocesa-Seitrack, Alex Mizrahi, se ha referido a un “modelo híbrido”, que combine las presentaciones en vivo (cuando se pueda) y el *streaming*.



Si bien al principio estos conciertos estuvieron marcados por cierto empirismo, y unos cuantos fueron hermosos actos de solidaridad y consuelo mutuo, ahora varias voces se inclinan por “profesionalizarlos”, como el músico y productor argentino Nahuel Briones, pionero en ofrecer shows vía *streaming* y cobrar por ello.

O sea, por un lado, habría que diseñar espectáculos únicos —con su respectiva producción, dramaturgia, sonido adecuado—, a fin de trascender el mero hecho de grabarse en casa o en un club vacío; y, por otra parte, idear **un modelo de negocios que dé valor a tales presentaciones**, y así los artistas puedan cobrar por ellas. Incluso hay quienes hablan de llevar al mundo *online* festivales completos, y hasta giras, enfocadas en la audiencia de una ciudad o región.

“Esas nuevas formas han ido mutando también —señala Lilian Triana, productora del festival Varadero Josone Rumba, Jazz & Son—. Ya hoy se ofrece algo más que música: la exclusividad de un código que permita el acceso a la plataforma en un único dispositivo, interactuar con el artista, o enviar *souvenirs*. . . Hemos visto muchas combinaciones, y seguiremos viendo, porque hay que ser muy creativos y reinventarse a altas velocidades para conseguir, de alguna manera, los niveles de satisfacción del público que se logran con eventos en vivo”.

Ello remite, nuevamente, a demandas conocidas en el contexto cubano: mejorar y extender el acceso a Internet, desarrollar el comercio electrónico y las pasarelas de pago para productos y servicios (mú-

sica incluida). Por lo pronto, las transmisiones de los conciertos *online* por radio y televisión ayudan a paliar las carencias.

Entretanto, sería muy atinado garantizar la conectividad de los músicos (mediante políticas específicas, como mismo antes se ha priorizado a otros profesionales) de manera que ellos y ellas puedan mantener el nexo vital con sus públicos.

Imaginemos que nuestros intérpretes favoritos pudieran compartir los acordes de un tema que nace, conversar sobre las canciones que les han inspirado, o participar en podcasts y charlas con otros músicos. Aun sin que fueran iniciativas redituables, el sector necesita estos y todos los impulsos posibles.

Además, en un momento de auge creativo, Internet multiplica su valor como herramienta para la colaboración. Compositores de medio planeta trabajan junto a los de la otra mitad para concebir y lanzar nuevas piezas; un rico proceso global del cual los cubanos no deberían quedar fuera.

Existen razones para un poco de optimismo: la cuarentena no disminuyó los lanzamientos discográficos en el mundo, que incluso crecieron en

algunas semanas. Como reflejo local de este fenómeno, durante los pocos días que duró la fase 1 en La Habana, Real Project comenzó a grabar su próximo álbum en PM Records.

“La verdad es que se cumple con una serie de medidas: cuando llegas tienes que desinfectar los zapatos, las manos. . . y es muy reducido el personal dentro del estudio”, describe Ruly Herrera, baterista y uno de los directores de la banda.

Estas restricciones, desde luego, agregan estrés al flujo de trabajo: “A lo que antes hacías con mucho más desenfado y tranquilidad, porque solamente debías preocuparte por dar el máximo, ahora se suma la preocupación de tener el nasobuco, de no saludar a nadie con un abrazo. . . Todo el tiempo hay que estar pensando en la higiene, en la distancia”.

Se ha vuelto común que diferentes revistas internacionales publiquen sus listas de “recursos para músicos” en tiempos de COVID-19, las cuales abarcan desde asesoría legal hasta el pago de impuestos.

Por estos lares, bien que vendrían compendios y actualizaciones de las medidas tomadas hasta ahora en el sector, recomendaciones específicas

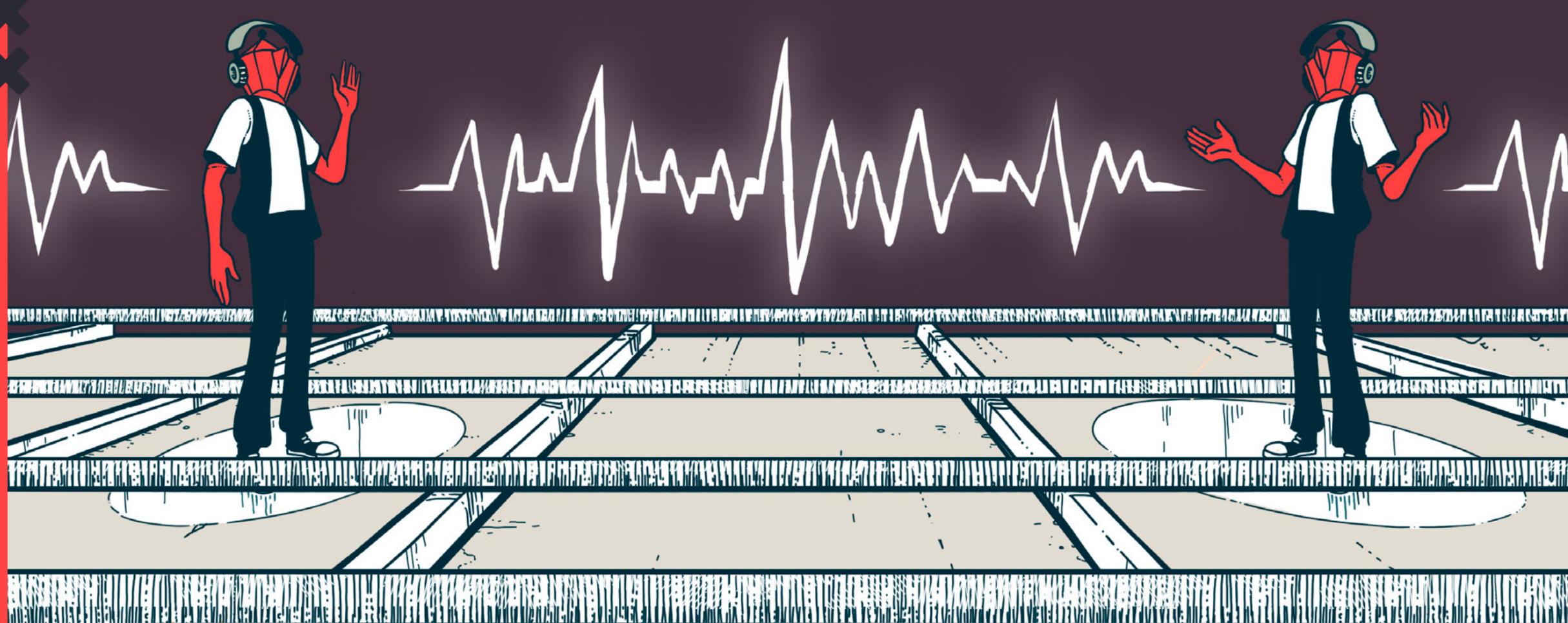


de salud mental, *tips* para mantenerse creativos, buenas prácticas en redes sociales... Dicho de otro modo, las respuestas deberían pensarse en un sentido integral, más allá de las precauciones sanitarias y la cobertura de salario.

Asumamos que para la mayoría de los músicos y trabajadores de la industria el paso a la normalidad será más lento. Acostumbrados a dinámicas intensas, padecen sobremanera la pausa prolongada.

En este instante todo el mundo se plantea las mismas preguntas y se enfrenta a situaciones parecidas. Por eso resulta altamente recomendable monitorear las soluciones que otros han ido implementando.

Amalia Rojas, productora del festival Havana World Music, comenta que algunos grandes eventos han buscado alternativas como delimitar espacios en el suelo o colocar palcos donde solo caben pocas personas. “Creo que pintar círculos en el césped podría funcionar, pero luego sería muy compleja la logística que eso requiere, teniendo en cuenta también la cultura del cubano de estar ‘cuerpo a cuerpo’... Habría que ver si tenemos tanto personal de seguridad disponible para eso”.



Establecer fondos de ayuda y mecanismos para donaciones ha sido una estrategia socorrida y su aplicación en el caso cubano debería al menos valorarse. El festival Rock al Parque, de Bogotá, por ejemplo, redireccionó sus recursos hacia una bolsa de estímulos y premios para músicos, con el objetivo de reeditar grabaciones, encargar portadas de discos, y, en general, fomentar la creación de canciones y repertorios. También algunas entidades de gestión de derechos de autor organizaron fondos de ayuda para autores miembros que pudieron aplicar siempre que demostraran

que sus giras se habían cancelado a causa de la pandemia. Así fue como, a través del Fondo Corona, la Fundación Sgae colaboró con más de una decena de compositores cubanos ¹.

¹ Al cierre de esta edición la Agencia Cubana de Derecho de Autor Musical informaba la decisión conjunta con el ICM de realizar un pago compensatorio extraordinario de derechos de autor, tomado del fondo de obras pendientes de identificación, y que se realizará en el próximo mes de noviembre, “con el objetivo de mitigar las afectaciones económicas provocadas por la situación actual”.

Octubre inició con menos restricciones en la capital, aunque todo parece indicar que en el futuro inmediato la inventiva irá de mano con la cautela.

“Hemos pensado varias ideas sobre la apertura de Fábrica de Arte Cubano, las cuales se han desvanecido por los constantes cambios en el transcurso de los meses, debido a la pandemia. Hasta que no exista una estabilidad real y un control sobre la situación no podemos hacer planes”, reconoce X Alfonso, músico y director de F. A. C.



Amalia destaca asimismo la incertidumbre del momento actual, y el lastre que suponen los retrasos tecnológicos. “No obstante, los productores estamos planificando lo posible, buscando soluciones a mediano y largo plazo, de conjunto con las instituciones... Creo que es lo fundamental que tiene que pasar ahora, para, en función de las experiencias de los gestores culturales, y los conceptos de las instituciones, intentar salvar y realizar lo más pronto que se pueda ese tipo de eventos en Cuba”.

Si entendemos que las crisis tienen algo de oportunidades, la post-pandemia abre una puerta para corregir problemas previos: la burocracia, la negociación de los pagos y los términos de representación con las empresas, los límites a la capacidad de autogestión por parte de los creadores... Puesto a punto, el tejido institucional podría ser otra potencial fortaleza para capear los meses difíciles que todavía quedan por delante.

“Creo que en la cuesta arriba de vuelta a la ‘normalidad’ transitaremos por un período de organizar eventos pequeños y medianos, en lugares donde se

garanticen las condiciones necesarias, hasta que se pueda regresar a la masividad”, avizora Lilian.

En La Casa de la Bombilla Verde quisieran hacer cenas conciertos (por reservación), o alguna modalidad similar, “para no perder las presentaciones, y que sea rentable tanto para los músicos como para el lugar”, subraya Guillén.

Maikel Paz, dueño del bar PaZillo, aboga por incluir música más reposada, en contraste con los géneros populares y bailables, que implican proximidad entre las personas. “La propuesta no va a ser quitar la música en vivo, sino simplemente esperar que las condiciones sanitarias de alguna manera lo permitan”.

Cuando todo recuerda aquella máxima de “el cambio es la única constante”, evolucionar es sinónimo de sobrevivir. Quizás haya otra constante: un público deseoso de que el show continúe. David Bernardo, ejecutivo de Tidal España, **afirma**: “Si pueden tener éxito o no los conciertos virtuales, es muy relativo, pero yo me quedo con las ganas de la gente, porque no han disminuido nada las ganas por escuchar música”. ■



«Egrem: los monopolios no son eternos»

ROSA MARQUETTI Y DARSÍ FERNÁNDEZ
JENNIFER ANCIZAR

Por obra y gracia de los procesos de nacionalización y de estatización después, de las empresas y estructuras industriales y comerciales que validó la naciente Revolución; y luego de efímeros intentos de encajar la producción y fabricación de discos en varios esquemas de gestión (Imprenta Nacional, Palma-Cubartimpex), en 1964 se firma la partida de nacimiento y bautismo de la Empresa de Grabaciones y Ediciones Musicales (Egrem). Esta nació con el importante y abultado fardo de una industria nacional que había surgido en la primera mitad de los años '40 con la creación del sello Panart y su fábrica Cuban Plastic Records.

Panart nunca fue monopólica, no podía serlo en un panorama que en 1960 llegó a sumar, según datos de la investigadora Daysi Hernández, cerca de 200 sellos cubanos de muy diferente alcance y calibre, y que se añadieron a la presencia —hasta ese año sempiterna— de una *major* norteamericana: la RCA Victor. En cambio, el control del mercado de la Egrem sí fue absoluto por varias décadas: su monopolio estuvo avalado no solo por los instrumentos jurídicos que legitimaron su origen, sino también por la praxis que debió enfrentar día a día y que la llevaron a asumir no solo la mera decisión de grabar y fabricar o no un disco, sino a decidir prácticamente el destino de la carrera de un artista cubano.



Egrem heredó por decreto la desarticulación del esquema creativo-mercantil artista-compositor-manager-promotor-mercado nacional e internacional que tanto ha costado a la industria musical cubana intentar rearticular, y muy pronto se percibiría la imposibilidad de accionar sin esta cadena y las necesarias sinergias a plenitud y con eficacia. Factores exógenos como el bloqueo norteamericano y sus consecuencias inmediatas, y endógenos, como la inexperiencia y consecuente impericia de directivos que en sus inicios accedieron a los puestos gerenciales de la empresa, designados más por lealtad política que por experiencia real en el sector, están en los orígenes de un panorama que muchos, probablemente, quisieron vencer, y en el que eran superados cada día por esas mismas circunstancias.

Un excelente ingeniero de sonido no tenía necesariamente que ser un buen gestor comercial; un activista político-social no tenía que saber de calidades musicales o de sonido; un respetado musicólogo no tenía que conocer dónde y cómo vender ventajosamente un producto musical o encontrar atajos para evadir el bloqueo y adquirir medios tecnológicos de grabación de última generación.

Cuba había salido —o había sido expulsada— del mercado internacional de la música donde tuvo un rol activo por años, principalmente desde su centro difusor, Estados Unidos, y expandida hacia otros receptores: México, Centro y Suramérica, España, Francia, Italia... Egrem debió lidiar con todo esto y si algo habrá que agradecer a sus primeros

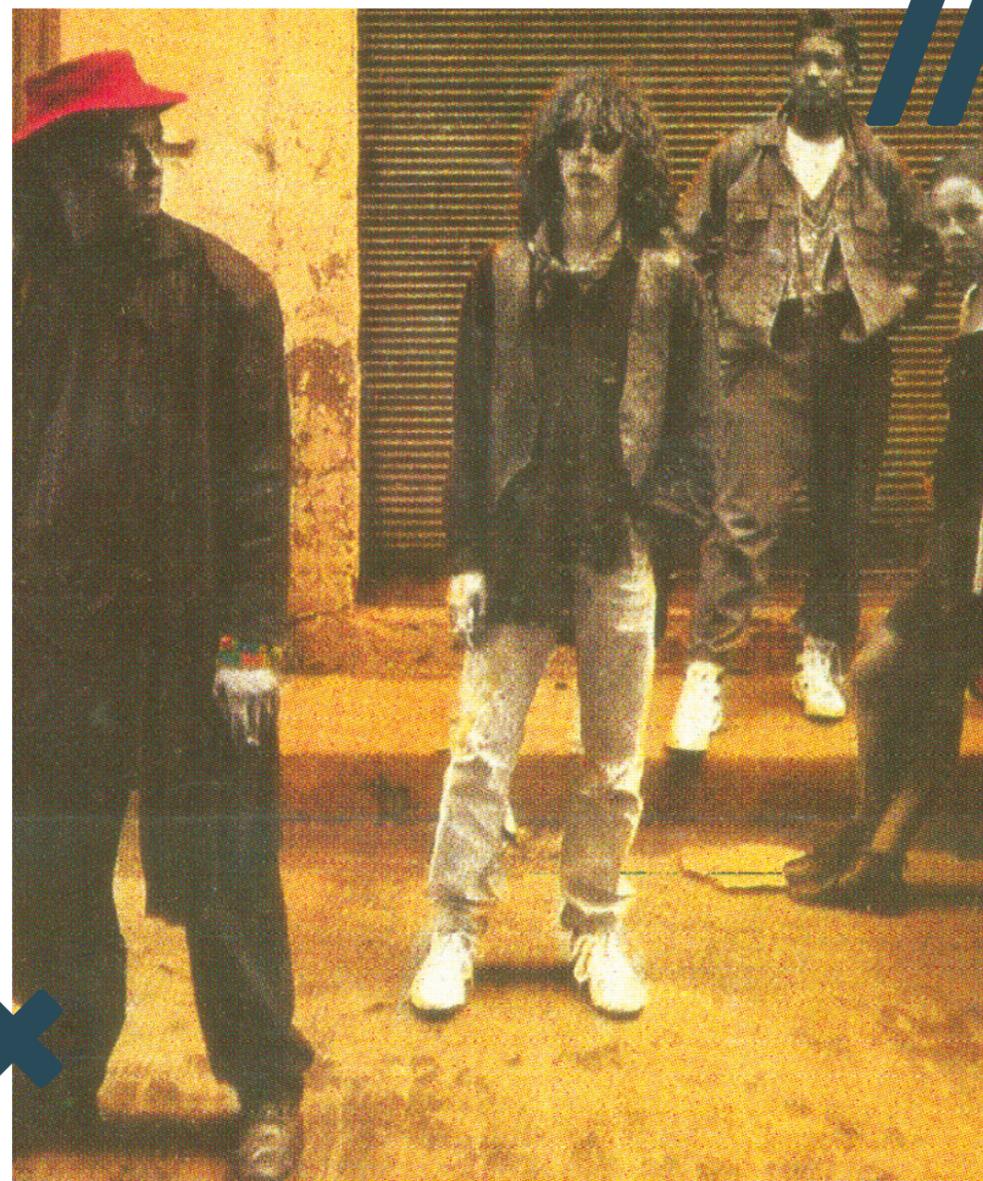
decisores y productores es la lucidez de trazar dos estrategias cruciales: 1) Preservar los géneros y ritmos que recorren toda la primera mitad de la centuria, ahora en las voces e instrumentos de aquellos que decidieron permanecer en la Isla; y 2) Grabar a los músicos y agrupaciones más importantes surgidos en la Cuba de la segunda mitad del siglo XX, siempre con el criterio selectivo de la propia disquera.

En este contexto, la práctica monopólica modificó la habitual dinámica de firmar contratos de exclusividad o temporalidad con los artistas en materia discográfica —que incluso marcó anécdotas ineludibles en la historia de la discografía en Cuba anterior a 1959—¹ y dio paso a la anarquía del no contrato, dentro de una lógica perversa que el propio monopolio de las empresas estatales “socialistas” extendió no solo en el sector de la música, sino en prácticamente toda relación comercial, ninguneando el papel regulador de los contratos: *¿Para qué?, ¡si no hay otra disquera!*

Pero ningún monopolio es eterno, salvo que sus arcas estén suficientemente repletas y con garantías de reproducción, y, aun así, hay quien se atreve a desafiarlo, y lo consigue. Llegado el momento,

¹ Un ejemplo fue el famoso forcejeo de Panart con La Sonora Matancera (LSM), tras firmar en exclusiva al Conjunto Casino. Rogelio Martínez, director de LSM, decidió cancelar su contrato con el sello de los Sabat, para firmar con la norteamericana Seeco Records, lo que terminó siendo un contrato de férrea exclusividad que duraría más de 12 años. Otro, el contrato exclusivo de Benny Moré con RCA Victor, que impidió que en los años '50 algún sello propiamente cubano registrara al Bárbaro del Ritmo.

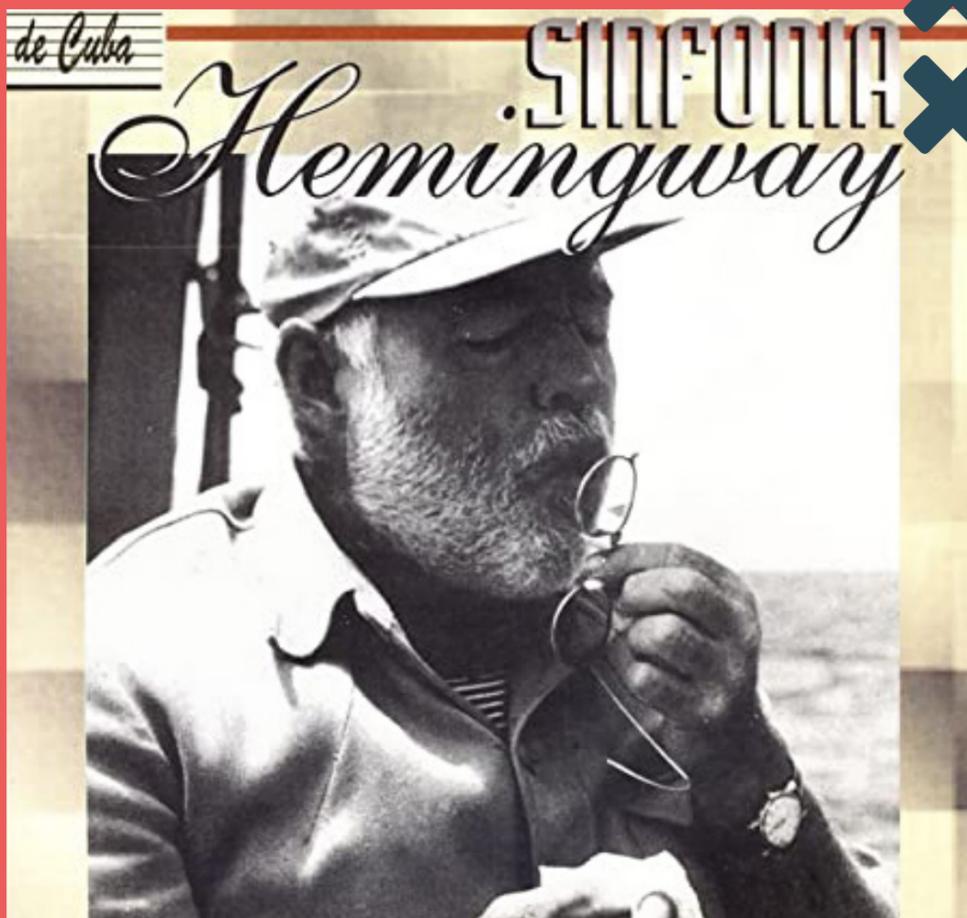
y dadas las coyunturas adecuadas, el monopolio de Egrem sobre la producción de discos comenzó a ser un coladero que dejó filtrar algunos *electrones sueltos*. Por ese camino, llegó la excepción de la regla: en 1978 Chucho Valdés & Irakere graban *Misa Negra* para CBS y luego para Messidor. El último disco que graba Pablo Milanés con Egrem es *Identidad* (1991), pero ya antes, en 1985 pudo grabar *Querido Pablo* con Ariola (España) y un año después, Silvio publica con Fonomusic (España) su clásico *Causas y azares*, con el respaldo musical del grupo Afrocuba, de Oriente López.



Por el camino de la Nueva Trova. Art Color

Enrique Adolfo López Gutiérrez (*Alí Ko*) era un uruguayo con ideas y militancia de izquierda que lo llevaron a residir en Venezuela, desde donde empatizó con la Nueva Trova cubana, y terminó por convertirse en manager de Pablo Milanés, con una importante cuota de responsabilidad en la internacionalización del trovador y su creación autoral. *Alí Ko* supo detectar y comprender los vacíos y necesidades de la gestión discográfica en Cuba, así como el potencial creativo de algunos de sus músicos. Por ese camino, crea a finales de los '80 o inicios de los '90 el sello Art Color, con domicilio legal en su propio país de residencia, desde donde consigue hacer producciones propias grabando en Cuba y llega a conformar durante la década un catálogo breve, pero de indudable excelencia.

Art Color parece ser el primer sello foráneo que, por la especificidad del vínculo de *Alí Ko*, comienza a trabajar en Cuba y a grabar *in situ*. Legalmente, no había barreras para ello. Apuesta por músicos emergentes con una obra ya valiosa como el mismo Pablo u otros, no siempre visualizados, detectados o comprendidos por Egrem, y que vieron en la novedad de la propuesta del uruguayo otra posibilidad. Si nos atenemos a las referencias del catálogo, los tres primeros discos del sello fueron *Ancestros II*, de Síntesis, *Dale como é*, de Adalberto Álvarez y su Son, y *Como algo que quema*, de Xiomara Laugart, seguidos de *Con ganas* —el primer álbum personal del entonces emergente Issac Delgado—, *Encuentros*, de Amaury Pérez, *Monedas al aire*, de Carlos Varela o *Mi poquita fe*, disco debut de David Torrens. Aquí y en el resto



del catálogo de Art Color hay producciones propias y reediciones licenciadas a Areito-Egrem que abarcan un momento importante y hasta trascendente en las carreras de algunos de estos músicos y en el desarrollo de la canción de autor y otros géneros.

Vendiéndolo todo. Bis Music

Artex había creado, también iniciando la década del '90, un departamento dedicado a la reedición de discos a partir de matrices originales de Egrem, y que sería la génesis del sello Bis Music. Con la musicóloga cubana Cary Diez como motor, secundada por un pequeño equipo en el que como productores se desempeñaron Adolfo Costales, Gloria Ochoa y Tony Pinelli en fases sucesivas o al unísono, esta sociedad anónima heredera del extinto Cubartista y relanzada como brazo comercial para la música cubana a finales de los '80, fue la primera en producir y comercializar el entonces moderno soporte del disco compacto (al inicio con matrices propiedad de Egrem) pero muy pronto con sus propios criterios de grabación y producción fonográfica.

La relativa liberación de las fuerzas productivas que la crisis del Periodo Especial trajo consigo, creó la posibilidad de que empresas cubanas compitieran dentro de la industria musical, y así apareció Bis Music ya con producciones propias, y un aire más atrevido en sus conceptos de marketing que la entonces asentada Egrem, junto a una apuesta por nuevos talentos y nuevas músicas. *Vendiéndolo todo*, del grupo Lucha Almada y Verde Melón, de los bisoños Superávit, son ejemplo de ello; o el primer álbum como solista instrumental de Lucía

Huergo: *Sinfonía a Hemingway*, una jugada más comercial, pensando en la apertura del país al turismo y en que el principal comprador de discos cubanos dentro del país era, justamente, el visitante foráneo. Este último fonograma marcó el retorno del contrato entre compañías discográficas cubanas y artistas nacionales, con la previa negociación de condiciones, porcentaje y liquidaciones de *royalties* por ventas, que poco después se extendió a Egrem y que adoptaron *ab initio* las otras compañías discográficas estatales constituidas posteriormente.

El derrumbe y la timba. Caribe Productions y Magic Music

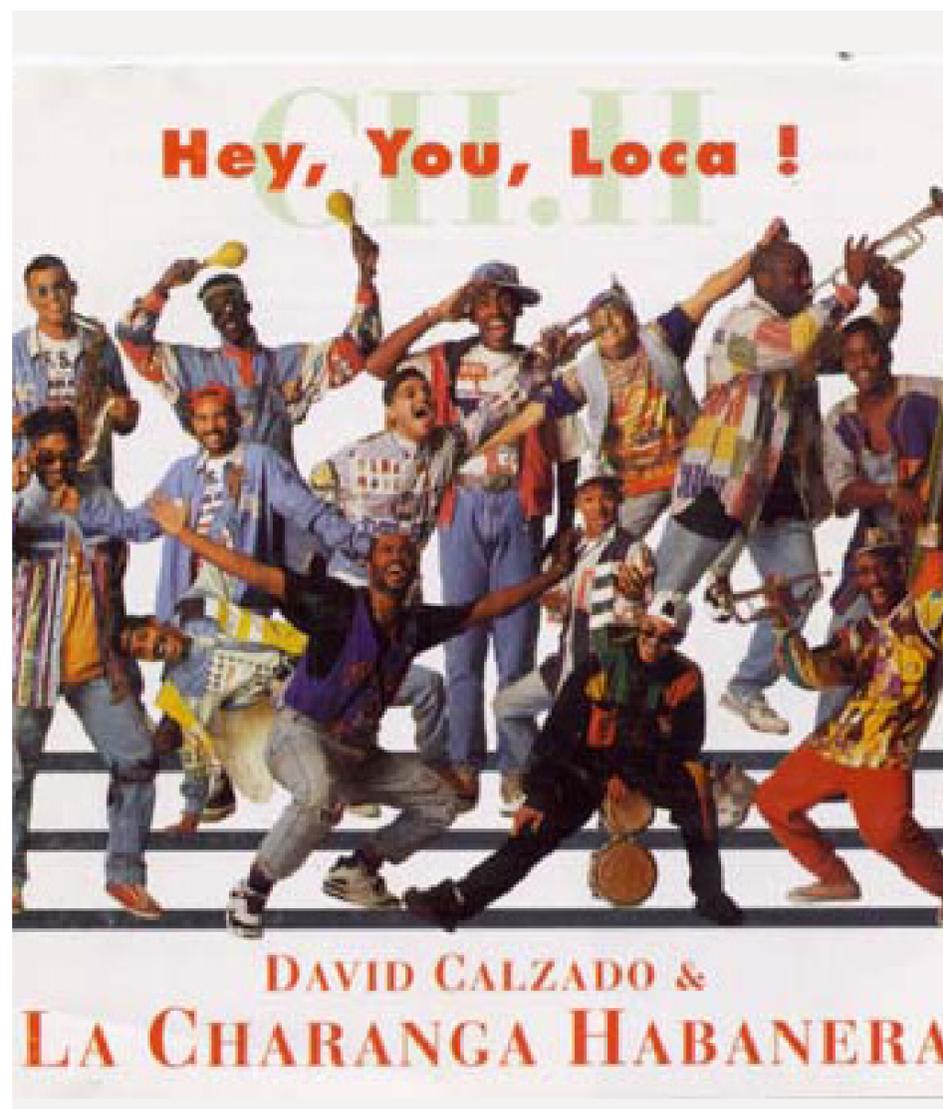
En 1991, con el derrumbe del Campo Socialista, llega la obligada flexibilización en el acceso de inversores extranjeros para intentar inyectar capital y energía a la economía cubana. En ese momento las empresas españolas Caribe Productions primero y después Magic Music (inicialmente Cosmopolitan Caribbean Music) consiguen acreditarse legalmente con oficinas de representación en Cuba.

El accionar de sus dueños y gestores, los españoles Federico García y Francis Cabezas, respectivamente —ambos sin experiencia previa en el sector, pero con sensibilidad y sentido del emprendimiento—, fue crucial para darle un impulso de recursos y modernidad a la industria musical nacional y fijar en discos el registro sonoro sobre todo de uno de los últimos géneros relevantes surgidos en la música cubana: la timba. Caribe Productions recogió las mejores y ya clásicas producciones del género, con los discos grabados a los tres mayores exponentes de este fenómeno socio-musical: José Luis Cortés y NG La Banda,

Manolín El Médico de la Salsa, y Paulo FG. Magic Music, por su parte, comprendió que David Calzado y La Charanga Habanera era la otra pata de esa excelsa mesa timbera y editó los que a la postre serían, sin dudas, los mejores discos de esa agrupación. Ambas disqueras fueron responsables del estímulo necesario que impactó a otros músicos y formaciones que se montaron en mayor o menor medida en el cometa timbero, o coquetearon con él, algunas como escisiones de bandas ya establecidas (Yumurí y sus Hermanos, Klímax, Los Surik, Dany Lozada y su Timba Cubana, Raúl Gutiérrez & Irazú, Pachito Alonso y sus Kini-Kini, Tamayo y su Salsa AM, Salsa D'Esquina, Héctor Valentín y su orquesta, Rojitas y su orquesta, entre otras).

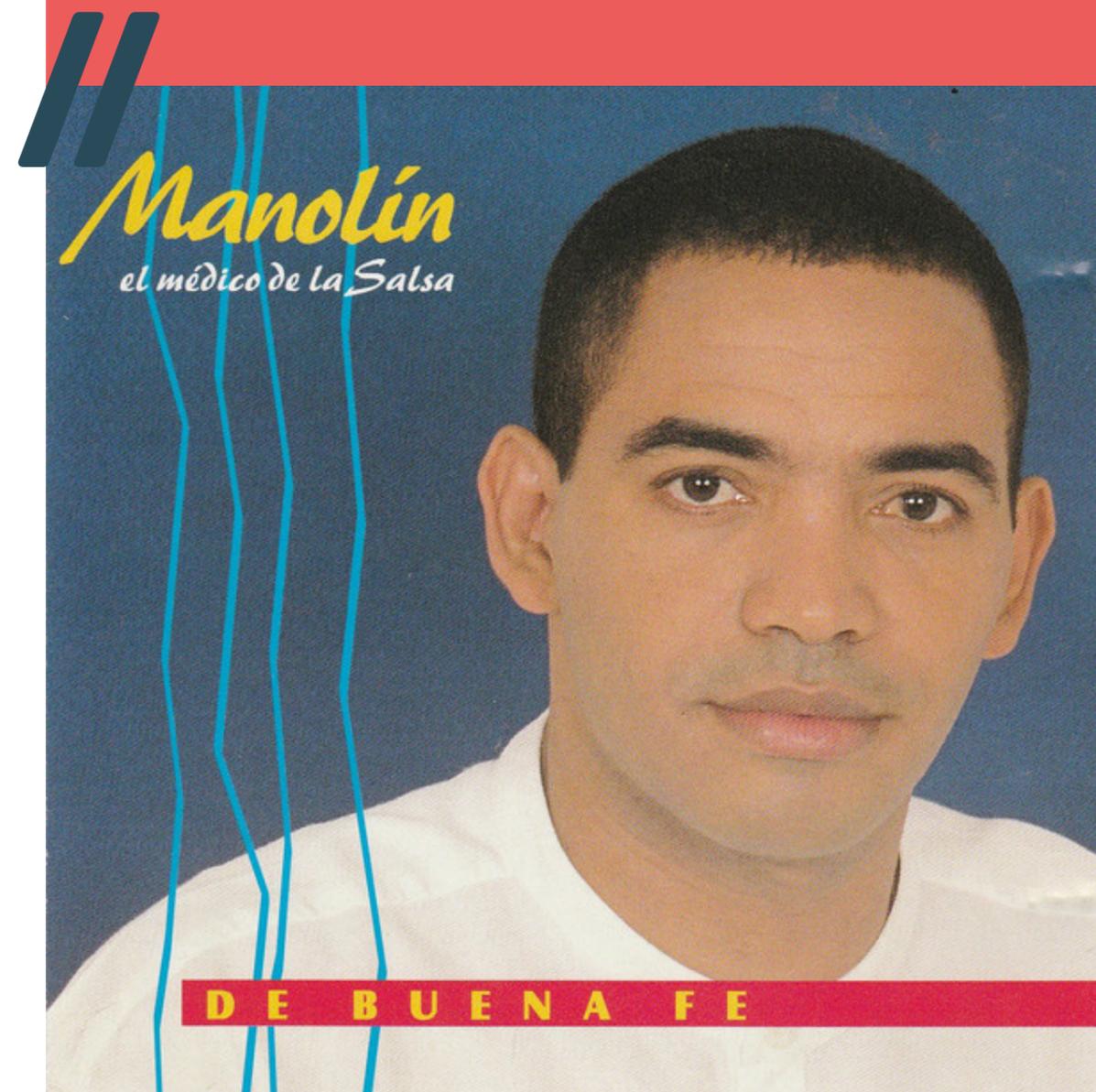
Estas dos marcas discográficas no solo abordaron el universo de la timba, sino que produjeron discos a músicos y formaciones de relevancia en loailable, que no podrían ser clasificadas estrictamente como timberas —Juan Formell & Los Van Van, Adalberto Álvarez y su Son—, y a otros en el ámbito del jazz —Gabriel Hernández, Ernán López-Nussa—; la música tradicional cubana en diversas regiones de país; y la canción tradicional, folclórica o de autor, como fue el caso del abarcador y audaz proyecto La Isla de la Música, ideado y gestado por Francis Cabezas y Magic Music, con la colaboración de Alicia Perea y Ciro Benemelis desde sus responsabilidades en el Instituto Cubano de la Música.

Magic Music, en particular, fue decisiva en la fijación de los primeros discos de la Camerata Romeu, la Schola Cantorum Coralina; y de algunos que recogen la obra para diversos formatos del compositor



Harold Gramatges, o el lanzamiento de figuras que luego alcanzaron notoriedad internacional, como la cantante sonera Lucrecia, y de propuestas novedosas como Angelitos Negros o SBS, una de las primeras formaciones raperas cubanas.

Caribe Productions y Magic Music reintrodujeron en Cuba otros elementos imprescindibles de la industria de la música, como los



lanzamientos de discos y el énfasis en la promoción radial, televisiva y en la prensa escrita, en tiempos en que aún no teníamos acceso a Internet. Algunas iniciativas surgidas de la fértil creatividad de Francis Cabezas rebasaron las posibilidades de comprensión en los estamentos que dirigían, con criterio de funcionariado, la cultura y la música, considerándolas entonces inapropiadas para un contexto como el nuestro. Tales incomprendiones estimularon a funcionarios que

defendían, dentro de cierta concepción de inmovilismo, la preeminencia del monopolio estatal cubano sobre una industria discográfica que hasta entonces y desde 1964 había sido inexistente en el sentido más estricto de la palabra “industria”. El inicio de lo que sería una relativa recuperación económica para el Estado, marcó un giro en el que las acciones estuvieron encaminadas a frenar las iniciativas de estos sellos alternativos, demonizar algunos de sus mecanismos por “demasiado mercantiles” y hasta sancionar o censurar a las bandas e intérpretes que se estaban “pasando de la raya”, como sucedió con La Charanga Habanera y NG La Banda en las postrimerías del milenio.

Outro

Aun así, ya estaba abierta la brecha, y a finales de los '90 otras discográficas extranjeras continuaron trabajando con o sin representación legal en Cuba, realizando un trabajo significativo en la grabación de repertorio y artistas cubanos e incluso, en algunos casos, colaborando con los sellos locales a través de licenciamientos y coproducciones.

Entre estas, en su mayoría europeas pero no solamente, podemos mencionar a Karlyor, Thomcal, Eurotropical, Lusáfrica, Ahí Namá, Tumi Music, Picap, Latin World, Sello Autor (Sgae) o la mexicana Luna Negra (curiosamente interesada en el rock que hacían bandas en la Isla como Naranja Mecánica o Perfume de Mujer), mientras que el panorama se enriquecía con el surgimiento de otras marcas cubanas incursionando en la producción discográfica como Producciones Abdala (sello Unicornio), PM Records y RTV Comercial.



Sin dudas, el *boom* comercial de toda esta producción foránea se produce con el lanzamiento de Buena Vista Social Club y la saga del último fenómeno mundial de la música cubana por el sello inglés World Circuit, fenómeno que probablemente influyó y atrajo a otros empresarios a probar suerte en territorio musical cubano. Ya a fines del anterior milenio e inicios del actual, muchos músicos y formaciones del patio integraron con discos muy notables el catálogo de sellos como Lola!, Virgin Records, Calle 54 Records, Solycaribe, Ezan Osenki, M&M Avanti Records, Ayva Musica, Nubenegra, Discmedi Blau o Planet Records (que devino en la disquera por excelencia para el naciente reguetón cubano).

Pero, como dice Pánfilo, esta ya es otra historia... ▀



«YO NO OIGO HEAVY METAL»

 **LEGNA RODRÍGUEZ IGLESIAS**

 **MAYO BOUS**

Cantar como Shakira no me convierte en Shakira, pero cantar como Roberto Carlos sí me convierte en Roberto Carlos.

Los éxitos de Roberto Carlos que a mí me gustan son canciones de amor de los ochenta, por eso no puedo ponerlo aquí.

¿Qué tiene Roberto Carlos que no tenga yo? ¿Qué tiene Roberto Carlos que no tenga Shakira?

Cuando te digo que tú eres mi símbolo sexual no estoy citando a Roberto Carlos, estoy diciendo lo que pienso realmente.

Cuando te digo que esto es una declaración de amor no estoy diciendo que creo en el amor.

No creo en el amor pero podría tener un accidente ahora mismo en la bicicleta y se me podría partir una pierna y en el hospital podrían creer que así vestida como un espantapájaros mi nombre es Roberto Carlos.

Hazte la idea de que me llamo Roberto Carlos.

O por lo menos Shakira Carlos.

No conozco ningún bebé, ni hembra, ni varón, ni hermafrodita, que se llame Shakira Carlos.

Cuando pienso en pata partida, brazo partido y columna rota, nunca lo asocio con Frida Carlos y sí con Roberto Carlos.

A Shakira no la asocio con casi nada en la vida.

A Shakira la he tirado al abandono.

Shakira me decepcionó desde aquel álbum en inglés que tenía que ver con una lavandería.

Nunca antes había ido a una lavandería hasta que puse los pies en Miami.

Nunca antes había ido a un Distrito de Diseño hasta que puse los pies en Miami.

Nunca antes había ido a un barrio que se llamara Pequeño Haití hasta que puse los pies en Miami.

Desde Cuba se puede ir a Haití sin visa.

Esto es falso.

Se necesita una visa para ir de Cuba a Haití y esa visa cuesta un ojo de la cara.

Los cubanos van a Haití a comprar cosas baratas para venderlas en Cuba un poquito más caras y poder comprar cebollas.

Los que no compran cebolla reúnen un poco más para volver a ir a Haití antes de que se les venza la visa.

Y así sucesivamente, como los parques de diversiones.

Riquísimo.

Trabajé en el Pequeño Haití como cocinera del Restaurante Loba.

La dueña del restaurante me contrató porque le di lástima.

La dueña del restaurante se parecía a Shakira en una cosa: ella también era colombiana.

Le puso Loba al restaurante para demostrarse a sí misma que saldría adelante en la vida, como una loba en un bosque.

Cuando dejo de afeitarme las piernas y los brazos me siento como una Loba.



No hay bosques en Miami así que soy una loba frustrada, sin bosque, con restaurante.

Me imagino a Roberto Carlos entrando al restaurante Loba y pidiendo una pierna de cordero.

Que yo recuerde, en el restaurante Loba no hacían piernas de nada. Solo pulpos, pescados simples, ensaladas, vegetales al vapor y cosas por el estilo, deliciosas.

Que yo recuerde, en el restaurante Loba había una sordomuda que preparaba los pulpos y los vegetales al vapor con una mano enyesada.

Aunque tuviera la mano enyesada y no emitiera discurso, como Shakira en los años noventa, la sordomuda hacía unos pulpos que todo el mundo quería probar.

Yo también los quería probar hasta que un día los probé.

Me metí en la boca todos los tentáculos.

Casi me meto en la boca el yeso.

La sordomuda era colombiana y se llamaba Roberto Carlos.

Parecía una persona segura de sí misma, feliz, pero en realidad estaba llena de resentimientos.

Parecía una persona con empatía hacia los demás, pero en realidad solo sentía empatía hacia su yeso.

Acicalaba su yeso y lo dibujaba, y daba la impresión de que era una artista en potencia.

La mayoría de los cocineros del restaurante Loba daban esa misma impresión.

Me acuerdo que un día les dije: ustedes parecen artistas.

Pues sí, me dijeron, somos una banda de artistas contemporáneos llamada Restaurante Loba.

Un restaurante salvaje en el medio del desierto del Pequeño Haití.

Todo esto estaba pasando en el medio del desierto del Pequeño Haití.

En el barrio de Miami llamado de los negros.

A donde los blancos latinos no les gusta ir.

A donde los chinos no les gusta ir.

A donde desplazaron a la gente negra que vivía en el llamado distrito de diseño.

Qué buena es la vida de los diseñadores.

Qué bonita es la apariencia de un diseñador.

La sordomuda Roberto Carlos cocinaba los

tentáculos de pulpo en su propio jugo.

No metafóricamente sino literalmente.

Cuando me metí en la boca los tentáculos sonrió y empezó a cantar.

Supongo que mi símbolo sexual es ese: una sordomuda.

Alguien que no hable, que no emita discurso.

Alguien que no oiga lo que digo a sus espaldas.

Alguien con un yeso y un brazo partido.

No tiene que tener bigote como Frida Carlos pero sí cantar en la ducha canciones de amor de 1985 como Roberto Carlos.

Alguien que no sea yo ni tenga las caderas invisibles como yo.

Alguien que tenga caderas.

En resumen, después de cantar, la sordomuda Roberto Carlos me dijo que los tentáculos estaban llenos de HPV.

Así que ahora los tentáculos y yo nos parecíamos en una cosa.

Igual que Shakira y la dueña del restaurante.

Igual que la mayoría de las personas.

Todos nos parecemos a otros en algo.

Todos tenemos resentimientos y virus.

A todos nos han puesto un yeso alguna vez.

(Fragmento de novela inédita). ■



«La eterna reinvencción de la décima»

✍ LORENA SÁNCHEZ
✍ DUCHY MAN

Desde la sala de su casa en Almería, desde alguna institución en Madrid, desde un bar en Cádiz. Compartiendo datos a través de tres teléfonos celulares, poniendo a improvisar a dos peruanos que estaban en Yakarta, Indonesia, con otros alumnos en California y México; rompiendo —dice— la maldición de la no ubicuidad. Así se las ingeniaba el escritor y repentista cubano Alexis Díaz-Pimienta para impartir clases virtuales, en tiempos en los que las prestaciones tecnológicas no eran tales y la era pandémica no había puesto en primer plano al universo *online*.

Momentos como aquellos bien podrían ser los antecedentes de la Academia Oralitura, proyecto que vincula la enseñanza de la improvisación poética con otras artes orales y las nuevas tecnologías. Pero no. Años antes, en el 2000, Alexis fundaba en La Habana la Cátedra Experimental de Poesía Improvisada del Isa, que fue el germen de lo

que vino después: talleres de repentismo por toda Cuba, filiales como la Casa de la Décima de Mayabeque, de Ciego de Ávila, de Pinar del Río, entre otras. Años antes, Alexis impartía clases sobre la décima al cantautor uruguayo Jorge Drexler, a la actriz y compositora Silvana Sosto; publicaba libros fundacionales como *Teoría de la improvisación poética* y *el Método Pimienta para la enseñanza de la improvisación poética*, los cuales ha actualizado con videos, sonidos y otros soportes, pero siempre manteniendo su sentido lúdico y participativo.

Como su director general e instructor principal define que “la Academia Oralitura es la versión en línea e internacional de ese proyecto docente que fundé en la Isla y que se ha cimentado en los libros teóricos. Un proyecto que vincula a dos países [Cuba y España], que tiene dos modalidades: *offline* y *online*”.

Con cursos sobre el análisis y la creación de canciones; poesía y matemática; rap, ritmo y poesía — impartido por el rapero mexicano Danger AK— ; canto y voz a cargo de Gema Corredera; humor con Alexis Valdés, la Academia se ha nutrido además de “maestros oralitores”, “académicos voraces”. Entre ellos se encuentran el cantautor y multinstrumentista chileno Nano Stern, el poeta y matemático Pedro Poitevin, el cantautor español Javier Ruibal, el propio Drexler, y algunos profesores invitados que comparten otro espacio con Díaz-Pimienta: el grupo Guasa Decimal, con dirección fija en WhatsApp, donde diariamente, y sin protocolos, sus integrantes juegan con la décima, el soneto, los haikus, con un alto contenido satírico y de actualidad.



Pero si un plato fuerte tiene la Academia Oralitura es el curso La Décima y la Canción que, con tres ediciones, suma ya más de 300 alumnos de 20 países. Durante dos semanas, y en hora y media, Alexis desanda los caminos de la décima, vinculándola con la canción en todos sus géneros.

“La décima clásica es muy dúctil y ha tenido un éxito que ha durado casi 600 años desde que nació en el Siglo de Oro. Es una estrofa que no solo se usaba para improvisar—lo más conocido, al menos en Cuba—, sino también en la literatura escrita y en la canción, aunque no a escala mayor. Así, grandes de la canción han compuesto en décimas: Silvio Rodríguez, Pablo Milanés, Facundo Cabral, Alfredo Zitarrosa, Jorge Drexler, Joaquín Sabina, Joan Manuel Serrat.

“Con este curso, y aprovechándonos de la eclosión del amor por la décima que se ha generado en los últimos años, hemos logrado que este formato de la poesía clásica llegue a más cantautores. Ahora mismo es muy difícil encontrar a uno de estos creadores en la lengua española que no haya hecho ya una canción en décimas, o que no quiera o no esté aprendiendo. Porque se han dado cuenta que es una estrofa muy dúctil, muy musical. Jorge Drexler dice que la décima es un género musical en sí mismo. Olvidémonos del punto guajiro, la décima se canta en más de 30 formas, en más de 20 países, en cada registro una música distinta, una forma de interpretarse y de acompañamiento distintos.

“Cuando los compositores descubren la décima se les abre un universo. El que más ha hecho a favor de ella ha sido Drexler, pero ahora mismo Juanes —quien ha sido alumno mío— en su próximo disco

incluira varias canciones en décimas, que salieron a partir de ejercicios de clase. Muchos cantautores españoles en la actualidad, Ruibal, Rozalén, Raúl Rodríguez, están componiendo canciones en décimas porque es un mundo inacabable”.

Frases como “me explotó la cabeza”, “me abrió la mente”, “me alejó de lugares comunes que los compositores debemos evitar” se repiten cuando los alumnos conversan en las redes sociales sobre sus experiencias en el curso La Décima y la Canción.

El colombiano Maréh, por ejemplo, habla de ese juego de niños que se establece en las aulas virtuales, de esa manera extraña en la que —curso mediante— se reconcilió con su cotidianidad y cómo ello le permitió escribir más poemas, buscándole la décima y la rima a todo. “Se convierte en una adicción bastante saludable”, dice, en tanto cuenta cómo pudo rehacer una canción de su primer álbum, titulada *Molecular*, donde Alexis Díaz-Pimienta incluyó, generosamente, una de sus décimas. “Quiero matricular en otro curso. No sé si la Academia Oralitura esté pensando en convertirse en universidad, pero quiero matricular un semestre completo”.

Mientras que la también colombiana Victoria Sur, por su parte, habla de una “experiencia transformadora”, que ha cambiado “la forma de entender las letras de las canciones, y de escribir música. Me ha dado la posibilidad de conocer gente de toda Iberoamérica y de escuchar de primera mano a los grandes maestros y sus procesos”.

De esta manera, a través de juegos y ejercicios creados exclusivamente por Alexis, quienes se matriculan en este curso aprenden a escribir la espinela, que se ha mantenido viva en el gusto popular de nuestros países. Pero luego, el profesor va más allá: 26 formas estróficas y variantes de la décima —muchas de ellas creadas por el propio Pimienta, otras más antiguas que ya no se utilizan— son reveladas como un *bonus track* delicioso.

“Hace poco les decía a los alumnos que cada uno de ellos puede hacer un disco donde no se repita el mismo tipo de décima. Es una fuente inagotable de creación, un misterio filológico porque todavía no hay estudios serios. La poesía clásica del Siglo de Oro tenía una treintena de formas estróficas, todas se repartieron por América Latina a través del teatro, de la iglesia, de la literatura. Todas se conocieron en México, Chile, Venezuela, y en ninguno de esos países se cultivan. La única estrofa que sigue cultivándose, tanto en la oralidad como en la escritura, tanto en la canción como en la improvisación, es la décima. Y eso no es fortuito, ese misterio trato de darlo en mis cursos: por qué la décima sí y el romance no, por qué la décima sí y el soneto no, por qué la décima sí y las otras veintitantas formas estróficas que usaban Lope de Vega, Calderón de la Barca, Sor Juana Inés de la Cruz y todas las grandes plumas, se han quedado como reliquias creativas en los libros de texto pero no están en el gusto popular y no trascienden al canto y la canción”.

Precisamente sobre esa ductilidad de la décima y sus habilidades para colarse en varios géneros de la canción, habla Alexis cuando

se refiere a la experiencia de Juanes, no solo como alumno de la Academia, sino además como uno de los profesores invitados del curso La Décima y la Canción. El cantante colombiano —quien desde hace más de un año se había acercado al poeta cubano para recibir algunos de sus cursos, lográndolo en este 2020, durante el confinamiento— fue “un regalazo para los alumnos en la segunda edición, porque la décima estaba muy cerrada al mundo de la canción de autor, y él le dio otra dimensión que se acerca más al rock y al pop en español. Le aportó dinamismo y frescura, un enfoque otro sobre cómo musicalizar la décima para hacer canción, respetando la estrofa.

“Claro, para mí no era nada novedoso porque ya en México existe un disco que se llama *Más Pimienta al rock and roll*, donde alumnos y profesores de la Escuela de Música del Rock a la Palabra, dirigida por el gran roquero mexicano Guillermo Briseño, musicalizaron algunas de mis décimas. Y es que eso es lo bueno que tiene: la décima se presenta en todos los géneros, aparece en el rock, en el blues, el country, el bolero, la salsa, en la canción de autor”.

Y cuando Alexis Díaz-Pimienta habla de la décima, menciona inevitablemente al repentismo. Recuerda su infancia “rodeado de viejos que adoraban la décima”, con amigos como el Indio Naborí y Justo Vega, porque los niños y adolescentes de su edad ninguno se dedicaba al repentismo, sino a otras músicas.

“Nunca quise abandonar la décima, porque fue un regalo de mi padre. Yo nací y crecí en Centro Habana, detrás de Radio Progreso.

De campesino tengo el gusto por la música rural; mis hijos, sobrinos, y muchos de mis alumnos en Cuba son de La Habana. O sea, hace años que existe un repentismo que no es rural, un repentismo urbano que respeta sus raíces, pero que por una razón geográfica representa a una realidad urbana y eso se nota en el tipo de décimas que se hacen y en los acercamientos que se tienen.

“Entonces, eso que yo llamo el neorrepentismo se ha convertido en un movimiento incipiente que vincula la décima y la improvisación con otras artes: el teatro, la danza, las artes plásticas, el cine, la *performance*. Es un concepto que se amplía, que no es reduccionista. Yo tengo 54 años y comencé a hacer repentismo con cinco y en La Habana. Cuando tenía 17 o 18, me recuerdo descubriendo todo ese universo junto a grandes nombres hoy de la cultura cubana como Osvaldo Doimeadiós, Mayito Rivera. Todos muchachos de ciudad, que descubrieron el repentismo conmigo de gira por el campo y se enamoraron de la décima para siempre.

“Yo estaba convencido de que esto era algo que podía crecer. Me encapriché en hacer escuelas. Se nos unieron figuras importantes en Cuba y a la juventud parece que le gustaba mucho. Años después, 20 para ser exactos, hay cientos de niños en todo el país haciendo décimas, cultivándolas, estudiándolas”.

Así que lo que en un principio fue solo una semilla, un proyecto de cátedra en Cuba, sirvió también como referente de escuelas de repentismo que han surgido en América Latina. Lo que en un principio

fue empuje, hoy se traduce en tesis doctorales que en torno a la décima recibe el poeta cubano en su apartamento español, desde distintas regiones del mundo. El Método Pimienta, por su parte, no solo se utiliza en Cuba, sino también en Venezuela, Puerto Rico, Colombia, Chile, España, incluso en Brasil donde se ha creado una escuela de repentismo en portugués.

“Cuando yo era joven la décima solo tenía razón de ser dentro del repentismo, ahora te la encuentras en el rap, en la salsa, en el rock, en el pop, en el teatro. Claro, en Cuba, poco cambio ha habido; los cantautores como Silvio, Pablo, Pedro Luis Ferrer, Ray Fernández, sí la han cultivado, pero no tanto en otros géneros. En mis cursos *online*, solamente he tenido dos alumnos cubanos: la cantante y compositora Melvis Santa y el humorista Marcos García.

“La literatura escrita en Cuba, por su parte, ha dado todo un movimiento de decimarios, a través del Premio Cucalambé en Las Tunas —que es una referencia poético-literaria en el continente. La décima no solamente tuvo pasado y tiene presente, sino que tiene cada vez un futuro. Ahora mismo, mis alumnos con los que fundamos la cátedra, todos son jóvenes y cada uno está en una rama del arte distinta, pero defendiendo la décima.

“Eso quiere decir que la décima, en vez de circunscribirse al punto guajiro, lo que ha hecho es ramificarse. Ahora tiene futuro y goza de buena salud”. ■

« EN CADA CUADRA

UN FESTIVAL »

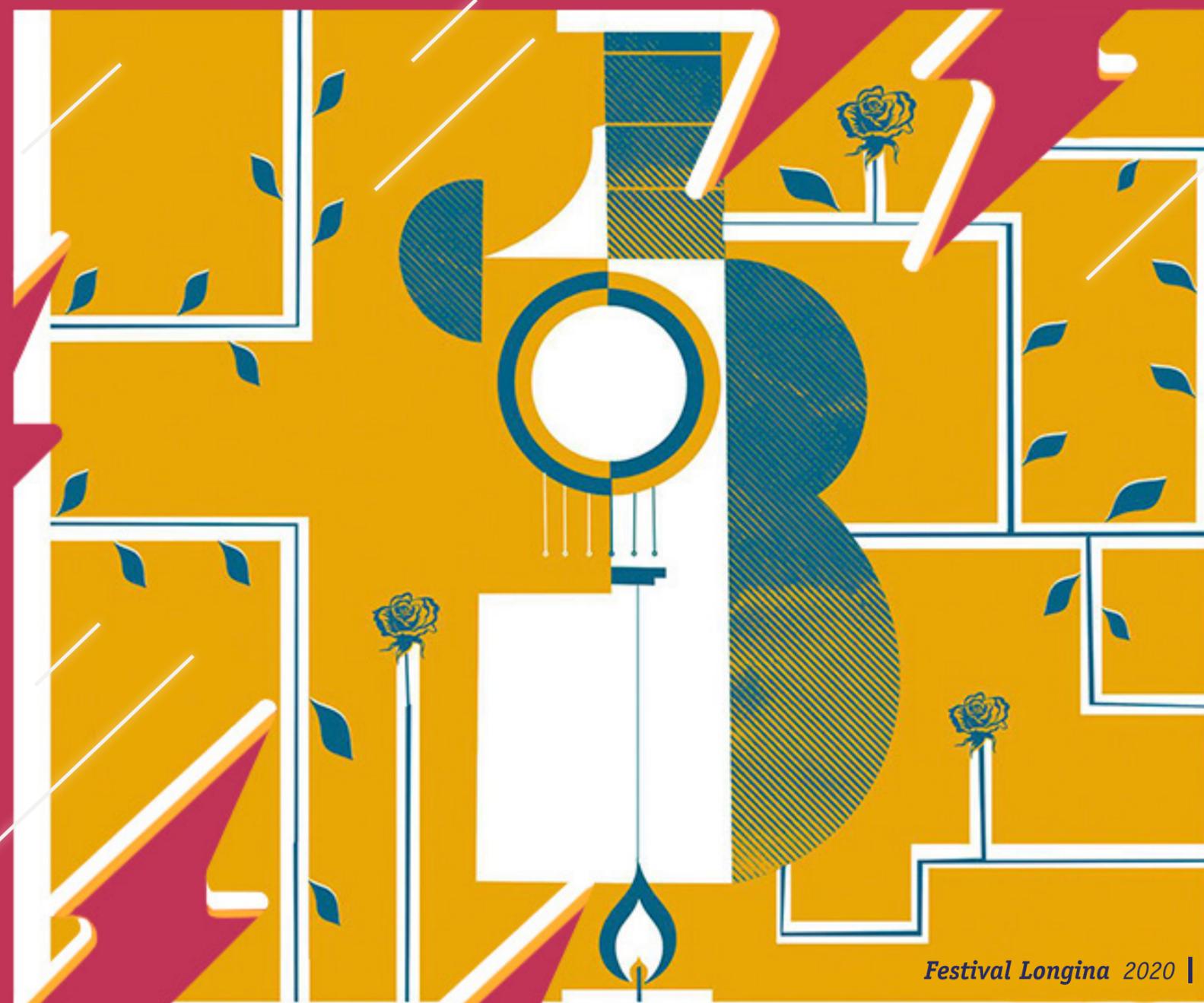
INDIRA HERNÁNDEZ
M. J. SARDIÑAS
GRÁFICAS DE LOS FESTIVALES

Piensa, por un momento, que este no es el 2020 y que todavía la posibilidad de ir a un concierto está sobre la mesa. Imagina que no es octubre, que comienza enero y que, como buenx melómanx, puedes planificarte el año: empiezas por el Festival Longina, en Santa Clara, sigues y tropiezas con el Jazz Plaza, marcas la Fiesta del Tambor, el Festival de la Salsa, el Havana World Music; te metes de lleno en el Festival Internacional de Música Antigua, en el Cubadisco, en el Festival Nacional del Changüí Elio Revé Matos —aunque tengas que buscar la manera de llegar a Guantánamo—, sigues para el Varadero Josone que trae buena rumba, jazz y son; y te detienes en el Patria Grande, porque un poco de rock latinoamericano levanta tu espíritu.

Luego, ya es diciembre, y a quién no se le antoja un buen juego de luces, medio psicodélicas, para bailar al ritmo de la electrónica mezclada con

sonoridades caribeñas. Así es cómo el Festival Eyeife entra en tu calendario que apenas muestra una parte, pequeña pero más visible, de todos los eventos que en él caben.

Pero ahí no termina tu planificación. ¿Cómo podría? Un día te sientas frente al televisor, o abres Facebook, y descubres una promoción “perdida” del Festival de Música Popular “Barbarito Diez”, en Las Tunas, tierra donde la voz de oro del danzón echó raíces. Lo anotas. Más tarde te llega una notificación a un grupo de WhatsApp donde se anuncia que el Festival Nacional de Tríos, en Sancti Spíritus, sesiona desde 1989; que, además, el Festival Rock de la Loma de Bayamo se realiza hace 20 años; que existe el Festival Internacional Pepe Sánchez de Santiago de Cuba, presidido por Eduardo Sosa. Vuelves a anotar. Dejas que la llama de la música crezca, aunque empieza a preocuparte que el incendio se vuelva incontrolable.



En el camino encuentras que a tu ya apretada agenda de festivales cubanos le puedes sumar el Potaje Urbano de hip hop, en Matanzas; el Habana Clásica, dirigido por el pianista Marcos Madrigal; el Encuentro de Mujeres Creadoras Ángel y Habanera, organizado por el proyecto de Liuba María Hevia; el Festival Ciudad Metal de Santa Clara... La lista continúa y se hace interminable, tanto que casi tienes que buscar otro calendario. No te alcanzan las vidas para asistir a cada uno de esos espectáculos. Sin embargo, ahí están. ¡Qué suerte!, dices.

Te empiezas a preguntar entonces cuánto se gasta en la producción, programación y promoción de estos directos a gran escala en Cuba. Y bueno, ya que son tantos, ¿cuántos ingresos generan? ¿Son rentables? ¿Cuál es su convocatoria real? ¿Quiénes lo hacen posible? Siguiendo esa línea de pensamiento te metes en camisa de once varas y vas más allá: ¿son todos estos eventos necesarios? ¿Acaso Cuba sufre el “Síndrome del Festivalismo” y no nos hemos dado cuenta?

Lo que sigue eres tú en un 2020 pandémico, tratando de buscar las respuestas.

Es noviembre de 2016 en La Habana. Es sábado y es invierno. Unos pocos llegan a las inmediaciones de la Tribuna Antimperialista, en el Malecón, cubiertos de bufandas, gorros, abrigos. El Festival Patria Grande ha logrado reunir un cartel donde figuran bandas como Endemia (Costa Rica), Diafragma (Panamá), y las cubanas Tendencia y Stoner, entre otras. La estrella de esta edición es, sin dudas, Ana Tijoux: la voz del hip hop chileno más internacional de los últimos tiempos. Con varias nominaciones a los Premios Grammy, y reconocida en 2014 por la revista *Rolling Stone* como

la mejor rapera en español, ofrece un concierto para menos de un centenar de personas, en un espacio donde caben miles. La convocatoria, esta vez, no fue suficiente.

¿No se enteraron todxs en la ciudad, en Cuba, en el mundo, que la autora de *Antipatriarca* iba a dar un show único y totalmente gratis en ese foro y que quienes llegaran hasta allí serían afortunados?

Según cuenta Sebastián Heredia, fundador y organizador del Patria Grande, al igual que otros artistas que participaron en aquella edición, Anita Tijoux era casi una desconocida para el público en la Isla. “Las corrientes que son masivas en Latinoamérica apenas se escuchan en Cuba. Poner en una misma edición —dedicada a la mujer—, a la Tijoux, más Eruca Sativa, la banda más pujante del rock argentino, y a Andrea Echeverri, y que no vayan miles de personas, es otra muestra clara de que lo que se escucha en la Isla no es lo que se programa en el circuito de grandes festivales latinoamericanos. Pero esto no solo pasó con la Tijoux. En 2018, a la banda Here Comes The Kraken, número uno del metal extremo en la región que al año siguiente cerró Rock al Parque, la conocía poca gente”.

La insuficiente difusión mediática pudo ser uno de los factores en contra de la convocatoria, sobre todo en un contexto como el cubano donde la corriente rock-fusión latina no tiene tantos adeptos como la anglosajona. “El Patria Grande va a necesitar tiempo y trabajo en ese sentido”, afirma Heredia.

Y es que en general la promoción de los eventos musicales en la Isla deja mucho que desear. Mientras algunos festivales encabezan los primeros planos, otros pasan sin penas ni gloria, ya sea por estar condenados al ostracismo mediático por su ubicación geográfica, o por una pobre estrategia de comunicación.

De acuerdo con Eric Domenech, organizador del Festival Ciudad Metal, de Santa Clara, hoy en día “el público apenas conoce con antelación las propuestas por la tardía y pobre difusión”.

Si viajamos a Santiago de Cuba, nos encontramos que el Festival Internacional Pepe Sánchez de esta ciudad, decano del circuito festivalero con casi 60 años de existencia, encara el reto de la permanente actualización de sus estrategias de planificación y distribución para no volverse un dinosaurio en extinción.



| Festival Habana Clásica 2019

Eduardo Sosa, presidente de su Comité Organizador, señala que una de las principales dificultades de la difusión está dada por el absurdo de tener que traer un equipo de televisión de la capital. “De lo contrario, el festival se queda sin cobertura, pese a contar con un telecentro provincial como Tele Turquino”.

Además, reconoce el trovador que muchas veces pecan por desentendimiento, si bien en estos momentos progresan con la contratación de un grupo especializado en servicios de comunicación para aprovechar las herramientas que en este sentido ofrece Internet.

¿Qué hace falta para ejecutar en toda regla una política eficaz de promoción en el país? ¿Disponer de presupuestos? Hacer gastos claro; pero, además, pensar y gestionar creativamente lo que se tiene.

En 2016 Frank Delgado se vistió de director artístico y organizó el Primer Encuentro de Trovadores *Vida, te perdono*, un festival que, aunque “fue un éxito —recuperó la inversión inicial, no generó pérdidas y recaudó un monto de casi medio millón de pesos— nunca más se retomó”, según cuenta el propio cantautor.

La cita —autorizada por el Ministerio de Cultura (Mincult) bajo la condición de que tenía que ser rentable— llenó el Centro Cultural El Sauce, y las ferias de discos organizadas en sus afueras dieron buenos frutos a las disqueras involucradas. No obstante, al preparar la segunda edición, Frank reconoce que presentó tardíamente el proyecto pues no le agradó la propuesta de fusionar su festival a otra celebración; una “nebulosa se generó por cambios en ese momento al interior de la dirección del Mincult y el dinero, además, no llegó a tiempo para pagarles a los artistas; aunque Artex estaba dispuesta a proseguirlo y tomar la batuta bajo la premisa de ‘no ganamos, pero tampoco perdemos’”. Y ahí se quedó.

Este proyecto engrosó la larga lista de buenas intenciones que se han evaporado en el mapa musical de la Isla, por desidia, trabas burocráticas o falta de financiamiento. Este fue el caso del Brutal Fest, el único evento de música extrema en Cuba, a cargo de la Agencia Cubana del Rock, que murió por escasez de recursos, explica su fundador y productor David Chapet, quien en 2018 tomó la decisión de “poner fin a las presentaciones hasta que no les crearan las condiciones mínimas y aceptables a los músicos”.

Festival Les Voix
Humaines 2015

FESTIVAL
LES VOIX
HUMAINES

Pero si hablamos de buenos festivales que han quedado en el camino, se impone mencionar a los organizados por la Oficina Leo Brouwer, eventos que fueron elogiados por la crítica y el público, y cambiaron por completo, y para bien, el panorama de sucesos musicales de primera línea en la capital cubana. El Festival de Guitarra, el Leo Brouwer de Música de Cámara, Les Voix Humaines y el Encuentro de Contratenores del Mundo contaron con el impulso creativo del Maestro y su Oficina, y si estas experiencias cesaron, no fue por falta de consagración de sus creadores.

Así anunciaba Isabelle Hernández, directora de la Oficina, que no convocarían nuevos festivales: “Lo que marca de alguna manera la vida útil de un evento es el presupuesto, el dinero y la disposición de otras instituciones a vincularse, porque solos no podemos trabajar”.

Al hablar con Katherine Gavilán, directora de las jornadas Les Voix Humaines, se esclarecen algunas sombras: “La ausencia de definiciones para la recaudación de fondos siempre ha sido, y fue para nosotros, un gran problema. Por suerte, cuando uno demuestra rigurosidad y calidad es más fácil aglutinar a amigos, a creadores independientes,



embajadas y bancos, convencidos de que estaban poniendo su dinero en una Oficina que trabajaba para elevar la cultura del pueblo cubano. Hay un camino muy largo que deben acabar de atravesar las instituciones en la Isla para disminuir todos los obstáculos burocráticos que ponen. Las fuerzas fueron disminuyendo poco a poco y tuvimos que hacer las paces con la idea de que, quizás, era momento de parar”.

Hablemos además de eventos que, pese a presupuestos no ideales y una estela de problemas organizativos, se mantienen en pie, como edificios apuntalados. Solamente en materia de rock, coexisten —incluso en una misma provincia— varios festivales con diferentes auspicios. La Asociación Hermanos Saíz (AHS), por ejemplo, gestiona ocho de ellos a lo largo del caimán.

En Santa Clara, el Festival Ciudad Metal es resultado del ingenio creativo y espinosos procesos de negociación para cubrir todas las necesidades con el poco dinero asignado.

Maikel Segredo, bajista de la banda de rock SCYTHE, ilustra a través de una cuenta muy básica los gastos en logística: “En audio es solo de 15 mil a 20 mil CUP,

el pasaje de más de 20 bandas de cinco integrantes puede costar 50 CUP, como mínimo, por cada uno. Suma a eso la comida; los cinco o 10 mil que se le tiene que pagar a alguna banda, y calcula que todo esto en un evento al aire libre en el que no se cobra nada. Es muy difícil sostener algo así”.

En ese acto de malabarismo aparece además otra cara de la moneda: lo “flojo” de los carteles. Los casi 20 años al frente del Comité Organizador de Ciudad Metal, convierten a Eric Domenech en una pieza clave para dilucidar otros elementos que han catalizado la decadencia: “Hoy el festival está sacrificando calidad por masividad. Las primeras ediciones se hacían con pocas bandas, pero estas agrupaban lo mejor. Los grupos locales son incluidos por paternalismo, sin alcanzar primero una trayectoria meritoria. Al espectador, más que complacerlo con variedad de estilos, primero hay que respetarlo y educarlo con la calidad”, añadió el también músico de Blinder.

En la escena del hip hop, Pedro Muñoz —director de Potaje Urbano, un festival con una edición de verano y otra de invierno, en Matanzas— dice haber encontrado la fórmula para que la administración económica pueda respaldar, sin contradicciones,

la dimensión creativa en citas de este tipo. Según cuenta, en la misión de buscar un arte rentable y como una vez más la subvención presupuestaria recibida es insuficiente, la gran mayoría de sus gastos corren por firmas de marcas y patrocinios de fondos lanzados por institutos internacionales y embajadas; mientras, la gran mayoría de los artistas extranjeros se autofinancian su viaje y estancia.

Apelando también a otras alternativas, aparece en el mapa el festival Habana Clásica, dirigido por el pianista Marcos Madrigal. Lograr la excelencia de un evento de este tipo puede poner en jaque la creatividad más allá del territorio de la música. Un programa de conciertos de máxima calidad, don-

de confluyan formidables intérpretes de Cuba con probados músicos de todas partes del mundo, demanda en su ejecución una significativa gestión de recursos. “Nuestro festival no es autofinanciado, de hecho, los grandes eventos clásicos de Europa requieren de grandes subvenciones públicas por la envergadura de estos tipos de formatos. Siempre es desafiante buscar los medios para que cada año el público disfrute de artistas que semanas antes estuvieron en el Lincoln Center de Nueva York. Necesitamos la colaboración directa de nuestras instituciones culturales, de *sponsors* privados que ayuden a costear sus pasajes y de aplicaciones de *fundraising* para traer materiales e instrumentos donados”, explica Madrigal.





25
Romerías
DEL 2 AL 8
DE MAYO
EN HOLGUÍN

| Festival Romerías de Mayo 2020

Pero Habana Clásica, junto a un grupo de festivales cubanos homólogos, juega en otras ligas al ser auspiciado por el Gabinete de Patrimonio Musical Esteban Salas; por esa razón cuenta con los beneficios de una subvención amparada por el esquema de descentralización financiera de la Oficina del Historiador de la Ciudad (OHC).

El Instituto Cubano de la Música (ICM) es la instancia rectora, a nivel nacional, de todos los eventos musicales en la Isla, que son distribuidos para sus auspicios entre las empresas del sistema institucional de cultura. Por otro lado, en este esquema tenemos otras estructuras como la AHS que, por su filosofía de funcionamiento gremial, a la vez que se expande su objeto social de libertad creativa se restringe en su objeto económico. En otras palabras: no se les permite aplicar la modalidad del autofinanciamiento para aliviar o sostener sus gastos, ni acciones para incursionar en el turismo cultural.

Así, del total de 151 actividades anuales gestionadas por la organización (61 jornadas y 90 eventos) —donde la música ocupa una muy buena parte— solo las Romerías de Mayo, en Holguín, están diseñadas para financiar el enorme gasto de

producción que su logística supone. Esto nos lo cuenta Marialis Martínez, jefa del Departamento de Programación de la Dirección Nacional de la AHS, quien además afirma que, si bien los pagos por credencial y alianzas con la Agencia de Turismo Cultural Paradiso constituyen los mecanismos que permiten el autosustento de las Romerías de manera excepcional, las cifras hace algún tiempo apuntan a un decrecimiento en la participación internacional en el evento.

Los ingresos que generan los festivales producidos por la AHS no son suficientes para cubrir sus costos, y esta regla aplica para casi cualquier otra estructura del sistema institucional de cultura. Si bien en 2019 la Hermanos Saíz reacomodó fondos para potenciar aquellos festivales con mayor impacto social —según afirma Rey Montalvo, vicepresidente— “el presupuesto aprobado cada año por el Consejo Nacional de la organización apenas es suficiente; por ejemplo, el Longina representa un 30% del total” del dinero concebido por la organización para todos sus festivales.

Sin embargo, el también trovador insiste en que citas como estas hacen que “una vez al año las comunidades de Guantánamo se oxigenen con la Canción



Festival Havana World Music 2018 |

Política”; en Ciego de Ávila, por ejemplo, “esperan el Trovándote para escapar de las propuestas de un centro cultural donde siempre van los mismos y los trovadores no tienen cabida”. Más allá del saldo social que están legando, la mayoría de las obras de los trovadores no son comerciales ni rentables, y no hay búsqueda del crecimiento humano que valga o perdure sin conciliación de la dirección creativa con la administración económica.

No es cuestión de suerte que el Havana Worl Music (HWM), tras varios años de creado, participara en el Programa de Entrenamiento para la Industria Musical de las islas del Caribe, coordinado por el

British Council y la Fundación Green Moon; o que, en medio de este 2020, figure en el primer mapa sonoro mundial en línea de los festivales de música de Oslo World.

Si los éxitos cosechados por el HWM son dignos de reseñar es porque ha encontrado algo de lo que muchos de sus semejantes carecen: ADN. Tener claro el concepto, el público a conquistar, arriesgarse a proponer nuevos artistas, velar estrictamente por la calidad de los espectáculos, son algunos de sus criterios para lograr la excelencia. Pero, ¿cuál ha sido la fórmula económica que le ha permitido obtener buenos resultados, si bien no todos los deseados?

Durante sus primeras seis ediciones, el HWM estuvo bajo la sombrilla protectora del Centro Nacional de Música Popular (CNMP); pero para el 2020 se mudaron de casa, con sombrilla y todo, buscando los auspicios de la Egrem. Las ventajas financieras que podía brindarles el CNMP eran limitadas pues, al funcionar como una empresa de representación subvencionada, no puede manejar los fondos propios que ingresa. Debía entregarlos diciendo adiós a la posibilidad de reinvertirlos en el festival que devendría un proyecto autosustentado.

Amalia Rojas, productora general del HWM, puntualiza otro esquema reciente de financiamiento que les ha funcionado: la realización de fiestas de recaudación que, además de mantener activa la marca, permite resolver el dilema de ingresar dinero para solventar gastos a pagar en efectivo.

Pese a todo lo alcanzado, Eme Alfonso, su directora artística, reconoce que aún no logran ser un festival rentable, porque dependen de unas sinergias con las instituciones culturales cubanas para operar con estructuras de financiamiento flexibles, que no les prohíban comercializar de manera privada o poner a dialogar la venta estatal con la cuentapropista.

Una cuestión adicional es el tema de las sedes. En sus seis ediciones, la *world music* ha sonado en diferentes locaciones —El Club 500, otrora Círculo Social José Antonio Echeverría; La Fábrica de Arte, el Parque Metropolitano, el Salón Rosado de La Tropical—, espacios en los que otros festivales, como el Eyeife, también han encontrado su sede; por lo que es un desafío para los organizadores asentar una identidad propia asociada a una locación.

Otra de las tareas complejas para los organizadores es el *booking* internacional. “Dependemos de la buena voluntad de los músicos que uno invita. Siempre hay soñadores, emprendedores que quieren colaborar con un festival *non-profit*. Decimos Cuba y enamora, aparece la disposición, pues honorarios de 15 mil dólares por tocar una hora resulta algo incosteable para nosotros”, dice Mauricio Abad, director artístico de Eyeife.

Año tras año, tanto el HWM como el Eyeife han demostrado contar con un público fiel, porque como señala Mauricio, prefieren ser coherentes con sus objetivos y hacer un concierto pro-bono “donde prácticamente no cobres y tener cinco mil asistentes, que poner un precio que solo la gente que va a conciertos de reguetón pueda pagar”.

(Dicho eso, lancemos un breve pero oportuno paréntesis de alerta: ¿dónde están los festivales de reguetón en Cuba?).

Si hay un evento a gran escala que ha dado un salto notable en los últimos años ese es el Festival de La Salsa, cuya más reciente edición —también en el Club 500— aglutinó cerca de 20 mil personas diarias. Más allá de tratarse de un tipo de música de grandes audiencias, algo está diciendo la masividad asombrosa de esta cita, precedida por una buena organización que tiene detrás a Maykel Blanco como principal curador y director artístico, a la Dirección Provincial de Carnavales, Paradiso y las agencias de representación artística Clave y Musicalia, de Artex.

El Festival de La Salsa se suma al selecto grupo de citas que han encontrado sus propias dinámicas de autofinanciación, pues según afirma Matilde Valdivieso, directora de Musicalia, generan un significativo monto para cubrir todos sus gastos.

Por supuesto que disfrutar de las orquestas más populares del país en un mismo escenario es la excusa para vender la experiencia completa: clases de bailes afrocubanos o de salsa, una cena de

| Festival Varadero Josone Rumba, Jazz & Son 2019

bienvenida amenizada por El Septeto Santiaguero, o el conocimiento sobre el baile en ruedas de casino de la mano de Adalberto Álvarez desde su casa.

Mientras, el Festival Varadero Josone Rumba, Jazz & Son se consolida en el panorama musical, no solo de Cuba sino de Latinoamérica, como una cita obligada para los mejores músicos de la Isla y la región. Un factor que incrementó la asistencia en su segunda entrega de 2019 fue establecer una entrada para todo el evento en 6 CUC para los cubanos, mientras para los extranjeros era de 10 CUC. Y claro, no podemos olvidar el fastuoso montaje técnico y la minuciosa producción diseñada para, en 28 conciertos, reunir a un arrollador cartel que ha ido desde Los Van Van, Alain Pérez o Gilberto Santa Rosa hasta la peruana Eva Ayllón o embajadores ghaneses del jazz como Weedie Braimah and The Hands of Time.

Con Issac Delgado, su artífice y presidente, buscamos la clave del éxito: “Creo que un festival tiene que ser rentable y así lo diseñamos. Pienso que debe estar al alcance de todos, por eso para que funcione también hay que hacerlo para los cubanos, no solo puramente para el turismo. Desde el comienzo fijamos bien qué tipo de música, a qué público quieres llegar y en qué sitios presentar a los

artistas, y para lograr todo eso necesitas del respaldo de un buen equipo y muchos meses de preparación. Hay que trabajar con mucha planificación y pasión por el público, con amor a lo que haces.”

Teniendo en cuenta estas credenciales, el evento auspiciado por la Egrem despunta entonces como uno de los más prometedores y fuertes exponentes en su puja por un cambio real en la proyección de la música cubana hacia una empresa rentable.

Una palabra aflora, una y otra vez: “rentabilidad”. En busca de ese Olimpo hay varios caminos, como algunos de los actores involucrados han mencionado. Sin embargo, la alianza con el Ministerio de Turismo es una línea a tener en cuenta en el guion de esta larga historia. En Cuba, las agencias turísticas manejan alojamientos, paquetes turísticos culturales y las acreditaciones internacionales de los eventos. Los turistas o interesados en general, para reservar, deben hacerlo a través de un intermediario como Paradiso, por correo electrónico, y no a través de la organización de los eventos, la mayoría de los cuales no tienen herramientas de *ticketing* y a veces ni sitios web propios desde donde se puedan gestionar dichas reservaciones.



El sistema de *booking* de nuestros festivales está en la necesidad urgente de acometer procesos de modernización; de buscar pasarelas de pago y vías para simplificar y estimular la comunicación, para trabajar efectivamente un fenómeno tan relevante y prometedor para el desarrollo socio-económico en Cuba como es el turismo musical de eventos.

Además de visibilizar la riqueza cultural de una región determinada, los festivales activan los recursos que en ella están presentes, actuando como dinamizadores de las economías locales. La propia aplicación en Cuba del modelo de ciudades musicales puede reportar una muy positiva incidencia, y algunos pasos se han dado con la inclusión de La Habana en la Red de Ciudades Creativas de la Unesco, que conocimos gracias al proyecto de cooperación internacional Mincult-Onudi-Koica “Fortalecimiento de la competitividad, desempeño organizacional y capacidad de exportación de la industria musical cubana”.

Yolaida Duharte, su coordinadora general, apunta que el proyecto buscó focalizar aquellos festivales de mayor alcance, diseñar propuestas de actores complementarios como oficinas de

exportaciones y agencias de *booking*, y desarrollar plataformas de *ticketing* para la venta de la programación musical.

Hacia este segmento de negocio están diseñados también los siete festivales que organiza la Egrem: además de los mencionados Varadero Josone Rumba, Jazz & Son y Havana World Music, están Chocolate con Café, Ciudad del Mar, Piña Colada, La Canchánchara y Un puente hacia La Habana.

La disquera más antigua de Cuba es una de las que ha estimulado la exportación del formato “festival de música cubana” como línea de negocio. De acuerdo con su director general, Mario Escalona, al cierre del 2019 la exportación de presentaciones en vivo —en frontera y el exterior— y las ventas de entradas a instalaciones culturales para este fin o festivales organizados por ellos representaron el 82 % de los ingresos totales de la empresa.

Escalona aporta algunas de las estrategias enfocadas en encadenar sus festivales con el turismo: diseño de rutas musicales para el visitante y el sector profesional; estudio de los públicos y contextos para insertar los atractivos de cada territorio; venta anticipada con garantías para los participantes;

| Festival Habanarte 2015



incremento de paquetes con oportunidades de mayor aprovechamiento de festival; y alianzas con entidades cubanas y foráneas, con actores públicos y privados. Si bien se ha avanzado en este sentido, lo cierto es que aún quedan muchos desafíos.

El visitante extranjero llega a Cuba bajo la promesa de una variada oferta musical; pero se le da a consumir la misma experiencia manida, poco atractiva para los tiempos que corren. No es lo mismo trazar una estrategia aislada para un turismo musical enfocado en la personalización de cada destino, que integrar en la programación los atractivos particulares de los territorios de nuestra geografía.

Por ejemplo, ¿se acuerdan del Festival Habanarte? ¿Aquel que prometía, en 2014, entregar “todo el arte de una vez” y que pensaba convertir a La Habana en una de las principales plazas latinoamericanas para el turismo cultural? Para 2017, lo que pretendía ser una hazaña cultural en la Isla, ya no existía más. Y es que, si se quiere priorizar a la capital como un destino ideal, prioricémoslo; pero gestionando bien su visualidad, la personalización de las locaciones y la concepción del espectáculo.

Orientar estratégicamente la industria musical cubana hacia el desarrollo del turismo musical de eventos significa especialización local, perfilar

intereses de mercados, perfeccionar y redimensionar los diseños de promoción existentes y establecer una articulación seria con los productores.

Diciembre de 2019. Semana de la Cultura Británica en la Fábrica de Arte Cubano. Roy Luxford, director de Programación del Festival Internacional de Edimburgo, habla sobre cómo la capital escocesa no duerme cuando esta enorme criatura transforma la tradición en una colosal fuente de recursos. Y uno, que lee esto, no puede evitar pensar en Cuba, en su potencial para hacer algo similar.

Sin embargo, en el escenario cubano, para el Doctor en Economía de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso), Alfredo Carballos, la estructura de funcionamiento del Mincult, donde este producto se basa en la ejecución planificada de recursos presupuestarios, de momento, hace esquivar a los organizadores institucionales uno de los quebraderos de cabeza de los productores: la incertidumbre y el riesgo de perder. Por eso, el también bajista de la banda de rock cubana Tendencia coloca en el debate otras interrogantes: ¿Quiénes actúan como productores? ¿Son empresarios? ¿Existen beneficios fiscales?

¿Cómo inciden entonces esas lógicas no mercantiles en la eficiencia del sector de la industria de la música en Cuba?

Ante esto, la Doctora Tania García, del Instituto Cubano de Investigación Cultural Juan Marinello, considera que una posible solución para aligerar la carga al presupuesto estatal pudiera estar en estructurar un sistema de financiamiento mixto como una modalidad regulada sobre bases precisas y transparentes.

En un país como Cuba —donde es válido aclarar que la entrada es gratis o con precios moderados— tener un circuito de festivales saludable en términos económicos implica identificar y consolidar mercados, canales de distribución, potenciar la movilización de capital, otorgar incentivos arancelarios e impositivos y promover exportaciones. Todo se resume a tomar decisiones y actuar.

En medio de todas estas tramas, existen otras preguntas, igual de complejas y que, llegados a este punto, saltan a la vista: ¿si un artista propone un evento, en principio, este se beneficia de la influencia del artista y viceversa? Pongámoslo de otra forma: si un artista siente la necesidad de

tener su propio festival y se le autoriza, ¿se le estaría concediendo una suerte de nicho de influencia, de espacio de poder?

Hay que empezar a pensar a los festivales cubanos dentro de la perspectiva del comportamiento mundial del consumo de bienes y servicios culturales; situar las miradas en cómo los mercados de las industrias culturales estimulan la creación nacional, el acceso, la diversidad y los procesos de identidad.

Y, por último, ¿qué nos ha enseñado una pandemia que ha sacudido la industria musical y nos invita a reconfigurar sus procesos? ¿Por qué no incentivar el comercio digital desde las plataformas y servicios diversos, incluyendo la realización de festivales y concursos *online*? ¿Qué atención merece la inserción en los mercados del *live streaming* y campañas de marketing asociadas a los productos culturales?

Palabras como rentabilidad, economía de la cultura, conservación del patrimonio musical, política cultural y económica, y turismo musical de eventos están en las repuestas, y aun así parecen ser solo el comienzo. ■



Festival Eyeife 2019

«Ixchel Casado: la música tiene cara de cartel»

DIANA FERREIRO
IXCHEL CASADO

A Ixchel no la conozco en persona. Seguramente hemos coincidido en algún lugar de la ciudad, pero nunca hemos cruzado palabra. Conozco, en cambio, la voz que le sale cuando me manda audios de WhatsApp, una voz de melcocha de fresa, de aquellas que vendían a la salida de la primaria y te chorreaban por la muñeca mientras esperabas la guagua. Ixchel es melcocha de fresa y caballito de mar. Y es música y temperas y lentes de cámaras antiguas, aunque estudie ahora para saber cómo hacer cine con cámaras modernas. Es como esos cofrecitos de las abuelas que guardan lo mismo botones de colores que pequeñas fotos en blanco y negro.

No fueron sus estudios de música ni sus audiovisuales los que me descubrieron a Ixchel, sino una serie que comenzó a publicar en Instagram y que se llama *Tu cara de cartel*. Recuerdo que, además de lo mucho que me gustaron las imágenes, los *hashtags* que las acompañaban me hicieron el día. Entonces fui, de fresca, y le pedí una cara de cartel para mí, que adoré. En algún punto, luego de que Ixchel publicara la cara de cartel de Alain Pérez, vi la excusa perfecta para traer sus colores y la sensibilidad para darle a la música, en su obra visual, una dimensión otra.

El resultado son 10 imágenes que “retratan” a 10 músicos cubanos tan peculiares como la obra misma de esta artista que es también estudiante en Famca y que pareciera ir por la vida ilustrando sus olores y sonidos.



| Arsenio Rodríguez



| Cimagunk





| Aymée Nuviola

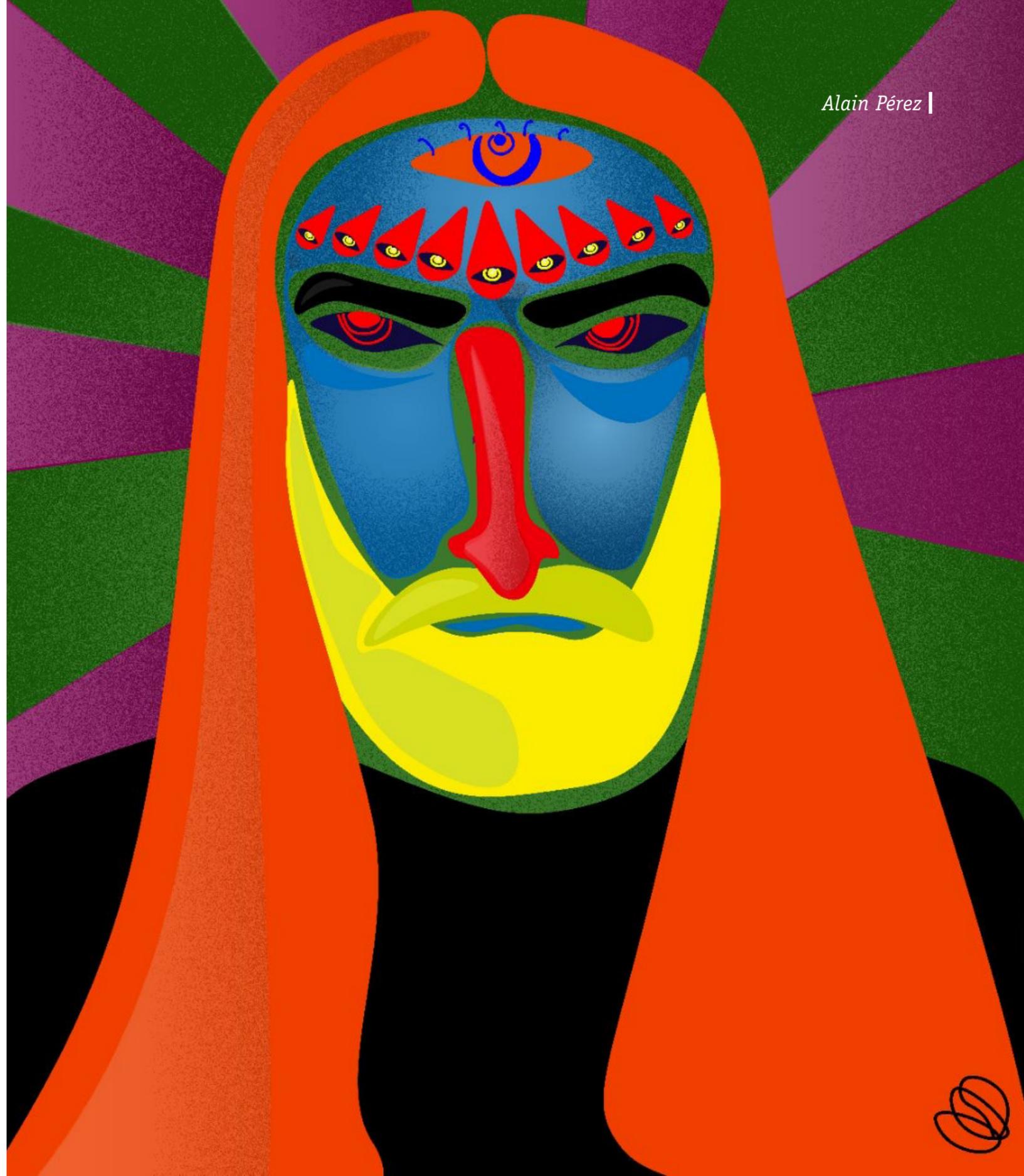


Daymé Arocena |

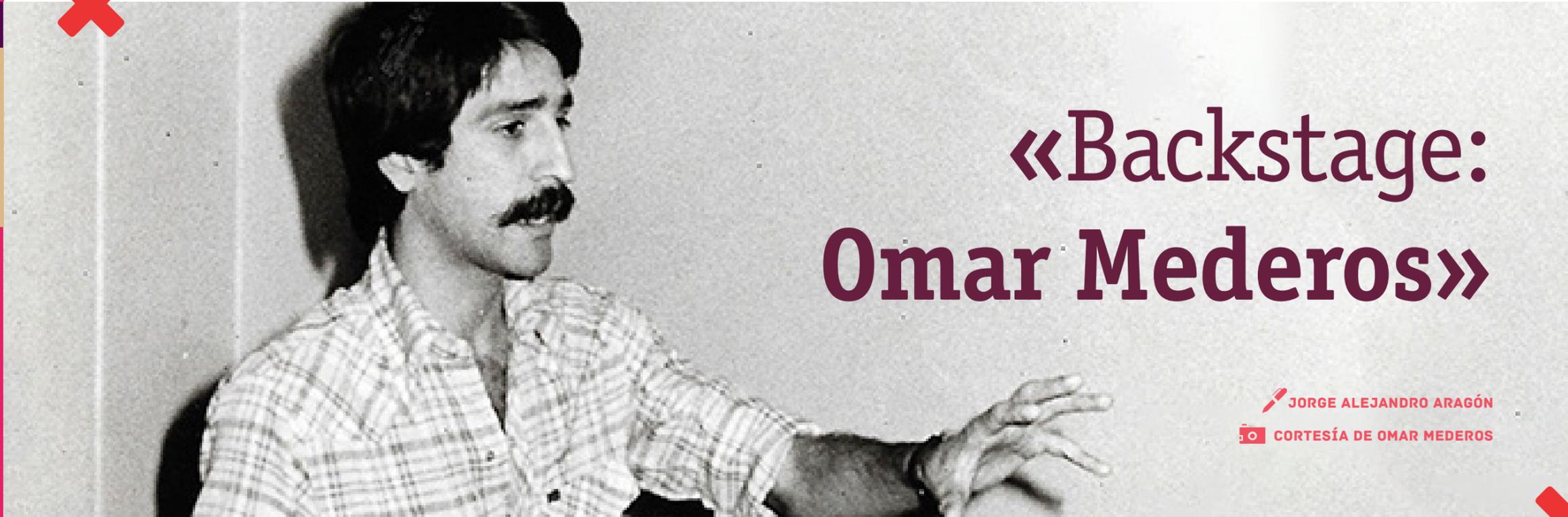




Pepe Gavilondo |



Alain Pérez |



«Backstage: Omar Mederos»

JORGE ALEJANDRO ARAGÓN
CORTESÍA DE OMAR MEDEROS

Hay un tipo afable y conversador que se pasea con regularidad por las oficinas de gobernación en la Ciudad de México. Los funcionarios le tutean con respeto y familiaridad, lo llaman por su primer nombre, Omar. Con su gran nariz, su delgadez de guepardo y la sonrisa con que acompaña una elocuencia que desarma, este Omar, de apellido Mederos, resuelve por costumbre los entuertos burocráticos de una miríada de artistas cubanos que allá se presentan.

Su labor no se reduce a papeleos. Si le preguntan su oficio, dirá que, compinchado con Sareska Escalona

y Tomeguín S.A., lleva más de una década promoviendo la cultura cubana en territorio mexicano. El currículum de esta alianza es una lista de presentaciones de luminarias de la escena cubana que da para alardear. Ya sean los trovadores Pablo Milanés y Silvio Rodríguez, los jazzistas Paquito D´Rivera y Arturo Sandoval; a Omar le cuesta jerarquizarlos.

Es difícil notar la presencia del aporte de Omar en sus trabajos. Como todo buen productor, su talento está en hacer que el arte suceda como un evento natural, espontáneo y que, en el desempeño del artista, las costuras del productor se esfumen.

Omar se involucra en proyectos que eluden los nacionalismos. La transnacionalidad de sus propuestas se ve clara en su debut en México que ocurrió en 2000, en Ritmo Son Latino. Este canal musical de Televisa amalgamaba una programación internacional, con videos y presentaciones de artistas con frecuencia inusitados en la televisión mexicana.

En 2019 colaboró en el esfuerzo que empató a la cantante canaria Olga Cerpa con la Banda Sinfónica de la Unam en México, la Banda Sinfónica de Las Palmas de Gran Canarias y la Orquesta de la Escuela de Música Amadeo Roldán

en La Habana. Omar disfruta que el álbum y la gira de conciertos conecten tantas orillas de aguas emparentadas.

Un dilema común en su vida es escoger entre trabajar con lo que le reporta prestigio e ingresos o producir aquello que le toca el alma pero que a veces no le deja un peso. Sin vanagloriarse, cuenta entre sus logros más recientes el concierto de Chucho Valdés en el Palacio Nacional de Bellas Artes de la Ciudad de México en 2019. Fue arduo lograr que esta plaza reservada para la música sinfónica, el ballet y la danza presentara un espectáculo musical de jazz cubano. Según Omar, el teatro y el artista se merecían el uno al otro.

Omar es culpable también de empeñarse en producir y dirigir shows donde la convivencia de géneros, estilos y épocas no es requisito, sino premisa. Esta preferencia suya por la hibridez en la *performance* se manifestó en el espectáculo *Cuba canta a Lara* en el Zócalo de México, en 2010. Miles de chilangos presenciaron los clásicos boleros del mexicano Agustín Lara en voz de cantantes cubanos tan disímiles como Pablo Milanés, Pancho Céspedes, David Torrens, Kelvis Ochoa e incluso la eterna Orquesta Aragón.



Ocasionalmente, el compromiso de Omar con el arte ha reñido con la supervivencia, pero el arte siempre se las apaña para no soltarlo. Durante su residencia en Venezuela en los años '90, al igual que muchos otros emigrados cubanos también colegas de la cultura, se debatió entre decir orgullosamente “yo soy un profesional” o más humildemente “yo hago lo que sea”.

En esta época, en que “comía cable” tres veces al día, llevaba una libreta con los títulos, y de vez en cuando una breve descripción, de los shows, documentales, películas y otros proyectos que pensaba desarrollar, incluido un concierto internacional en El Salto del Ángel, del que Sting sería anfitrión. Ninguno de esos eventos se dio. Sting todavía no sabe nada y la libreta —tragedia— se extravió.

No obstante, el inmigrante recién llegado se las arregló para producir y recorrer dicho país con el cabaret cubano *De Cuba traigo*. Montó en escena una tropa de músicos y bailarines cubanos y venezolanos que secundaron al trío Ensueño y a las cantantes Canelita Medina y Neiffe Peña.

Entre 1995 y 1996 también organizó una gira imposible e impensable que presentó al cantautor cubano Polito Ibáñez en las más importantes universidades venezolanas y lo hizo conocido entre su estudiantado. En esa ocasión, Omar apenas replicaba el experimento con que participó en el auspicio del lanzamiento en Cuba de Polito y, unos años antes, de Carlos Varela. En la Isla contaba con el apoyo de la Asociación Hermanos Saíz (AHS), de la que fuera miembro fundador, vicepresidente y director de su sede, la Casa del Joven Creador (de 1986 a 1990) y luego, productor general de la AHS de 1990 a 1995. Usó los privilegios de su posición y el concurso de esfuerzos de devotos amigos (y de amigos de amigos, amantes, amantes de amigos, las madres de los amigos, algunas veces los padres, con frecuencia los vecinos, los conocidos y, a ser exactos, la inefable solidaridad de la población en general) para promover artistas de todas las manifestacio-



nes del arte. Bajo su dirección, la Casa del Joven Creador se convirtió en refugio de la bohemia más joven y estéticamente revolucionaria. Pujó por abrir las puertas del recinto a quien lo merecía y no solo a quien más le gustaba. Dedicó el mismo amor a la trova que amaba que a un rock nacional que le resultaba tan enigmático como el arte conceptual y abstracto que colgaba en sus salones y oficinas. Ya entonces tenía claro que la cultura cubana precisaba la constante renovación y diversidad con la que había sido engendrada.

«Como todo buen productor, su talento está en hacer que (...) en el desempeño del artista, las costuras del productor se esfumen»



Desde aquella casa ayudó a concebir el Primer Festival del Videoclip Cubano, realizado en Santa Clara, y el proyecto La Invasión, que recorrió toda Cuba en 1988 con artistas de la AHS. Así concebía la idea de hacer patria, enlazando con arte pueblos y generaciones.

Cuando le preguntan por sus inicios habla del año 1979, de su labor en las relaciones públicas en un festival de música clásica, de un concierto de Silvio Rodríguez. Ha de ponerse en duda lo de los comienzos. Sería más exacto recordar un hogar humilde en el pueblo Remedios. Allí, a falta de mayores aventuras, su madre lo nutrió con historias, canciones, la radio y la mejor televisión en blanco y negro. A diario el hijo vio a la madre costurera convertir el tejido plano en elegante traje tridimensional. De su mano, año tras año, se acercó curioso a observar cómo sus conciudadanos convertían un camión deslucido en fastuosa carroza de parranda. Se enamoró de la fiesta resultante pero también de los laboriosos preparativos. Sin sospecharlo, se matriculó de por vida en el proceso de producir el arte que alegra, anima y hace pensar, volviendo imprescindible la avidez de progreso y renovación. Descubrir más tarde que el talento de un artista es, con frecuen-

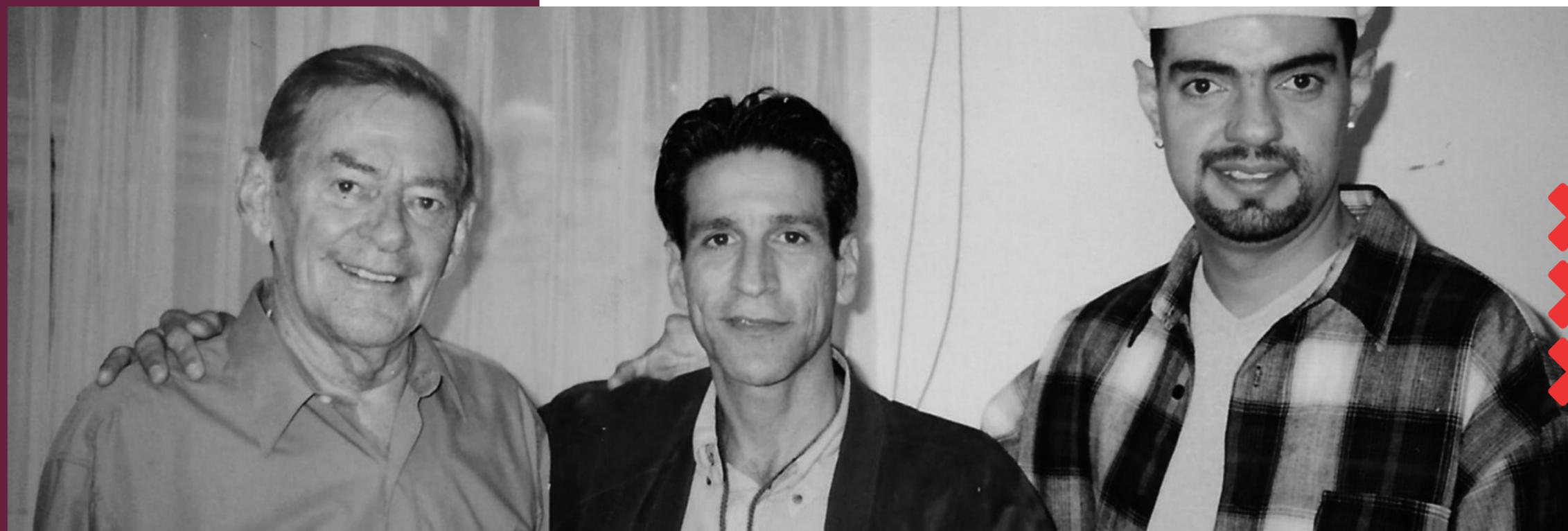
cia, inversamente proporcional a su capacidad para gerenciarse y directamente proporcional a su confianza en falsas promesas de dudosos promotores, lo animó a ayudarlo.

En La Habana, cuando los procesos se trababan, cuando el funcionarismo dominaba, cuando los aliados no lo parecían, agarraba una bicicleta y no paraba hasta dar con el diente de perro de la costa de Alamar. En Caracas, cuando pasaba por lo mismo, fregaba o agarraba una escoba y se ponía a barrer. En La Habana se encabronaba; en Caracas se arrechaba. En México, cada vez más

adolescente, le ruega a YouTube por un milagro o una aparición relajante que se realiza en un video antiguo de Benny More, Rosita Fornés, o el grato descubrimiento de una interpretación de *Quizás, Quizás, Quizás* por Tonina Saputo.

Esta mañana, desde su casa, bien acompañado por su marido amoroso, consigue artistas para festivales y espectáculos *online*. Jura que lo virtualmente posible es el presente y el futuro. Mientras otros planean el retiro, él se empeña en planear cómo hacer que siga la fiesta. Su fiesta. ■

«Sin sospecharlo, se matriculó de por vida en el proceso de producir el arte que alegra, anima y hace pensar, volviendo imprescindible la avidez de progreso y renovación»



«Mozart y Mambo / Sarah Willis»

 PEPE GAVILONDO

 TOMADAS DE LAS REDES SOCIALES DE LA ARTISTA

Es jueves por la tarde, y, como todos los jueves por la tarde, estoy tomando un *break* después de haber ayudado a preparar el escenario de la Nave 3 de Fábrica de Arte Cubano. El calor es sofocante, pero sé que lo que viene vale todo este esfuerzo. Sobre las cinco empiezan a llegar los músicos de la orquesta. Un poco más tarde converso con mi tocayo Pepito Méndez sobre la logística, el programa, etc. Nos reímos. Entonces aparece ella, rodeada de un séquito europeo listo para documentar el concierto. Sarah Willis hace su entrada con una sonrisa que no le cabe en el rostro y casi meneando sus caderas (lo hace mejor que muchos cubanos y cubanas, se los aseguro) al ritmo del jaleo de la nave. El resto de lo que acontece esa noche en F.A.C. puede ser catalogado de histórico. ¡Qué honor, qué placer haber escuchado la premier exclusiva del disco *Mozart y Mambo* (Alpha Classics, 2020)!

Uno no podría desear una mejor combinación de talentos para un álbum. Por un lado, la Orquesta del Lyceum de La Habana, en mi humilde opinión, el mejor conjunto sinfónico de Cuba en la actualidad, dirigido por José Antonio (Pepito) Méndez, de quien ya no puede

decirse que es la promesa de la dirección orquestal cubana. Pepito ha sido el guardián de esta orquesta por más de 10 años y no se ha cansado de dar muestras del porqué. Para esta ocasión especial, se unen, además, tres jóvenes talentos: el trompetista Harold Madrigal, el saxofonista Yuniet Lombida y el pianista Jorge Aragón; estos dos últimos, también arreglistas del proyecto. Por último, la parte cubana hace gala de los Havana Horns, un ensamble de cornos creado dentro de la misma Orquesta del Lyceum. Recuerdo que durante el ensayo del concierto en F.A.C., ya pensaba: “¡Qué clase de talla vamos a ver hoy!”



Por otro lado, la increíble Sarah Willis, nacida en los Estados Unidos, de corazón alemán y alma cubana. Su carrera no ha sido sino un ascenso constante impulsado por su talento, expresividad, musicalidad y carisma, hasta romper una barrera histórica: convertirse, en el año 2001, en la primera mujer intérprete de un instrumento de metal en pertenecer a la Filarmónica de Berlín, una de las instituciones musicales de más prestigio e historia en el mundo. Como casi todos los músicos de esta orquesta, Sarah es una solista mundialmente reconocida. Además, es anfitriona de su propio programa de televisión para la Deutsche Welle, y creadora de los famosos podcasts *Horn Hangouts*, donde presenta a los mejores cornistas del mundo. Pero, les juro, todas estas credenciales son secundarias cuando uno conoce a Sarah en persona. Nada más habría que verla bailando casino con algún músico durante el ensayo para saber que se está frente a alguien demasiado especial, en todos los sentidos.

Es una suerte tremenda que Sarah se haya enamorado de Cuba y su música, pero aún más, que el proyecto de sus sueños se haya podido convertir en realidad. Por esto no solo hay que agradecerle a ella y a su equipo de colaboración europeo, sino también al Lyceum Mozartiano de La Habana, una institución apoyada por la Oficina del Historiador de la Ciudad, la Universidad de las Artes y la Fundación Mozarteum de Salzburgo, Austria. Gracias a ellos podemos disfrutar de este fonograma único en su clase.

La premisa de *Mozart y Mambo* se puede resumir en una frase de la misma Sarah: “Mozart debió haber nacido en Cuba”. Honor de esta

Isla el haber podido contar con Amadeus entre sus artistas, sí; aunque parrandear por las callejuelas de la Habana Vieja y descargar en las primeras tertulias, también le hubiese venido a Mozart como anillo al dedo. Es precisamente con música original del genio de los genios que empieza este disco. Clásico, vaya, para que no haya dudas. Un micro-festival mozartiano compuesto por el *Movimiento de concierto para Corno en Mi Bemol Mayor K.370b*, el *Rondó en Mi Bemol Mayor para Corno y Orquesta K.371* y el *Concierto para Corno en Mi Bemol Mayor K.447*. Pero ese es solo el comienzo del viaje que el mismo Mozart hubiese hecho desde la fría Austria hasta el calor de nuestras costas. Ya en la *cadenza* del rondó Sarah deja ver el destino real del disco, evocando un *tumbao* de mambo. Y al oír un corno haciendo esto, uno piensa: “¡Uy!, lo que viene”.

Tengo que decir, a forma de paréntesis, que nunca me dejo de asombrar con la capacidad de los músicos cubanos de interpretar música clásica al más alto nivel. No es fácil transportarse lejos del calor, la bulla, el *cubaneo*, pero más difícil es la música en sí. Los cinco primeros *tracks* del álbum demuestran el enorme talento que emana del sistema de educación musical de Cuba.

Punto y aparte. Esto empieza a calentarse.

No es la primera vez que Mozart ha viajado a tierras latinoamericanas y caribeñas. En este tipo de proyectos, el peligro de terminar con otro cliché está a la vuelta de la esquina, pero puedo asegurar de que no es el caso de este fonograma. Los principales responsables: los arreglistas.





¿Qué cubano no ha escuchado *Qué rico el mambo*, de nuestro eterno Dámaso Pérez Prado? Joshua Davis, arreglista de esta icónica pieza de la música cubana, nos demuestra con sutileza y simplicidad (los mejores ingredientes), que el corno, tan clásico como se ve y suena, puede ser uno más del piquete. ¡Y mira que lo es! Edgar Oviedo sube aún más la parada con su arreglo de *Sarahnade Mambo* (el nombre es la mejor dedicatoria posible), una parodia “mámbica” del más conocido movimiento de la *Seranata Nocturna* de Mozart. Yuniel Lombida y Sarah Willis hacen un dúo perfecto de donde escapa tanto contrapunto clásico como, bueno... ricura. Un coro de “Amadeo que bueno toca usted” resume esta delicia de pieza donde dos iconologías sonoras se juntan perfectamente en un mismo discurso.

Rondó a la mambo, arreglada en conjunto por Davis y Lombida, nos regresa al *Concierto K.447* que hemos escuchado apenas unos minutos antes. Pero vaya que suena distinto ahora. No hago más que sonreír por lo natural que se oye todo. Me doy cuenta una vez más de que nuestra música popular es heredera indiscutible de Mozart y la tradición musical europea, y el que no lo oiga, que se afine bien el oído... o, mejor, que escuche este disco. “Gózalo con este rico rondó a la mambo”, recita el montuno que cantan los mismos músicos de la orquesta mientras tocan. Y Sarah haciendo lo suyo. Deleite puro.

Los dos arreglos de Jorge Aragón, uno de nuestros pianistas, compositores y arreglistas más brillantes, cierran nuestro viaje cornístico. *Dos gardenias para ti*, tema antológico de Isolina Carrillo, viene hacia nosotros con un aire de banda sonora, un aroma a orquesta de

los años '50 que produce un verdadero placer al oído. En esta pieza, Sarah hace dúo junto al trompetista Harold Madrigal. Elegancia es la palabra que me viene a la mente. Terminar un disco con *El manisero*, de Moisés Simons, podría haber sido un cliché más, pero Aragón y Willis piensan lo contrario. Un arreglo distinto y de calidad superior sirve de plataforma de despedida en la que Sarah toma el barco de regreso a casa, no sin antes despedirse de la manera más adecuada. Corno y trompeta solistas, unidos a una orquesta perfecta, nos recuerdan que, como el mismo Mozart, un buen clásico nunca muere y que nuestras vidas se definen por la música que lleva años, siglos, siendo el pulso universal de todas las generaciones que se suceden.

Termino de escuchar el disco con la misma euforia que tenía al concluir el concierto esa noche en F. A. C. Casi tengo ganas de aplaudir. Este disco es una maravilla en todos los sentidos: música, intérprete, grabación, mezcla y masterización, arreglos, curaduría, etc.. Además, hablando en buen cubano, no hay manera de no descargarle. Es así de simple. La calidad de la solista, el carisma de Sarah Willis, se escucha, se palpa, lo sientes dentro, viajas de Austria pa' Cuba y de vuelta hasta el punto de no saber dónde estás. Pero el mensaje verdadero que me llevo es de cómo la música sigue siendo el verdadero mecanismo universal para el entendimiento. Desde un punto de vista musicológico, es fácil demostrar cómo toda música viene de una misma raíz. Pero son discos como este, son los encuentros de hermandad, los que te demuestran que no es la raíz musical, sino la raíz común de la humanidad, la que hace que la música rompa los límites de las naciones, las culturas, en pos de hacernos pensar como raza verdadera. ■

«Los Champions / Yomil y El Dany»

JESÚS JANK CURBELO
TOMADA DE LAS REDES
SOCIALES DEL DÚO

Encuentro despedidas en casi todas las estrofas de El Dany. Desde el primer tema después del *Intro*. A lo mejor ni siquiera lo son y me lo parecen por todo el misterio de sus últimas historias en Instagram. Por esos post que aparecieron luego donde jugaba con la muerte. Pero tema tras tema su voz me deja con la sensación de estar viendo un filme por segunda vez, sabiendo el final y buscando mensajes subliminales, cosas más profundas que no noté a la primera.

Mensajes para su esposa: “Prométeme que vas a ser fuerte/ que todo va a ser para siempre/ que en las buenas y en las malas vas a estar ahí”; para sí mismo: “Yo no sé mañana si se acaba el mundo, pero hoy voy a ser yo/ voy a vivir a mi manera, sin decir que no”; para nosotros: “Llorar pa’ qué, que le vaya bien solo/ no te hagas más daño, no sigas amándolo”.

Con estas mediaciones en la cabeza siento *Los Champions* (Jungl Yomil y El Dany, 2020) como un disco alante, maduro, un ejercicio de unión en ese mundo reguetonero de ego y discordia. Y también lo siento como un disco triste.

En tantos años juntos, Yomil y El Dany alcanzaron tal grado de afinidad que no parecen un dúo, sino una persona que habla por dos. Superaron el esquema tradicional del dúo de reguetón, que tiene roles: un rapero & un melódico. Y rompieron el diseño corriente de las canciones: rapeo-estribillo-rapeo-estribillo. Nunca predices dónde va a terminar uno para que empiece el otro, ni quién va a hacer los coros y quién va a rapear.



Logrado todo esto, su séptima producción discográfica es una prueba de versatilidad: de cómo encajar, entre tantos estilos, el *flow* de cada uno y el *flow* que forman juntos. “Lo último que nos faltaba por demostrar y convencer”. Acentúo esto: 28 invitados a lo largo de casi hora y media: 24 temas donde, como aseguran en el *Intro*, le hacen saber “a toda una isla y a toda una institución que el reguetón cubano merece respeto”.

La selección de *featurings* es precisa: desde los pioneros Eduardo Mora y Damián The Lion, del grupo Eddy K, hasta Kímiko & Yordy, la última moda del morfa.

Hubiera sido el verdadero *tour* por la historia del reguetón cubano si no le faltaran sus precursores: Candyman, El Médico, Cubanito 2002.

Sin embargo es hermoso el recorrido: la referencia al rey Elvis Manuel en *Brujería*; las figuraciones de casi todos los que marcaron épocas:

Baby Lores, El Micha, El Chacal, Yakarta, Osmani García, Señorita Dayana; la unión de Damián y Norlam, que fueron parte de Los 4; la participación, de los que ahora marcan la farándula: Diván, Chesco, Lenier, Alex Duvall.

Se nota la ausencia de Chocolate y Lobo King Dowa, los que inventaron el reparto. Y no, no se compensa con El Úniko, ni con El Kamel, ni con Un Titico. Se nota la ausencia de Gente de Zona.

Es admirable cómo Yomil y El Dany se acomodan al estilo lírico del Insurrecto, al socarrón de Kola Loka, al melodioso casi R&B de Yulién Oviedo, al callejero de Harryson. Esa prueba de *flow* de la que hablaba.

Clases de rima: “Me la paso fumando to’ el *weekend*/ tengo tres putangas en *speaker*/ por debajo del agua como Flipper/ me avisas cuando Billboard los califique/ cuando tú ibas yo venía, en esto es contando los *tickets*”.

Clases de perreo: “Ella le mete al *dembow*/ rakatán, rakatón/ siempre high, nunca slow”.

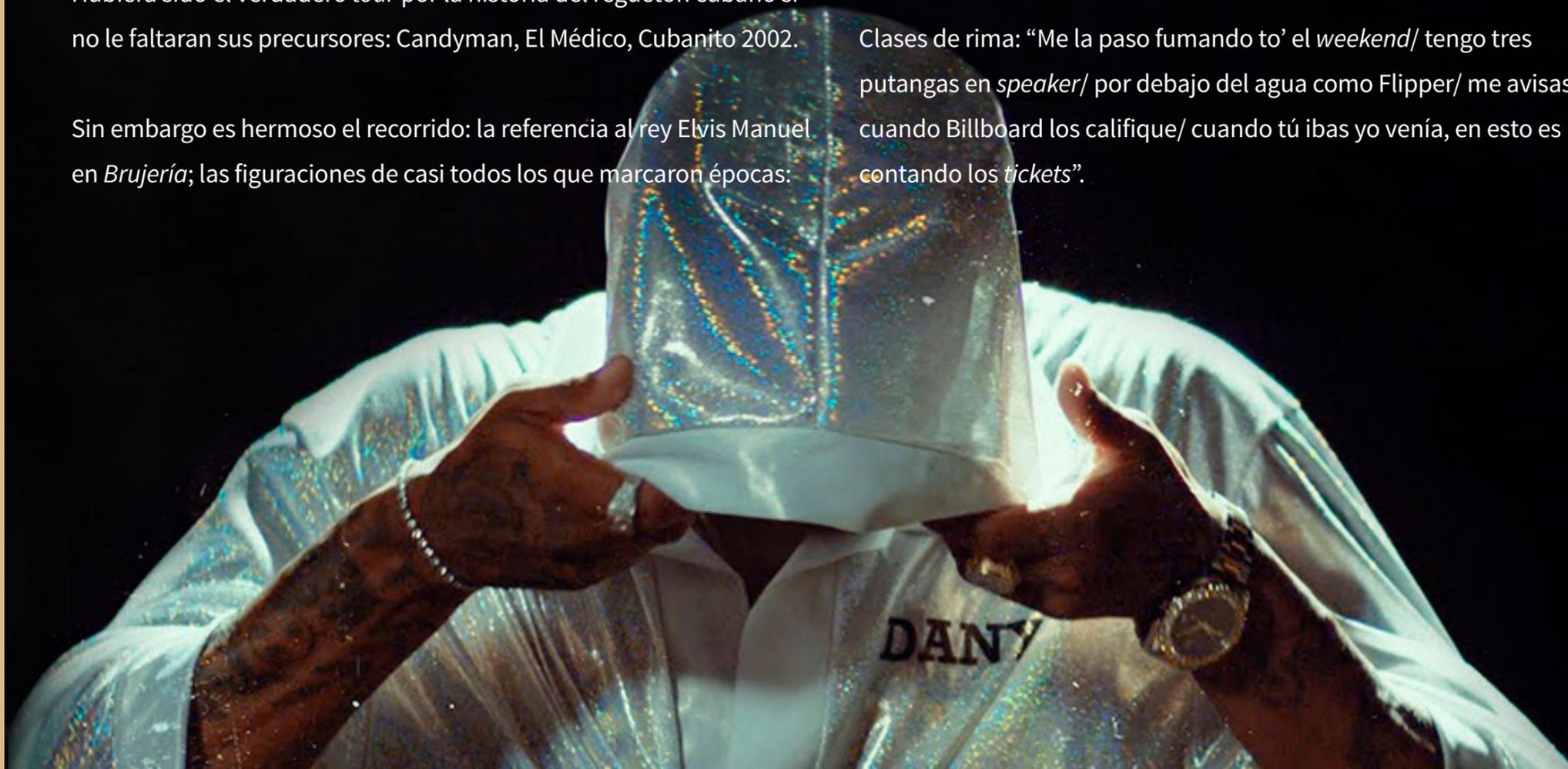
Clases de constancia: “Más me odia, más trabajo/ más trabajo, más me escucho/ más me escucho, más ingreso/ andamos cogidos pa’ eso”.

Expedición al fin, el disco pasa por el *dembow* de toda la vida, morfa, un poco de trap, un poco de kudurazo. Coproducciones de los DJ Unic, Conds, Lucky, J. Cuban, Adriano, Gomeko. De base esa marcha que los distingue, traptón, con DJ Wongk tras las máquinas.

El 19 de agosto, una semana antes del estreno, Yomil anunció que *Los Champions* había alcanzado el número uno en preventas para el mercado latino, por encima de The Mavericks y La oreja de Van Gogh. “Yo sé que él [El Dany] está muy contento porque esto fue lo que nos propusimos, y gran parte de nuestros sueños con este disco ya están cumplidos”, escribió El Nene en Instagram.

A pocas horas de su lanzamiento, el álbum debutó en el primer puesto de Apple Music. Alcanzó la tercera posición en ventas en España, cuarta en Estados Unidos y séptima en Italia. También, según VISTAR, entró en mercados de Alemania, Suiza y Francia.

En estos días donde está difícil la vida y estoy más tiempo en la calle buscando comida que en cuarentena, me encuentro este disco por todas partes. En las colas, en la wifi, en Internet, en cualquier edificio. La partieron, Dany. Yomil y tú son lo más pegado de toda Cuba. Descansa sabiéndolo. ■



«Icono / Orquesta Aragón»

 ADRIANA OREJUELA MARTÍNEZ

 TOMADA DE LAS REDES SOCIALES DE LA AGRUPACIÓN

Yolanda dime que sí inaugura el fonograma *Icono* (Puntilla Music, 2020), con el que la Orquesta Aragón celebra su 80 cumpleaños. Este tremendo son montuno de Beningno Echemendía fue popularizado a inicios de los '60 por el Conjunto Estrellas de Chocolate y trascendió fuera de Cuba, sobre todo, en las versiones salseras de las orquestas de Tommy Olivencia y Broadway —esta última de estirpe charanguera—, si bien en los '80 se incluyó en un disco de Alfredo *Chocolate* Armenteros para el sello Sar.

Aunque desde esta orilla no es fácil descubrir cuál de las grabaciones llegó al África (intuyo que fue la de Broadway), lo cierto es que a lo largo de los años el asiduo público de los aragones en aquel continente abogó por la inclusión del tema en el catálogo de la orquesta, a lo que su director, Rafaelito Lay, accedió. Su retribución a la insobornable lealtad de los africanos hacia el grupo cubano sirvió de paso para continuar el sostenido trabajo con el son en el contexto

de la charanga, rasgo que ha sido uno de los cuños indelebles de la agrupación. *Yolanda dime que sí* se inscribe en la línea de *El trago*, *Chaleco*, *El son del pariente*, *El cerquillo* y muchos otros sones aragoneses “echados pa’ tras” (“machos”, dicen los bailadores), que hoy solo saben tocar algunos conjuntos cubanos bravos... y la Aragón.

Mira a ver quién es, *Quiéreme siempre* y *Juego de qué*, grabadas en 1958, 1960 y 1977 respectivamente, son las tres piezas del repertorio clásico de la orquesta elegidas para integrar este trabajo discográfico de 2020. En todas ellas se advierten sutiles modificaciones al arreglo original: un tempo más “alante” en *Quiéreme siempre* o cambios en la parte final de *Juego de qué*, en donde una tenue atmósfera *timbera*, en complicidad con las guías de *El Indio*, reemplaza la descarga de flauta de la primera versión, tres minutos más larga. Aunque personalmente hubiese deseado que la Aragón incluyera la artillería de mayor calibre que reposa en su abultado catálogo, si el propósito fue



evidenciar que la orquesta —incluso sus integrantes más jóvenes— sabe cómo sonar en clave de los años '50 o '60, el objetivo se cumplió.

Un buen reto en ese sentido podría ser descubrir cuál de las dos grabaciones de *Mira a ver quién es* no corresponde a 1958, y adelanto que en la nueva versión se introducen cambios. Refrescar cada tanto el repertorio emblemático sin trasgredir el concepto esencial de la orquesta, ni el espíritu con que las distintas épocas han jalonado nuevas corrientes es, sin dudas, otro de los rasgos distintivos de la Aragón.

Y a propósito de las formas que traen consigo las distintas épocas —además del songo *Cuando yo pase*— *Aquella chica*, cuarto tema de *Icono*, es una timba de arriba a abajo; concepto que, pese a no ser tan reciente, no ha dejado de constituir un sinónimo de contemporaneidad para las agrupaciones de músicaailable cubana de las últimas tres décadas, al menos hasta nuevo aviso. Por cierto, este número del violinista Dagoberto González Sibore se ha colado por semanas en los primeros lugares del *hit parade* de varias emisoras colombianas, público *aragonero* por excelencia, pero también en extremo ortodoxo cuando de orquestas tradicionales se trata, mientras en Cuba no solo se escucha también en la radio, sino que los bailarines asistentes a la cita mensual de Prado y Neptuno, no dejaron de reclamarlo.

Quizás el secreto de los aragones a la hora de abordar nuevos estilos como la timba, presente con mayor o menor énfasis en los temas ya mencionados y en otros como *80* y *Que me quiten esto*, reside en no perder de vista los ingredientes que han permitido identificar a la orquesta

a ojo cerrado en todas las épocas: coros al unísono en perfecta afinación, sólido empaste del trío de violines, solos de flauta para respetar, o secciones de instrumentos que no tropiezan unas con otras (cosa que agradece el bailarín). Con esos elementos juega Sixto Llorente, *El Indio*, sonero y timbero de cepa, quien introduce un matiz distinto al ampliar el espacio para la improvisación que habitualmente han tenido los solistas de la orquesta, al tiempo que encaja sin el menor esfuerzo en los números cantados a coro, como el arreglo de *Contigo*, de Joaquín Sabina, bolero-cha que pone la nota romántica al disco.

Así, de manera muy limpia y sutil, la Aragón, que en el imaginario de muchos puede parecer una agrupación inmutable, ha actualizado su sonoridad a lo largo de ocho décadas y todavía es capaz de imponer *hits*, hecho que es también otro de sus sellos indelebles y, si no, recordemos *Bajo con tumbao*, en los '80, o *Temba*, en los '90, para solo mencionar dos ejemplos.

La producción de este álbum, recientemente nominado a los Latin Grammys, corrió a cargo de Rafaelito Lay y de su hijo, el también violinista Rafael Lay Sánchez, autor de *80* —composición que celebra este aniversario— y responsable en gran medida del lanzamiento del fonograma en importantes plataformas digitales a fines de mayo, sin que hasta el momento haya un acuerdo de distribución para Cuba.

En *Icono* no hay invitados especiales. Aquí toca la Orquesta Aragón, impecable como siempre ha sido, la que suena en vivo igual que en los fonogramas; genio y figura. ■



OSMANÍ ESPINOSA

N A D A N D O E N A G U A S U R B A N A S

LEANNELIS CÁRDENAS DÍAZ

M. J. SARDIÑAS

CARTEL STUDIO

Cuando se menciona el nombre de Osmani Espinosa en la música cubana, hay una palabra que se asoma, inevitablemente: éxito. Desde sus propias canciones, en las que el pop más romántico encuentra abrigo en la voz de intérpretes como Leoni Torres, Mayco D'Alma, Laritza Bacallao, hasta el liderazgo de La Oficina Secreta, uno de los principales centros de producción y gestión de la escena urbana en la Isla; todo en Osmani huele a éxito.

Pero, ¿cuáles son los procesos de este hombre que juega a ser el Rey Midas de la realidad sonora y contemporánea cubana? ¿Cuál es su *backstage*? ¿Qué hay que tener, o saber, para conquistar eso que muchos añoran y muy pocos logran? Tal parece que tener las cosas claras es la premisa. Al menos eso es lo que se nos revela en esta conversación con Osmani, un día cualquiera de este año pandémico.

Aunque empezaste tu carrera siendo cantante en agrupaciones como Megano y Los que llegaron primero, lo que te hace realmente conocido es tu trabajo como compositor. ¿En qué momento te diste cuenta de que podías escribir canciones de manera profesional?

Siempre escribí canciones, pero no al nivel de saber que iban a ser populares. La primera que tuvo éxito fue *El verano ya llegó* en 2000-2001. Por aquel tiempo pertenecía a una agrupación en la que la mayoría de las veces hacíamos mis temas. Intenté escribir para otras agrupaciones porque esa música que nosotros hacíamos no era ni muy radiada ni muy televisada en aquellos tiempos. Realmente me doy cuenta en el año 2004, que le daba una canción a un solista y esa canción se pegaba, le daba otra a tal agrupación y de pronto se volvía un *hit*. Fue cuando me dije: ‘espera, que quizás me pueda dedicar a esto completamente’”.

¿Qué tipo de canciones te gustaba escribir entonces?

“Disfrutaba hacer sobre todo canciones pop, que tuvieran que ver con la calle. En aquellos tiempos predominaba mucho en el país la música salsa, todo era salsa y timba, y yo era el que hacía lo contrario: pop, hip hop, fusión, pop-rock, baladas. Estaba en ese mundo alternativo-creativo de cosas raras que me gustaba experimentar, y muchos cantantes cogieron varias baladas que yo tenía y las llevaron a la salsa. Entonces me di cuenta de que también podía escribir salsa partiendo de una música romántica. En ese momento escribía cualquier cosa que se pudiera mezclar y fusionar”.

¿Hasta qué punto es determinante para ti, a la hora de componer, el entorno sonoro de moda?

“Soy un compositor que nunca ha querido quedarse atrás. Tengo muchos amigos compositores que si lo que está de moda es el reguetón dicen: ‘por nada del mundo hago eso’, porque lo ven como algo que los denigra o que les baja el nivel. Yo nunca he sido así. Creo que las canciones son canciones, y que en la música $A + B = C$. Letra, letra, estribillo y se acabó. Creo que lo

importante es lo que tú digas, no el género musical que uses.

“Por ejemplo, *El verano ya llegó* vino en un momento en el que lo que estaba de moda era la salsa y yo, sin embargo, no hice salsa. Quise buscar algo distinto. Cuando tú escuchas esa canción es básicamente pop y de pronto viene un tumbao de piano. Al cantar *El verano ya llegó* te percatas de que el coro está sincopado, o sea, que ahí tienes un rasgo musical muy cubano y todo está mezclado. Quizás eso fue lo que le gustó a la gente, que tomó la canción como algo rico y distinto a lo que sonaba entonces.

“Sucede parecido con otros temas como *Que sueñen los tambores*. En ese momento el país estaba saturado de un tipo de reguetón más retro, el que nosotros llamamos ‘reguetón de los comienzos’, y yo entro con un tipo de fusión que era una mezcla de trompetas cubanas simulando la conga con ritmos sincopados y no dejaba de ser urbano por eso. Le pongo la caja y el ritmo de reguetón y le adelanto el tiempo. Cuando en aquel entonces el tiempo del reguetón era negra igual a 90, 93, 95 a lo sumo, yo lo puse casi a ciento y tanto, no se va para una música disco de milagro. Eso a la gente le llamó mucho la atención. He intentado captar rasgos



de ritmos foráneos de moda, porque no me gusta quedarme atrás con lo que pasa en el mundo. Tienes que triunfar en Cuba, pero también tienes que mirar hacia afuera porque somos una isla muy pequeña, no tenemos un gran mercado interno y se hace necesario buscar el internacional. No soy de los que se faja con los ritmos que salen, no soy enemigo de ningún género. El que venga, bienvenido sea, y si me puedo adaptar, mejor”.

¿Cómo es tu proceso creativo: piensas en el artista y construyes un tema o una vez que tienes la canción, buscas un artista a la medida?

“He pasado por todo. En los comienzos estudiaba al artista, su tímbrica, su registro vocal, veía qué le

había funcionado y qué no; estudiaba por qué había llegado a mí para que le hiciera una canción, cuál había sido su mayor *hit*, por qué dejó de tener éxito. Todas esas cosas hay que analizarlas cuando escribes una canción para un artista determinado. En los últimos tiempos me pedían canciones por encargo, con temáticas específicas. Pasé por el proceso también de ir al estudio sin saber incluso qué íbamos a hacer, de construir un *beat* primero y después hacer una canción arriba; igualmente por tener una idea central (que es más la que utilizo hoy en día), saber exactamente qué quiero decir, y sobre eso desarrollo un estribillo y después todo lo demás.

“También me ha pasado que desarrollo el cuerpo del tema y cuando llego al estribillo estoy

en blanco, porque puse toda la fuerza en la primera parte y me quedo sin nada que decir. Esos son los temas que más trabajo me dan. Cuando parto del estribillo y desde el primer momento tengo el coro, todo lo demás es más fácil”.

Entonces, ¿crees que el estribillo es la parte más importante de una canción?

“Sin dudas. Yo vengo de la música comercial, en la que todo el mundo lo que canta casi siempre es el estribillo. Es muy difícil que la gente cante una canción entera de arriba abajo. Casi siempre, sea cual sea el género, a la gente se le pega más el estribillo, los coros. Por ejemplo: en la salsa lo que más canta el público son los coros finales, en la timba igual. En la música pop casi siempre se canta el estribillo, no se le presta mucha atención al resto. Cuando tú pones el coro al principio de la canción, igual tienes que repetirlo más veces. Qué te puedo decir, yo soy facilista en la música”.

¿Te apoyas en algún instrumento para componer?

“Yo ‘machaco’ el piano un poquito para sacar mis canciones, construir los acordes. Aunque en los últimos tiempos me apoyo en el uso de las tecnologías. ¡Hay que estar a la moda! Tengo productores que me ayudan muchísimo, a los que les digo: ‘yo quiero esto’, y ellos me construyen la maqueta en función de lo que busco. Tengo la melodía o una letra en la cabeza y les digo: ‘No quiero que me suene triste, sino alegre. Ponme acordes mayores.

Quiero trabajar en función de este estilo’. Ellos elaboran la base musical y yo después trabajo sobre ella”.

Quedó claro con esta explicación que tú no eres el típico compositor que se sienta acompañado de su guitarra a poner acordes y a construir melodías. ¿Esto quiere decir que no puedes hacerlo así o que no tengas los conocimientos?

“Aunque soy totalmente empírico, la vida me llevó, sobre todo a inicios del 2000, a buscar conocimientos musicales básicos, o sea, a estudiar un poco pero sin profundizar en las técnicas musicales, porque creo que lo que se enseña en la escuela cubana de música no nos ayuda mucho. Mientras más uno se enreda queriendo aprender lo que no es necesario para la calle, más complicado se vuelve hacer un éxito. Prefiero saber lo básico y a partir de ahí desarrollar mis ideas. Estamos en el 2020 y no creo que sean tiempos de componer apoyándose en un piano o una guitarra. Conozco, admiro y respeto a un montón de compositores que trabajan así, pero sinceramente no creo que sea momento de hacerlo de esa forma. Hoy en día la música va muy rápido. Antes se sacaba un tema al año, ahora se saca un tema nuevo cada dos meses, y tienes que estar en constante cambio sonoro”.

Define “cambio sonoro”.

“Experimentar dentro del mundo comercial cada día es más difícil. De pronto hoy está de moda este ritmo con estos acordes, pero dentro de dos meses ya no. Si te encasillas en lo mismo, y tú como compositor no cambias, tu propuesta se vuelve antigua. Hoy los productores son la base de los compositores. En el mundo se hacen campamentos de composición. ¿Y quiénes van? Los compositores con los productores. Se reúnen tres compositores y tres productores, se asigna con quién va a trabajar cada cual, y se van para un lugar apartado, donde nadie los moleste, y tú compones con tu productor al lado. Le sugieres lo que quieres y el productor te va mostrando a ver si lo que él está haciendo es lo que tienes en tu cabeza. Hoy se compone así. Componer ayudándose de una guitarra es parte de la vieja escuela. Funciona y todavía hay quien lo hace, pero es la vieja escuela. Hoy tú como compositor necesitas al lado tuyo uno, dos o tres productores, cada quien con su estilo”.

Con esta explicación puede que se desdibujen o que no queden claras las funciones del compositor y del productor a la hora de crear un tema. ¿Cuál es el papel exacto que juega cada quién?



¿Quién es el verdadero protagonista a la hora de construir un tema nuevo? ¿Qué decide cada uno?

“El compositor decide la letra y la melodía. El productor puede decir que a lo mejor este acorde no va bien con esa melodía y puede sugerir otra. Esa es la función del productor musical o del arreglista, pero el compositor es quien determina la idea general, lo que se va a decir en el tema y la línea melódica que tendrá en base a la producción musical que hizo el productor a partir de lo que tú mismo le sugeriste, en caso de que tú seas, de igual manera, un productor general. Si eres un compositor simplemente, tienes que adaptarte a lo que te haga el arreglista. En caso de que ese compositor tenga conocimientos de producción, puede sugerir hacer cambios al *beat* o estructurar ese *beat* a su manera. Esto es la nueva era”.

¿Cuáles son tus principales referentes musicales y compositores?

“Yo bebí de varios compositores en español, pero había un par de ellos, un cubano y un boricua que se llamaban Donato Poveda y Estéfano Rey, que son geniales.

También escuché mucho a Juan Luis Guerra. Me parecía extraordinario cómo narraba y decía las cosas. En inglés tengo de referencia a Bon Jovi, Aerosmith, Bryan Adams.

“Entre los cubanos si me fuera para atrás, con quien más me siento identificado es con Vicente Rojas. Él tenía unos giros melódicos y una manera de contar las cosas que, en mi opinión, estaban bastante adelantadas a su época. Y, por supuesto, la influencia de Juan Formell, que la tenemos todos los cubanos”.

¿En qué momento llega la música urbana a tu vida y por qué decides direccionar casi toda tu creación hacia esta sonoridad?

“Fue como si yo viera un tsunami. Me paré frente al malecón y vi un tsunami que venía, y me dije: ‘esto va a arrasar con todo’. La gente en Cuba estaba haciendo fuerza, se estaba poniendo rebelde ante ese tsunami que se llama reguetón. Cuando aquello, yo trabajaba con muchos artistas que eran muy populares y les dije: ‘muchachos... hay que hacer reguetón’ y todo el mundo me dijo que yo estaba loco. Todos se fueron a otros lugares, nadie más quiso entrar al estudio.

«me paré frente al malecón y vi un tsunami que venía...»

Una vez más nos quedamos Jay Simons y yo solos, preguntándonos: ¿ahora qué hacemos si nadie quiere hacer reguetón? Yo no quería hacer más la otra música porque entendía que era un momento en el que si seguía haciéndola iba a dejar de ser lo que era.

“Estábamos viviendo en una burbuja que explotaría en cualquier momento, cuando la gente abriera los ojos esto iba a ser reguetón por todos lados. Entonces le dije a Simons: ‘Vamos a buscar reguetoneros. Porque si la gente que nosotros queremos no quiere hacer reguetón, no nos queda otra que buscar reguetoneros’. Levanté la vista y estaba Jacob Forever: ‘mi hermano, por favor, necesito una canción’. Ya él estaba solo, pero a mí me encantaba desde Gente de Zona y empecé a escribir canciones. En el disco de *Hasta que se seque el malecón* hay cinco temas míos.

“Y ahí apareció Divan. Todo el mundo sabe lo que pasó después... Nos volvimos una de las casas discográficas más importantes de la música urbana en el país. Y vuelvo y repito, no es que no haya hecho más el otro tipo de música, es que sencillamente todo cambió.

entienda rápido. Si hay un producto que no entienden, van a escuchar el que sí entiendan y van a seguir. Es así”.

¿Cuáles tú consideras que sean las principales ventajas y desventajas de la escena urbana en Cuba?

“La principal ventaja es el pueblo. A la gente le gusta. Ahora, mirando los grandes medios de difusión en el país, te diría que no tiene ventajas. En cambio, a la música urbana le ha tocado vivir una época que es la de las redes sociales, del Paquete Semanal, de las memorias, la era digital. Eso no le tocó vivir a otra música que en otros tiempos también haya sido censurada como el rock, el hip hop, incluso la música experimental, que al ser ‘no entendible’ era prohibida. A esa gente le tocó vivir una época en la que tenían que entrar por la canalita: radio, televisión, Sistema Informativo, todas esas cosas. A ellos les tocó pasarlo feo. ¿Cómo tú paras la música urbana en la actualidad?

“Te voy a poner un ejemplo muy claro. Chocolate está prohibido donde quiera. Está prohibido hasta en el Paquete. Pero cuando Chocolate saca un tema —que para la gente que lo consume es

bueno—, el tema se vuelve popular, imparable. De memoria *flash* en memoria *flash*, de redes sociales en redes sociales, sin promoción ninguna. Eso te demuestra que se está viviendo otra época, regida por el gusto popular. Porque tú dices: ‘si Chocolate se pegó así, ¿por qué no me puedo pegar yo que hago pop-rock?’. Esa gente no se pega porque sencillamente el público cambió, su oído cambió.

“Hay algo dentro del fenómeno de la música que es súper interesante y es que existen momentos mágicos, tendencias. Todos estamos oyendo algo, aunque sea música mala, y la tendencia es lo que todo el mundo escuche, e inevitablemente vas a creer que eso es lo que está bien. Es lo que sucede con la música urbana buena, mala o regular, eso es lo que está sonando, lo que la gente está escuchando. Para ellos el otro tipo de música no es que sea buena o mala, es que no les interesa porque no es la que oyen. Para la gran mayoría del público de hoy esa otra música no existe. La escucharon los padres, los tíos, pero no la generación de ahora. Hoy las condiciones están dadas para que lo que guste sea la música urbana. Hasta que no se invente otra cosa, no hay manera de irle en contra, porque lo urbano muta. El rock es rock, el pop tiene sus variantes, pero...lo urbano muta.

“A partir del hecho de que la célula rítmica del reguetón es muy fácil, ellos van mutando acorde a las necesidades. Y los grandes exponentes están buscando variabilidad en los ritmos para darte material nuevo, cambiarte la sonoridad y dejarte marea’o”.

Esto que me comentas de esa constante búsqueda sonora en pos del cambio, ¿crees que sea algo pensado o te parece que surge de forma espontánea, natural?

“Para los grandes creadores de música urbana como Daddy Yankee y J Balvin, es algo natural. Los grandes productores como Sky, Diplo, Major Lazer y otros, siempre están innovando porque el que encuentre algo nuevo, ese es el que gana. Por ejemplo, J Balvin es un creador que con cada canción te sorprende. Cuando tú piensas que va a seguir un camino y todos le caen atrás, él coge otro. Siempre está solo en su liga, como Daddy Yankee. Nunca te van a saturar el mercado, ni ellos ni sus productores. Ellos van a coger una música africana que escucharon donde tú menos lo imaginas y la van a usar a su manera. Van a coger un *sample* de los años ’70 y lo van a modernizar. Hasta que no surja algo totalmente distinto el fenómeno de la música urbana no se va a acabar.



“Son camaleónicos. Y mientras las disqueras estén generando ingresos con esto, no va a ser del interés de ninguna de ellas lanzar a otro artista de cualquier otro género que no le vaya a resultar interesante, que no vaya a representar la misma cantidad de ingresos”.

Como bien decías hace un rato, La Oficina Secreta se ha convertido en el principal centro de producción y gestión de la música urbana en Cuba. ¿Qué crees que le aporta a la escena urbana del país?

“La diferencia nuestra con otras productoras, y tal vez el principal aporte, está en la manera de trabajar los textos. Intentamos que nuestras canciones tengan textos más pensados, un sonido más elaborado”.

¿A qué te refieres cuando hablas de sonido más elaborado? ¿Qué diferencia tiene tu sonido con el de la Célula Music, por ejemplo?

“A mi entender la Célula Music es el ejemplo perfecto de la urbanidad en Cuba. Yo digo que ellos inventaron esto aquí, aunque antes

estuvieron Nando Pro, El Jerry. Quizás los de la Célula no fueron los pioneros, pero cuando se centró el negocio fueron los dueños de todo. Para mí son un paradigma y siempre serán el número uno en la música urbana en la Isla. Por lo tanto, yo no puedo hacer lo mismo que ellos hacen. Hay que ser distintos.

“La diferencia que existe entre nuestro producto y el de ellos está en el tipo de canción. Nosotros tenemos un producto urbano, pero tal vez con una pizca más de pop, con letras más cantables para todos. Nosotros no bajamos al *underground* profundo. Tenemos un producto más refinado, incluso en cuanto a sonido. Estudiamos un poco la sonoridad internacional. Por ejemplo: el cubano cuando mezcla y masteriza, le gusta sentirse más alto que los americanos. Nosotros no. Aquí intentamos tener los niveles que deben ser, para que la bocina no sature, para que no moleste a la gente que escucha los temas. Se estudia más el concepto sonoro. Pensamos más los textos. Intentamos no hacer canciones que sean totalmente censurables, pueden tener cositas censurables porque existe todo tipo de público, pero por lo general, intentamos que sea un producto libre de censura.



“Cuando buscas un estudio de música urbana *underground* ellos [Célula Music] son los perfectos, pero, cuando vas a allí, sabes que tu prioridad u objetivo no puede ser salir en la radio ni en la televisión. Yo mantengo ese romanticismo de pensar que la televisión aún es importante. Sobre esa base, buscamos la diferencia. Creamos un producto más global porque pensamos que las personas de 30 y 40 años también tienen derecho a canciones urbanas que les entren por el oído y les resulten agradables”.

«la generación entre los 15 a 21 años, que se detiene a descubrir música, nuevos artistas, ese público no saben quiénes son los compositores que me decías, incluyendo a Pablo y a Silvio»

¿Podemos hablar entonces de un sello estilístico-musical propio de La Oficina Secreta?

“Totalmente. Aspectos en la mezcla, textos cuidados, más elaborados que en otros productos urbanos. Además, me busco productores que sepan un poquito de música. Que no sea solamente poner acordes por instinto. Intento llegar al término medio, no pretendo que tengan muchos conocimientos, pero sí necesito que sepan algo”.

¿Por qué no quieres que tengan todos los conocimientos musicales posibles? ¿Te supone una barrera a la hora de crear tu producto?

“Sí. Porque entonces dejaría de ser música urbana, y pasaría a ser una música elitista y estilizada, y eso no funciona. Para lograr un producto urbano bueno, exitoso, tiene que haber un límite en esos conocimientos musicales que posea el productor. Si tienes el conocimiento entonces me vas a decir: ‘aquí vamos a poner un acorde de 13na y 7ma. Mira esta 9na que linda se siente’. Y eso no puede ser, porque el público que consume esta música no entiende. No lo comprende porque no es un público musical. Es un público más interesado en el ritmo, y con una forma de escuchar que no está preparada para esa información”.

Entiendo que con el paso del tiempo el contexto social varía y con él, el público y su manera de entender la música o cualquier proceso artístico. Pero, por ejemplo: en movimientos como el del filin, compositores como César Portillo de la Luz o José A. Méndez, con sus 9na, 11na, 13na, eran súper escuchados y admirados, y su música se consumía sin problemas. ¿Por qué crees que ahora un producto así no es comercializable?

“Muy fácil. A mí me puedes hablar de Silvio, de Pablo, de César Portillo, pero la nueva generación no sabe quién es ninguno de ellos. No tiene idea de nada”.

Sí, pero el público que consumía esas canciones y a esos compositores, tampoco sabía quiénes eran ellos hasta que se hacían populares, precisamente porque su obra gustaba.

“Era un público que consumía lo que tú le dabas. La radio te daba eso, la televisión te daba eso. Por lo tanto, su oído estaba preparado para escuchar esa música, la entendía perfectamente. Y tú le preguntabas a alguien de esa época y te decía: ‘si eso lo ponen en la radio y la televisión es porque es bueno’. La audiencia de hoy tiene la capacidad de elegir lo que quiere oír. Hoy las personas se conectan y

escuchan lo que quieren escuchar. El público en la actualidad no es musical. Hoy te dicen ‘esto es lo que quiero oír y punto’. Muy fácil. Además, el mundo va muy rápido. Yo te puedo asegurar que la mayoría de ese público que más consume música, que es la generación entre los 15 a 21 años, que se detiene a descubrir música, nuevos artistas, ese público no saben quiénes son los compositores que me decías, incluyendo a Pablo y a Silvio”.

Hace un rato lo mencionabas y ahora yo te pregunto: ¿qué crees que le aporta Jay Simons a La Oficina Secreta?

“Jay Simons es ‘el productor en jefe’ de La Oficina Secreta. Es quien le da el sonido, los matices tímbricos que distinguen el producto de La Oficina. Cada productor debe tener la capacidad de saber qué timbre le pega a cada canción que hace. Ese es Jay Simons, quien permite que el producto terminado sea el correcto. Durante los últimos años también hemos trabajado con otras personas, buscando abrir el panorama sonoro. Creemos que hay que tener un productor exclusivo para que rectifique todas las cosas, para que dé el toque o acabado final, pero igual hay que nutrirse de otros. Uno no puede cerrarse, hay que explorar”.

¿Cómo escoges a los artistas que integran tu catálogo?

“Lo primero es una mirada triste. Para mí los artistas tienen que tener algo en los ojos, un aura especial. La mirada triste significa que tienes un buen corazón y que todo puede funcionar. No me gustan las personas con egos muy altos. El artista tiene que ser luchador, tiene que haber demostrado por sí solo que vale la pena. Esas personas que se sientan y esperan a que tú le hagas todo, eso no me gusta. Uno tiene que luchar y que batallar. La Oficina Secreta no se creó porque alguien vino y me dijo ‘aquí tienes todo para hacerlo’. Fui aguantando los golpes de la vida y echando pa’ lante. El artista de La Oficina tiene que tener espíritu guerrero, y después tiene que gustarme a mí.

“Es importante que los cantantes sean afinados, aunque eso me lo critican todavía. Hay personas que tienen éxito y no son afinadas. Dentro del punto de vista del negocio es bueno trabajar con ellos porque te aportan otra cosa. Pero me gusta que afinen, con talento natural y que sean nobles, porque la nobleza funciona con el público.

“No tengo prototipos físicos establecidos. Yo puedo trabajar con cualquier físico. No soy de quienes los buscan bonitos. Solo necesito que no te parezcas a lo que ya tengo, sobre todo tímbricamente. Si ya tengo a Divan, para qué quiero otro igual. Me gusta trabajar cualquier tipo de estilo, siempre que te muestres distinto”.



¿Tienes restricciones legales o económicas para poder manejar La Oficina Secreta?

“Económica ninguna. Hacemos las cosas como se puede. Si un producto interesa y lo quiero hacer, se busca el modo y se hace. Ahora, legal... Quizás tenga en cuestiones promocionales. El país no te apoya”.

¿No te apoya por ser un espacio independiente, o por ser defensor de la música urbana?

“No apoya a los urbanos en general. En mi caso no me ha golpeado tanto porque nosotros lo hacemos todo de la manera correcta. Mis artistas tienen empresa, trabajan en público, las letras de sus temas normalmente no son censurables, por lo que se les permite tener algún espacio en la radio y en la televisión. Pero entonces veo otros artistas que hacen lo mismo y que no reciben ningún tipo de apoyo, sinceramente no sé por qué. Y para nadie es un misterio que la música urbana en este país tiene miles de restricciones.

“Yo pienso que ellos se acostumbraron a eso y viven su vida feliz. Y entiendo que la televisión cubana no pueda poner ciertas cosas que no están

dentro de los límites de la censura, porque es así en todos los lugares del mundo. Pero hay veces que escuchas cosas maravillosas que no te las ponen y no se entiende el motivo. Esa es la única traba real”.

Cuando observamos el producto musical y audiovisual de La Oficina, realmente no se advierten grandes diferencias de estilo o calidad con muchas propuestas de artistas que hoy encabezan las listas de éxito a nivel internacional. ¿Por qué ningún artista de La Oficina se ha insertado en el mercado internacional?

“Todo es cuestión de disqueras. Fíjate que los artistas cubanos de mayor inserción en el mercado internacional son Gente de Zona, y todo fue a través de disqueras. Muchas veces se insertan en ese circuito aquellos artistas que están con las famosas *majors* que no son más que las grandes productoras como Sony, Universal, Warner, y algún independiente que se escapa, que de pronto da un golpe, el cual se debe a que casi siempre las *majors* no han querido el producto o se les escapa de las manos y hacen una carrera en ese circuito. Aunque luego siempre van esas *majors* a comprar el producto.

“Los artistas cubanos, tal vez por estar dentro de Cuba en un mercado cerrado, casi ninguno está con las grandes compañías. Ha habido algunos que en un momento determinado han dado un golpe con un tema como *Hasta que se seque el malecón*, de Jacob, y de pronto los firman. Pero esa es una tarea muy complicada. Nosotros aquí estamos solos luchando entre todos y es muy difícil entrar en ese circuito. Fíjate cómo Gente de Zona, a pesar de tantos años de éxitos en Cuba, no entra al gran circuito hasta que no fusiona con Enrique Iglesias, que pertenece a una de estas *majors*, después con Marc Anthony, también de unas de estas compañías. Entonces se puede ver el engranaje que te lleva a estar en esa sopa. Si tú no estás ahí es muy complicado, a menos que tu producto por una casualidad se dispare y se haga viral. Ha habido casos como el de Osmani García con *El taxi*, que de pronto algo pasó y se volvió viral el tema, a la gente le gustó, el tema se disparó y se coló.

“Quizás con una Cuba diferente... El mejor momento de Cuba vino con el restablecimiento de las relaciones con Estados Unidos. Cuando Obama visitó la Isla, los números de la música cubana (nosotros supervisamos los números de ventas de los artistas, de las visitas en YouTube)

se dispararon de una manera impresionante. Y de pronto vino otra calma, y todas las cifras empezaron a bajar súbitamente luego del enfriamiento de estas relaciones. O sea, que habría que analizar otros factores que van más allá de lo musical para ver por qué La Oficina, o por qué ninguna música cubana, urbana o no urbana, llega a los planos internacionales que mencionas. Los pocos artistas cubanos que tienen ese tipo de visibilidad es porque están vinculados a ese circuito, de lo contrario no pasa nada”.

¿Qué crees que le aporta la música urbana a la música cubana en general? ¿Perdería algo la música cubana si desaparece la música urbana en el país?

“La música cubana siempre ha sido muy rica, con reconocimiento a nivel internacional. Hemos sido pauta en diferentes géneros musicales, la salsa, el mambo, el son. Pero llegó la música urbana, que no solo aparece en Cuba, sino en el resto del mundo. No es solo cubana sino mundial. ¿Qué le pasa al mundo si de pronto desaparece la música urbana? Eso es lo que hay que preguntarse, no qué le pasa a Cuba.

“Yo pienso que, si desaparece la música urbana en Cuba, la gente escucharía lo que fuera másailable, más rítmico. Hoy la música urbana representa a Cuba en el mundo entero, aunque a muchas personas les duela reconocerlo.

“Hoy la música se traduce en números. Tú ves orquestas insignes de este país a las que sencillamente les tocó vivir la era digital pero no se adaptaron y no les va bien. Cualquier cantante urbano, aunque sea desconocido sube hoy su producto a una plataforma digital y tiene más escuchas, más visitas en YouTube, seguidores en Instagram, Spotify, Facebook, que los grandes baluartes de la música cubana. ¿Por qué? Porque esa gente no se adaptó al modelo de hoy, a la mayoría de ellos no les interesó.

“Tú ves que todos los artistas urbanos tienen broncas entre ellos y viven peleando. La diferencia real con los exponentes de otros géneros es que esa gente no hace sus problemas públicos y el urbano sí. Pero te puedo asegurar que existen problemas y diferencias en todas las escenas. Si te fijas bien, la mayoría de esa gente no colabora, para ellos el colaborar profesionalmente no es una práctica común, el ego que se vive en esas escenas aún es más alto que el de los artistas urbanos, quienes, por lo menos, entienden que hacer música es un negocio, y se unen porque saben que es bueno para este.

“Cuando tú dices Cuba en el mundo, los cubanos siempre van a pensar en Los Van Van, Celia Cruz, Compay Segundo, pero el resto no. Cuando el mundo piensa en Cuba te van a decir Celia Cruz



y Gente de Zona. Aunque nos duela, es así. El público joven tiene otra perspectiva. Si la música urbana desaparece no pienso que musicalmente Cuba sufra una pérdida, porque aquí hay mucha música buena para darle al mundo. El problema está en que esa música buena hoy solo la conocemos y nos interesa a los que estamos aquí, porque no se exporta al mundo, no es viral”.

¿Por qué crees que hay un rechazo tan grande por parte de las instituciones hacia la música urbana?

“En mi opinión ese gran rechazo es única y exclusivamente porque hay que rechazar algo. Como mismo en otros tiempos se rechazó el rock y el hip hop, hoy se rechaza el reguetón. Entonces, lo que sucede es que en Cuba tienes que rechazar algo. Últimamente se rechaza lo que está de moda, lo que la gente quiere escuchar. Si suena medio foráneo o suena extraño se rechaza. Mañana viene un género nuevo y será rechazado. Yo vi una vez una entrevista de Formell en la que él explica que cuando cambió el formato en Los Van Van y no siguió la formación instrumental convencional de las orquestas de aquella época, le costó trabajo ser aceptado. En Cuba el rechazo a lo nuevo se ha



vuelto algo normal. Los urbanos dicen: ‘ellos se lo pierden’, porque la música urbana hoy es de las más comercializadas en el mundo. Yo espero que algún día eso cambie”.

Justo estos días miraba un documental dedicado a NG La Banda y el fenómeno de la timba, y cuando veía las imágenes de las personas bailando en La Tropical, no pude evitar encontrar ciertos puntos en común con el reguetón repartero: elementos en la forma de bailar de las personas, la proyección escénica de los cantantes, la manera de cantar algunos coros. ¿Consideras tú que el reparto puede ser una especie de mutación de un género tan cubano y tan valioso para nuestra cultura musical como la timba? ¿Se puede entender el reparto como un producto reguetonero puramente cubano?

“¿Qué es el reparto? La clave de guaguancó con rítmica y base electrónica, melodía y letra. Yo creo que el reparto ha venido a sustituir a la timba. La necesidad del pueblo cubano de experimentar la timba se perdió en los últimos años y el reparto vino a decir ‘yo también tengo lo mío’. El nexo está en la manera de cantarlo, en la guapería, en que salen de la calle, en el empleo de la clave.

“Los exponentes de este género normalmente son artistas muy de la calle, con muy bajo nivel cultural, prácticamente sin estudios, y eso a las instituciones que representan los intereses culturales del país no les conviene; por lo tanto, los exponentes reparteros no tienen el apoyo que deberían tener. Lo que sucede es que quienes nos dirigen no acaban de ver que ese reguetón que tanto rechazaron, hoy es la salvación para no oír este otro producto que es más agresivo y que quieren aún menos, que es el reparto. El reguetón que ellos rechazaron hoy es súper lindo, con unas letras bellísimas, y los que están haciendo el reparto es sacando la marginalidad a la superficie. Entonces les surge un nuevo enemigo.

“Dentro del mundo urbano, el reparto y el reguetón no se unen, no se llevan bien. Los reguetoneros con más experiencia dicen: ‘yo no canto eso’, en plan ‘yo no bajo ahí’. El reguetonero fino ve eso como algo denigrante, pero el repartero dice cuando piensa en el reguetón: ‘yo no puedo llegar allí’. Existe una especie de jerarquía que no les permite mezclarse del todo. A veces se fusionan, se tiran, se reconcilian... Pero casi siempre lo que pasa es que el que está arriba es el que baja a hacer el reparto, pero el repartero casi nunca sube a hacer el otro reguetón. Los que están a un nivel más alto dicen:



‘yo voy a bajar a hacer reparto para seguir pegando, pero no le voy a dar el chance a ese de que venga a mi territorio’.

“Hay una entrevista mía de hace algunos años donde avizoraba: ‘las instituciones están preocupadas por el reguetón, y ellos no saben lo que les viene pa’ arriba, una cosa ahí que se llama reparto, una versión cubana del reguetón, que es por lo que debieran preocuparse’. Entonces yo veía venir ese fenómeno que está pasando y que no lo va a parar nadie”.

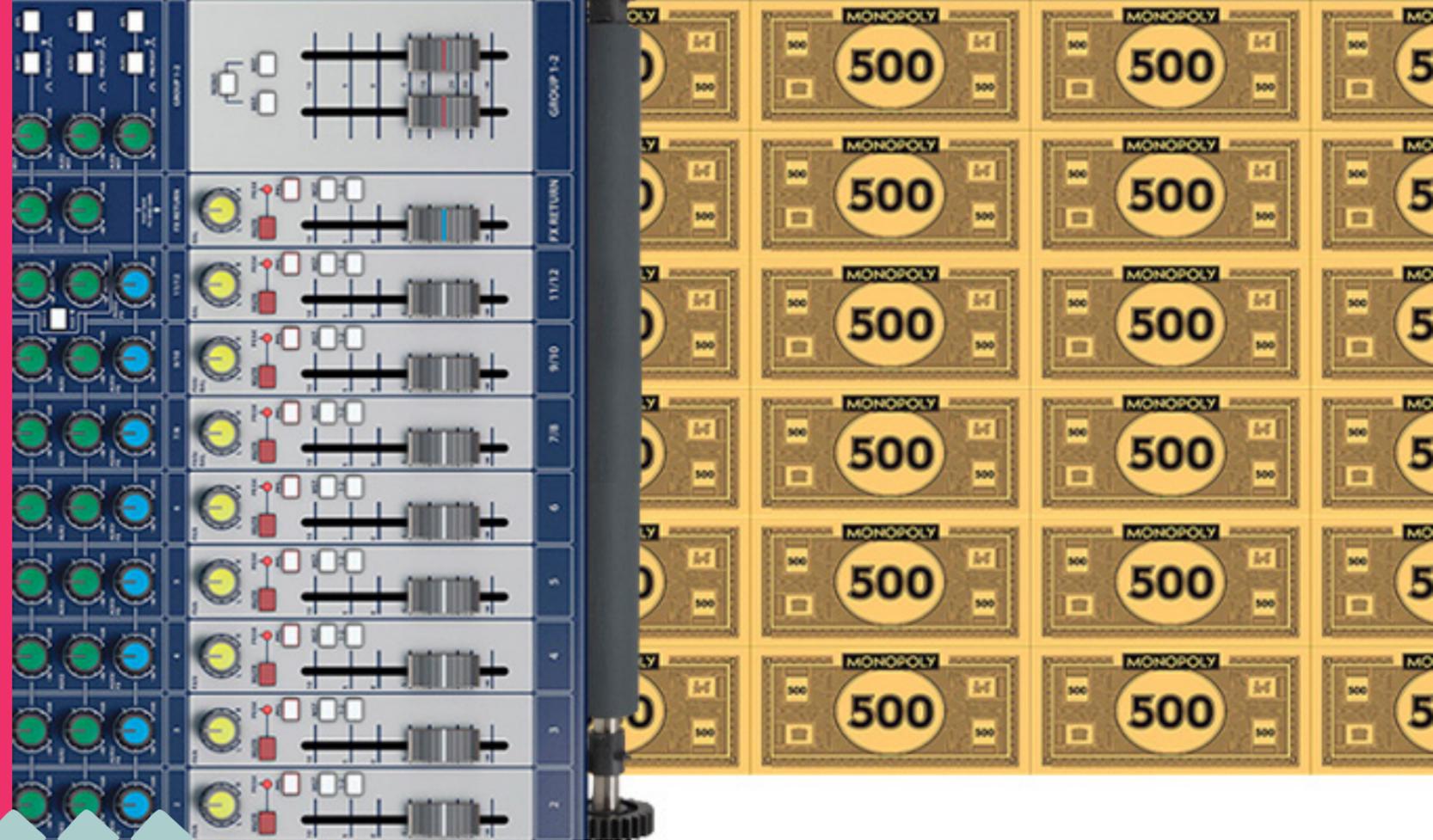
Entonces, a nivel conceptual, ¿se puede considerar el reguetón como “género madre” y al resto de las expresiones reguetoneras como variantes genéricas?

“Totalmente. El origen real del reparto no se conoce. Muchos dicen que es una variante que viene de Santiago de Cuba. Chocolate dice que lo inventó él. Todo el mundo quiere atribuirse su creación. Para mí es algo que viene de más lejos, de África y que lo cantan los africanos. Aquí le incorporaron la clave, hicieron su mezcla de elementos y salió lo que tenemos hoy. Para mí es un género riquísimo, donde hay canciones muy buenas”.

¿Cómo valoras la salud actual de la música urbana en Cuba? ¿Qué crees que pasará dentro de cinco, 10, 20 años?

“La salud de la música urbana en Cuba es muy mala. No logramos trascender, no llegamos a otro nivel. Cada día es más difícil hacer un éxito fuera del entorno musical cubano. Todos los grupos han bajado sus números en ventas, en visualizaciones, y te estoy hablando antes de la COVID-19. Vamos a tener que trabajar fuerte para volver a levantar el género. Estamos cansados auditivamente. La salvación está en encontrar nuevos exponentes, nuevos representantes. Hay que volver a enamorar al público con otro tipo de artistas, además de seguir con los de toda la vida.

“Otro problema son las redes sociales, que no ayudan. Los famosos *haters* lo hacen más difícil. Todo lo que tú sacas lo critican, te atacan, lo mezclan con política. Han cogido al género urbano como bandera de una posición política determinada. Si tú eres urbano tienes que manifestar tu postura política a través de tu música. No se dan cuenta de que la música es arte, y el arte no tiene bandos, no asume posturas en ese sentido. Para mí eso es lo peor que le ha



pasado a la música urbana. Tienes el apoyo de unos o de otros en dependencia de lo que digas. No todo el mundo ha tenido la suerte de ser Leoni Torres que no se mete en nada y a todo el mundo le gusta. Este tipo de polémica está marcando al género, es el punto de atención y lamentablemente nos estamos olvidando de la música. Ese creo que es el principal problema que tiene hoy la música cubana. Si no entras en ese tipo de debates te critican porque dicen que no te manifiestas. Esto va de hacer música, no manifiestos políticos”.

Me llama mucho la atención lo cómodo que te sientes con el término “comercial”. ¿Qué encierra el concepto “comercial” para Osmani Espinosa?

“Adoro ser comercial, esa es mi bandera. Yo vengo del pop y eso es ser popular. Dependiendo de cómo lo mires comercial es: en lo musical letras interesantes, no facilistas. Canciones que tengan una temática agradable, que no mucha gente haya tocado el texto, pero que melódicamente sean muy fáciles de memorizar y cantar, con acordes muy sencillos y repetitivos. No me interesan los poemas ni las

metáforas en las canciones. *Un asiento no es la combinación de la madera disfrazada...* no, eso es un asiento y punto, no hay que darle más vueltas.

“Te voy a poner el ejemplo de Bad Bunny. Él triunfa porque dice las cosas como son. Hace 50 años atrás a nadie se le ocurriría decir las cosas que él dice, y mucho menos como las dice. Pero este era el momento para decirlas de forma directa, y así lo hizo. Dijo lo que le daba la gana y no le importó. Y como dijo algo que nadie se atrevía a decir, a la gente le pareció interesante. Y ya tú ves... se comió al mundo. El primero en su género que lo hace de esa forma. He ahí la gracia, y es que hoy, lo diferente es lo que triunfa.

“Al final hoy todo es comercial, porque todo se comercializa. Hay gente que piensa: ‘Yo hago mis canciones para mí, para escucharme yo’. Y entonces llaga alguien y le dice ‘Compadre, me gusta eso. Tengo una disquera y me interesa comprarlo. Te voy a dar 5000 dólares’, y olvídase, que va a vender el tema sin dudar. En ese preciso momento se comercializó, se volvió comercial. Entonces, toda la música es comercial.

“En cuanto a estética pasa igual. Si tú cuando vas a cantar al King Bar o al Mío & Tuyo te vistes igual

que cuando estás en tu casa, sabes que no vas a tener la misma aceptación. Cada lugar tiene su estética. Cada artista tiene su visualidad. No todos podemos vernos iguales. Cuba perdió el concepto estético entre todos los artistas. El artista no se puede autocensurar. Si un cantante tiene que ponerse un cuerno de unicornio en la frente y salir así al escenario, lo más probable es que en el mundo entero la gente le descargue por lo diferente de la propuesta; aquí en Cuba lo van a ridiculizar y a criticar. Eso pasa porque nos hemos autocensurado durante años. Perdimos la noción de la estética y de lo que realmente queremos vender. Si tú eres gordo, por qué eso tiene que ser un problema, si al final cantas bonito, vas a enamorar a todos con tu voz. Da igual cómo seas. A lo mejor lo que llama la atención de ti es que eres el único gordo que canta. Tenemos tanto que estudiar”.

¿Qué quiere vender Osmani Espinosa como compositor? ¿Qué quiere vender La Oficina Secreta?

“Cualquier tipo de arte, pero que sea comercial. Vender discos, canciones y hacer que ese producto sea viral. Quiero que el público cante las canciones, que sean himnos, que en cualquier lugar que estés la gente hable de La Oficina Secreta”. ■



Dirección: Rafa G. Escalona

Dirección Editorial: Lorena Sánchez

Consejo Editorial: Mayo Bous, Darsi Fernández, Diana Ferreiro, Rafa G. Escalona, Yoana Grass, Lorena Sánchez, María José Sardiñas, Rafael Valdivia

Dirección de Arte: Mayo Bous, María José Sardiñas

Comunicación: Bonus Track

Ilustración de portada y contraportada: Robertiko Ramos

Colaboradores:

Jorge Alejandro Aragón/ Jennifer Ancízar/ Leannelis Cárdenas Díaz/ Cartel Studio/ Ixchel Casado/ Jesús Jank Curbelo/ Pepe Gavilondo/ Indira Hernández/ Duchy Man/ Rosa Marquetti/ Robertiko Ramos/ Legna Rodríguez Iglesias/ Eileen Sosín/

Agradecemos a nuestros mecenas:

Iroko Alejo, Vivi Alfonsín, Alejandra Aguirre, Arema Arega, Juanjo Berdullas, Mery Cruz Guzmán, Mauro Di Deus, Manolo de los Santos, Carlos Escalona, Daniella Fernández, Arassay Hilario, Xenia Reloba, Eduardo Silva.



fundación **sgae**



 [magazineampm](#)

 [magazineampm](#)

 [magazineampm](#)

 [magazineampm](#)

www.magazineampm.com
info@magazineampm.com