



Otras maneras de creer en algo. Adrián Socorro

**Universidad de Matanzas
Carrera de Periodismo**



Trabajo Diploma en opción al Título de Licenciada en Periodismo

Título: *De la idea a la forma: Matanzas, una ciudad turística*

Tema: Reportaje multimedia sobre la galería-taller en Matanzas y sus atractivos turísticos

Autora: Diana Rosales Plá

Tutor: Lic. Gabriel Torres Rodríguez

Co-tutor: MsC. Raúl Martínez Rodríguez

Matanzas, 2019

Declaración de autoría

Yo, Diana Rosales Plá, declaro ser la única autora del Trabajo de Diploma *De la idea a la forma: Matanzas, una ciudad turística*. Por tal motivo y por las facultades que me son otorgadas, autorizo a la Universidad de Matanzas y al telecentro TV Yumurí a hacer uso del producto comunicativo con el objetivo de promulgar el conocimiento sobre la importancia de la galería-taller del artista para el turismo de ciudad en Matanzas.

Agradecimientos

A mamá, por introducirme en el mundo de las bellas artes;
a papá, por enseñarme eliminar los límites del pensamiento;
a Rey, por tolerar mis locuras en momentos de crisis;
a mis hermanos, porque involuntariamente me obligan a ser su ejemplo, a levantarme;
a Hildita, por mantener la ilusión y la inocencia a pesar de los años;
a Ani y Lola, por empujarme a terminar y alejarme de la procrastinación;
al resto de mis compañeros, por acompañarme en esta etapa de la vida que no regresa;
a mis viejos amigos, a los que se quedaron y a los que dijeron adiós;
a Ercilio Vento, por su confianza, por sus lecciones;
a Raúl, por su paciencia;
a Gabriel, por su conocimiento y dedicación;
al resto de los profes, por discutir hasta el cansancio;
a Gustavo, por su ayuda desinteresada;
al Departamento de Comunicación por estar a disposición de sus estudiantes;
a los pintores matanceros, a los escultores, a los fotógrafos, a todo aquel capaz de crear arte, porque alivianan las cargas de la vida y nos insertan en el mundo de los sueños.

Dedicatoria

A la pintura por sus colores, a la escultura por sus formas, a la fotografía por sus instantes... al artista que llevamos dentro.

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo la producción de un reportaje multimedia que muestre las potencialidades culturales de la galería-taller en la ciudad de Matanzas, en el marco de la declaración de la urbe como destino turístico. Su realización responde a la necesidad de mostrar los atractivos turísticos y las ventajas económicas y culturales que reportan las galerías-taller de los artistas. En el desarrollo de la investigación se emplearon diferentes métodos teóricos y empíricos, destacándose el dialéctico-materialista como método rector. En correspondencia resultó esencial la aplicación de la revisión bibliográfica, la triangulación metodológica y de fuentes, así como también la aplicación de técnicas de obtención de datos como la entrevista semiestructurada y la encuesta por cuestionario. La realización del producto multimedia tributa a la academia pues vincula los conocimientos adquiridos sobre periodismo audiovisual, radiofónico e hipermedia.

Abstract

The present investigation has the objective of producing a multimedia report that shows the cultural potentialities of the gallery-workshop in the city of Matanzas, within the framework of the declaration of the city as a tourist destination. Its realization responds to the need of showing the tourist attractions and the economic and cultural advantages that the artists' galleries-workshops report. During the development of the research different theoretical and empirical methods were used, highlighting the dialectic-materialist as a guiding method. Correspondingly, the application of the bibliographic review, methodological and sources triangulation as well as the application of data collection techniques like the semi-structured interview and the questionnaire survey were essential. The realization of the multimedia product pays tribute to the academy as it links the knowledge acquired on audiovisual, radio and hypermedia journalism.

Índice

Introducción	1
Capítulo I Marco teórico	7
1. Internet y la World Wide Web: Periodismo y transformación	7
1.1 Interactividad.....	9
1.2 Hipertextualidad	11
1.3 Multimedialidad	12
1.4 El reportaje multimedia: imagen...audio...video	13
1.5 Un destino para el turismo	17
1.6 Matanzas como destino	19
1.7 El taller del artista.....	23
1.8 <i>TV Yumurí</i> en el espectro mediático	26
Capítulo II Marco metodológico	28
2.1 Tema	28
Problema de la investigación	28
2.2 Objetivos:	28
2.3 Justificación del tema	29
2.4 Premisa	30
Clasificación de la investigación.....	30
2.5 Campo de acción y objeto de estudio:	31
2.6 Tipo de diseño.....	31
2.7 Definición de la categoría analítica.....	32
2.8 Fuentes de información	34
2.9 Métodos	35
2.10 Técnicas.....	36
2.11 Población y muestra.....	37
Capítulo 3 Resultados de la investigación	39
3.1 Desde la galería-taller	42
3.2 Destinatarios o público meta y niveles de recepción.....	45
3.3 Institución Comunicativa	47
3.3.1 Rutinas productivas.....	48

3.3.2 Redes sociales en <i>TV Yumurí</i>	48
3.4 Del proceso de producción del reportaje.....	49
3.4.1 Investigación y realización del reportaje	49
3.4.2 Confección del guion multimedia	51
3.4.3 Programación.....	52
3.4.4 Equipo Multidisciplinario.....	53
3.4.5 Medios técnicos y software empleado en la realización del reportaje.....	53
3.5 Rasgos formales y de contenido que caracterizan el reportaje	54
Conclusiones	60
Recomendaciones	61
Bibliografía	62
Anexos	67

Introducción

Desde los primeros pasos de la humanidad, el hombre ha sentido la necesidad de plasmar en múltiples formatos su historia. Inicialmente, la intención mítico-religiosa era el motivo de lo que hoy se conoce como pinturas rupestres, pero en cuanto los menesteres espirituales aumentaron en la incipiente sociedad, la tradición se convirtió en arte.

Uno de los elementos que rápidamente se pudo apreciar fue el valor de la obra y su volubilidad. No existe un medidor exacto para determinar cuan comercial puede resultar una escultura o un trozo de arcilla moldeado por las manos del artista. Sin embargo, el registro pictórico de las distintas civilizaciones constituye un aspecto relevante para conocer las costumbres, los modos de hacer, pensar, vestir y la cosmovisión de determinados grupos humanos.

Llegado el siglo XIX, las personas de todo el globo comenzaron a sentirse atraídas por conocer el arte de los distintos pueblos y se comenzó a gestar el cimiento de lo que hoy se denomina turismo especializado. Por ende, se sentaron las bases para el establecimiento de ciertos destinos turísticos de renombre a nivel internacional.

Uno de los epicentros de ese interés artístico de los visitantes foráneos giró alrededor de los museos donde se comercializan obras. Pero el ciudadano mundial se sintió atraído por el proceso de creación, por observar cómo nace la pieza y la teatralidad que se desarrolla en torno a esta.

Uno de los lugares mejor posicionados dentro del país durante los albores del siglo XIX, a la par que surge esta tendencia dentro del turismo, fue la ciudad de Matanzas. La urbe llegó a poseer uno de los puertos más importantes en la comercialización de azúcar de toda Cuba. Ello atrajo influencias económicas de varias locaciones que se transformaron en parte de la cultura local y conformaron la identidad del matancero. Pero la urbe comenzó, durante los inicios del siglo XX, a menguar en su esplendor. La importancia económica que poseía se redujo y se convirtió en un lugar poco relevante que

“prácticamente era un parche en el mapa” (Orozco, 2019) de la isla. Al acercarse el aniversario 325 (12 de octubre del 2018) de la Villa de San Carlos y San Severino de Matanzas, el Ministerio de Turismo (Mintur) en la provincia decidió declararla destino turístico. Uno de los atractivos singulares de esta ciudad cultural lo constituyen sus galerías-taller, espacios personales de carácter público que se integran en la urbanización y le aportan mayor interés al entorno ciudadano.

Dada la actualidad del tema, no existe dentro de las investigaciones realizadas en opción al título de Lic. Periodismo un informe referido al tema. De hecho, el propio proceso de construcción del destino turístico Matanzas y su posicionamiento en del mercado mundial se encuentra en sus primeras fases de desarrollo. Dentro del ámbito mediático tampoco existe un producto comunicativo que aborde la galería-taller como atractivo para los visitantes foráneos y nacionales en el marco de la remodelación de la urbe.

La presente investigación se centra en determinar cuáles son las potencialidades de la galería-taller local para el turismo de ciudad, por ende, puede arrojar datos de interés para el gobierno local sobre los beneficios económicos y culturales que se derivan de la existencia de estos espacios y ofrecerles visibilidad en los medios de difusión masiva del territorio. De esta forma, las agencias de viajes radicadas en la provincia pueden determinar incluir en de los tours por la ciudad recorridos que incluyan la visita a estos centros de producción artística donde es posible interactuar con el creador. De ahí que el objeto de estudio del presente informe, es decir, el aspecto de la realidad sobre el cual la autora indaga para ofrecer solución al problema científico lo constituye la galería-taller, lugar de fusión del atelier tradicional y de las salas de exposición. El campo de acción se centra en las potencialidades de estos para desarrollar el turismo en la urbe.

El objetivo general es la realización de un reportaje multimedia que refleje estas potencialidades de la galería-taller para incentivar el turismo de ciudad y para ello fue necesario establecer una serie de objetivos específicos en torno a dos vertientes: investigativos y comunicativos.

Dentro de la primera categoría se estableció caracterizar el contexto en que surge y se desarrolla el taller del artista en Europa, Cuba y en particular, en la ciudad, así como también explicar las ventajas artísticas y económicas de este medio no estatal de comercialización del arte para creadores y para el turismo de ciudad y describir el destino turístico Matanzas atendiendo a los principales atractivos turísticos del centro histórico. Desde el punto de vista comunicativo se pretende mostrar al público la importancia de la galería-taller como atractivo turístico y cultural, resaltar el rol de los artistas locales en la difusión de la cultura local y nacional y promover el desarrollo de los mismos.

El presente informe se acoge a la clasificación de tesis para la producción pues se centra en obtener resultados con un basamento científico que contribuyan a la realización de un producto comunicativo final. Este tipo de estudio se propone la obtención de información relacionada con la producción intencionada de mensajes destinados a un público meta que permitan la realización de un reportaje multimedia.

Se encuentra regida por la perspectiva cualitativa porque utiliza herramientas especializadas para la obtención de información sobre cómo los integrantes de la muestra interpretan e interactúan con un fenómeno cultural y económico, cómo se manifiestan emociones y sentimientos alrededor de este y pone a prueba la capacidad de observación del investigador. En este caso, se busca determinar cuáles son los atractivos del espacio de creación artística en vivo para captar la atención del público extranjero que visita la ciudad, teniendo en cuenta aspectos como la diversidad cultural que la galería-taller brinda a Matanzas y su rol en la transmisión de los valores distintivos del arte cubano.

Por su finalidad es de tipo aplicada pues los propósitos y resultados están encaminados a la resolución de problemas concretos y para proporcionar informaciones precisas destinadas a la futura toma de decisiones. De hecho, el reportaje final tiene como objetivo brindar datos sobre las potencialidades de la galería-taller para el desarrollo del turismo de ciudad en Matanzas. Además, por su temporalidad es transversal al centrar el estudio del fenómeno en un momento histórico dado, es decir, en los momentos actuales que coinciden con la reparación y remodelación de parte de la infraestructura de la ciudad de Matanzas y de su reconocimiento como destino turístico.

Según su profundidad se clasifica como exploratoria-descriptiva porque persigue la recogida de información preliminar sobre un fenómeno escasamente abordado dentro del ámbito cultural y económico cubano y provincial. Así también procura servir de base para fundamentar hipótesis posteriores e investigaciones que profundicen el tema.

A través de la investigación se busca demostrar que la galería-taller del artista constituye un atractivo turístico importante para la transmisión de la cultura local y nacional y para el desarrollo del turismo de ciudad de Matanzas.

Resulta necesario esclarecer que la galería-taller actual posee su génesis en el atelier del artista, surgido en Francia durante el la Edad Media. Este era concebido como un espacio privado donde el creador producía su arte. Sin embargo, la modalidad de galería modifica el taller tradicional y lo convierte en un centro expositivo. La categoría de análisis para el presente informe fue concebida de la siguiente manera: se entiende por potencialidad cultural la fuerza, poder o capacidad de la que dispone una entidad, unidad económica, institución, actividad o persona de transmitir la cultura local o nacional, los modos de pensar y hacer de la sociedad en la que se inscribe y sus principales valores y peculiaridades. Esta, a su vez, posee varias dimensiones que permiten particularizar en varios aspectos dentro de la categoría como elemento generalizador.

Los métodos empleados fueron de tipo teóricos y empíricos. De acuerdo con los objetivos de la investigación, se utilizó el método **dialéctico-materialista**, pues permite conocer y comprender la realidad como práctica, por lo que unifica esta última con la teoría. Este constituye el **método rector** puesto que estudia el objeto de investigación en sus aspectos dominantes, comenzando por lo más simple. Enfoca la realidad como un proceso de constante transformación y movimiento. Con la ayuda de este método, es más fácil interpretar un fenómeno social como la producción y venta de arte para el turismo de ciudad dentro del marco de una sociedad socialista, donde los procesos de comercialización se dan bajo condiciones específicas y distintas al resto de los países.

También resultó útil el empleo del método de **análisis-síntesis**, que tiene como centro en el análisis en calidad de operación intelectual que permite descomponer mentalmente un todo complejo en sus partes y cualidades. Es decir, las separa conscientemente en

sus múltiples relaciones y componentes. Este resulta útil para sistematizar la bibliografía empleada. Es decir, para analizar por partes los textos que fueron consultados para determinar las características del reportaje hipermedia y descomponer este en sus diferentes elementos.

El **histórico-lógico**, por otro lado, fue empleado para analizar la trayectoria de la galería-taller en la ciudad, sobre todo dentro de las dos últimas décadas, así como también su rol dentro de la creación artística matancera en relación con el turismo en la ciudad.

La revisión bibliográfica y documental devino herramienta esencial a la hora de conformar el marco teórico de la investigación, sobre todo de los epígrafes relacionados con la hipermedialidad, el reportaje como género periodístico en transformación y sus características en la web. De igual manera, los conceptos relacionados con los elementos de hipertexto e interactividad fueron obtenidos de la revisión de bibliografía actualizada. Para ello se recurrió primero a la consulta de las fuentes de información más actualizadas (publicadas hasta hace cinco años atrás) hasta las menos recientes, teniendo en cuenta que estas últimas no hayan sufrido cambios durante el proceso de validación del conocimiento.

El informe está estructurado en tres capítulos. En el marco teórico se realiza un compendio de una serie de elementos conceptuales que sirven de base a la indagación realizada. Se establece lo que han investigado otros autores y se incluyen citas de otros proyectos de investigación. En este genera una referencia general del tema a tratar en una descripción concisa que permite entenderlo más fácilmente. En el caso en cuestión, se explican los conceptos relacionados con el turismo de ciudad, la galería-taller y el reportaje multimedia con sus distintos recursos en la web. Se ofrece, además, una breve descripción de los atractivos turísticos del centro histórico de Matanzas y se abordan las particularidades del medio de comunicación en el cual se publicará el producto comunicativo.

El segundo capítulo es el metodológico. En el mismo se esclarecen los aspectos que rigen la investigación como el problema científico, los objetivos (general, específicos, investigativos, comunicativos), la premisa, el objeto de estudio y campo de acción, los

métodos de los cuales se vale la autora y las técnicas de recogida de datos. De igual manera se definen las categorías de análisis y sus dimensiones, se establece la población y la muestra y se clasifica la selección muestral.

El último capítulo es el de resultados, donde se exponen, de manera organizada y haciendo uso de la triangulación, toda la información obtenida a raíz de la aplicación de las técnicas. En el mismo se abordan los elementos relacionados con la producción del reportaje multimedia y se les da respuesta a los objetivos.

Capítulo I Marco teórico

1. Internet y la World Wide Web: Periodismo y transformación

Con la irrupción de internet en el ámbito público, en la década del noventa del pasado siglo, se produjeron cambios en aspectos puntuales, entre ellos las formas de pago, las plataformas en las que se enmarcaban las compañías y la transmisión de información.

Sin embargo, no fue hasta poco después de que estallara la burbuja .com (donde miles de empresas que se habían trasladado a la web quebraron), o después de que comenzaran a habilitarse vías para la expresión como las redes sociales o Wordpress (en el caso de la tecnología blogger) que realmente comenzaron a manifestarse los cambios revolucionarios en la comunicación. Todo ello vino aparejado a la introducción de nuevas tecnologías en los ordenadores de mesa, los portátiles y los celulares (que pronto se convirtieron en smartphones).

El desarrollo para nada gradual de la humanidad, en todo caso, exponencial, forzó a determinadas profesiones a cambiar sus maneras de hacer. El periodismo, como disciplina, práctica y teoría, no estuvo exento de dicha transformación.

A raíz de las facilidades generadas por el abaratamiento de la tecnología que permite el acceso a internet, del uso mayoritario de esta y de las oportunidades que brinda la red, muchos medios de prensa migraron hacia el internet y, en múltiples casos, abandonaron la producción de una versión impresa.

Además, la renovación del modelo unidireccional de la Web 1.0¹ por la propuesta del modelo de la Web 2.0 permitió que los públicos, ahora usuarios de la web, se convirtieran en emisores al potenciar la colaboración colectiva de una forma descentralizada de

¹En la web 1.0 solo una o varias personas elaboraban la información y la transmitían a páginas web estáticas, y el usuario era receptor pasivo de los contenidos como en las variantes tradicionales de la prensa, radio o televisión. La información y la producción de contenidos eran evidentemente centralizados. En esta web la mayoría de los sitios van a estar impulsados por empresas, instituciones, organismos públicos.

producir, actualizar e interactuar con los contenidos. La Web 2.0 ha propiciado el surgimiento de una gama especial de servicios como las redes sociales, los *wikis*² o las *folcsonomías*³, que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los cibernautas.

“Del empleo de las herramientas de la Web 2.0, surgen conceptos como el de *periodismo ciudadano* o *periodismo 3.0*, que implica el mayor grado de participación por parte de los individuos en este nuevo ecosistema informativo.” (Hernández, 2017)

La profesora cubana de la Universidad de La Habana Anidelys Rodríguez Brito (2013) concibe el surgimiento del Periodismo 3.0 como el fenómeno que provocó la transición de la audiencia al usuario, de ser unidireccional a interactiva, de lineal a hipertextual, de la información al conocimiento.

No solo el espacio físico se transformó radicalmente, sino también y, sobre todo, la forma de comunicar y el tiempo de lectura. Comenzaron a observarse claramente la existencia de valores globales, estereotipos completamente nuevos, publicidad con características y modalidades distintas, y públicos activos que rompieron con la idea de la efectividad de la aguja hipodérmica, del receptor pasivo y obediente para sustituirlo por un usuario empoderado y con voz mundial. (Rodríguez, 2013)

Los signos y símbolos para transmitir información, la codificación de los mensajes, pese a las diferencias lingüísticas de los idiomas, adquirieron significación universal y se simplificaron. Esta se convirtió en la era de los periodistas empíricos, no graduados y de la popularidad de las tendencias.

La comunicación vía redes digitales interactivas se caracteriza por la ruptura de dos elementos condicionantes de toda comunicación: el tiempo y el espacio. Los mensajes contruidos dentro del Periodismo Hipermedia poseen plena elasticidad temporal y no se

²“Sitio web cuyas páginas pueden ser editadas por múltiples voluntarios a través del navegador web. Los usuarios pueden crear, modificar o borrar un mismo texto que comparten.” (Hernández, 2017)

³Surgen cuando varios usuarios colaboran en la descripción de un mismo material informativo. Indexación social, es decir, la clasificación colaborativa por medio de etiquetas simples en un espacio de nombres.

ven sometidos por las distancias físicas. Por ende, en la comunicación en la red se distinguen dos rasgos: el policronismo y la multidireccionalidad.

Existen tres características fundamentales que definen al Periodismo Hipermedia (también denominado Ciberperiodismo o Periodismo Digital): la multimedialidad, la hipertextualidad y la interactividad.

1.1 Interactividad

Esta última constituye un aspecto fundamental a tener en cuenta, puesto que permite la retroalimentación en el proceso comunicativo aplicado a la web. El concepto de interactividad está aún lejos de ser unívoco. Tal es su importancia, que de este rasgo del discurso digital se derivan otros igualmente importantes a estudiar, como la personalización de contenidos, la inmersividad o incluso la democratización de la información; es la interactividad la que hace que se pase del paradigma de la comunicación de masas (emisor único, receptor igualmente único aunque compuesto de individuos diferentes, constructo ideal condicionado por la tecnología) al paradigma de la comunicación multilateral, donde la pluralidad de agentes está sujeta a múltiples variaciones. Es la interactividad, asimismo, la que está provocando profundas mudanzas en la autoría de la información: el autor no es sólo quien propone el texto, sino que éste se completa, cambia, o sustituye por la intervención del lector. La propia estética de la recepción es hoy, por lo tanto, replanteada. (Noci, 2015)

En esta investigación nos acogemos al siguiente concepto: Charo Sádaba define la interactividad como “la potencialidad de un sistema tecnológico de favorecer procesos comunicativos eficientes al permitir la presencia de elementos que hacen análoga la comunicación mediada por la tecnología al diálogo” (Sádaba, 2000)

La experiencia interactiva ocurre “cuando el lector es capaz de construir mediante sus elecciones el itinerario hipertextual, navegando de noticia en noticia a través de los enlaces.” (Salaverría, 2005)

Para la periodista Lilieth Barreto Hernández, “las ventajas de lo interactivo abarcan desde la personalización de contenidos hasta la modificación del diseño de la web por parte de los usuarios.” (Hernández, 2017) El receptor deja atrás su postura pasiva y asume roles creativos ante la información publicada en la plataforma digital. Es una construcción solidaria entre los distintos actores de la comunicación, que implica el protagonismo de las audiencias en la elaboración de los productos comunicativos y la responsabilidad y participación de los propios medios de proporcionar recursos y condiciones que favorezcan al usuario la interactividad.

Los autores Hanssen, Jankowski y Etienne (Noci, 2015) distinguen tres niveles de interactividad relacionados el grado de participación de los agentes en el proceso comunicativo y la posibilidad que de introducir cambios en el mismo: el más alto, entre personas y cara a cara; el segundo, entre personas y medios que ofrecen la posibilidad de recuperar contenidos y, hasta cierto punto, manipularlos; el tercero, más bajo, sólo permite recuperar información, sin ninguna oportunidad para el usuario de introducir cambios en la misma.

Por otro lado, Rafaeli (Noci, 2015), por su parte, distingue tres niveles de interactividad: comunicación bidireccional (no interactiva), comunicación reactiva (cuasi interactiva) y comunicación completamente interactiva.

Existen varias clasificaciones de los niveles de interactividad similares a las anteriores. La presente investigación se acoge a la ofrecida por Nicoletta Vittadini (1995) lo mismo a partir de tres criterios: el tiempo de respuesta, la calidad de los resultados y la complejidad del diálogo. “Cuanto menor sea el tiempo de respuesta, mayor será el grado de interactividad; cuanto más complejo el sistema, mejor la calidad de los resultados; cuanto mayor sea la capacidad del sistema de simular las relaciones interpersonales, mayor el grado de interacción.”

De acuerdo con estos criterios se distinguen otros tres niveles:

- 1) Baja complejidad: Sistemas basados en la selección de respuestas por parte del usuario mediante un menú de opciones.

2) Alta complejidad: Sistemas que tienen en cuenta las informaciones suministradas por los usuarios en momentos anteriores para proponerles nuevas situaciones y respuestas.

3) Complejidad intermedia: Sistemas que permiten la comunicación entre los usuarios a través del intercambio de mensajes.

1.2 Hipertextualidad

Para conceptualizar la segunda característica, se tuvo en cuenta la definición ofrecida por María Teresa Vilariño y Anxo Abuín González en la introducción al libro de autoría colectiva *Teoría del hipertexto. La literatura en la era electrónica*: “El hipertexto (...) es un tipo de texto interactivo, no secuencial, no lineal (o multi-lineal), esto es, no basado en una secuencia fija (...) cuya secuencialidad pueda variar considerablemente a lo largo de la lectura” (González, 2006)

Otra definición de hipertexto sería la que propone Marina Vianello: “(...) es un entorno lógico para la adquisición de la información, la organización del conocimiento, la lectura y la escritura, que permite desestructurar los textos tradicionales, emulando y exteriorizando el funcionamiento de la mente, que opera por asociaciones. Esta estructura permite al lector transformar la lectura en un acto que implica reescribir el texto y su interpretación personal frente a la totalidad de la información potencialmente disponible” (Osti, 2004)

Una comprensión sencilla de este recurso del periodismo hipermedia sería la ofrecida por Ramón Salaverría: la hipertextualidad es la capacidad de interconectar diversos textos digitales entre sí. El resultado de esta capacidad es el hipertexto. (Salaverría, 2005)

Por otro lado, existen autores que coinciden en que el hipertexto, empleado más de lo necesario, se convierte en un elemento distractor que provoca un mayor desbordamiento cognitivo del “espacio de decisión”, y un abuso de la deconstrucción. (Noci, 2015)

Los elementos que lo constituyen son los nodos, conocidos también como lexias, textones y unidades o secuencias de lectura, y son palabras, páginas, gráficos, sonidos,

relacionados por un tejido de conexiones. La herramienta tecnológica que los conecta es el hipervínculo o enlace.

Para Milena Recio (2003) existen dos clasificaciones del hipertexto: organizativo e informativo. El primero es el que se emplea en las secciones de la portada de una página web, las cuales están enlazadas a las páginas interiores del sitio, lo que permite el acceso a todos sus niveles. El segundo tipo de hipertexto se compone por los enlaces incrustados en el texto, estos multiplican las posibilidades de escritura y lectura, crean nuevas formas narrativas y conectan con diversas fuentes.

Teniendo en cuenta la funcionalidad del trabajo periodístico y el sentido de orientación del lector, Noci (2006) y Salaverría (2005), ofrecen otra clasificación: hipertextos internos (son los que conducen a un punto dentro del mismo hiperdocumento) y externos (conducen a un punto fuera del hiperdocumento).

Sea de una manera o de otra, este recurso constituye una forma eficaz y rápida para construir un sistema de textos relacionados entre sí, que ofrezcan una visión variada y amplia sobre un tema inicial o principal.

1.3 Multimedialidad

El discurso multimedial no es sólo un producto tecnológico, sino que su característica central es la intervención del lector, es decir, es “la integración informática de varios medios o códigos expresivos en el interior de un mismo texto”. (Sádaba, 2000) De manera resumida, se define como la integración digital de diferentes tipos de medios dentro de un único sistema tecnológico.

Varios autores enfatizan en la necesidad de que, con el objetivo de que el mensaje pueda ser considerado realmente multimedia, los diferentes lenguajes no estén meramente yuxtapuestos, sino que se trate de una verdadera integración de lenguajes. Todos ellos presentados en el marco de un encuadre rectangular. La pantalla es no sólo una superficie; es también una interficie, un término acuñado por Antonio Rodríguez de las

Heras: “La interficie es el lugar de contacto entre los dos espacios (...). La forma de trabajar la interficie da como resultado una interfaz” (Rodríguez de las Heras, 2001).

Sin embargo, según Javier Díaz Noci, es necesario tener en cuenta que las imágenes y el sonido son particularmente potentes desde un punto de vista psicológico, pero, mientras que el multimedia refuerza la retentiva de contenidos noticiosos, puede provocar evaluaciones negativas del sitio web, probablemente porque la descarga de archivos visuales o sonoros penaliza el tiempo de lectura.

Palacios y Díaz Noci (2007) realizan una clasificación en cuanto a tipos de multimedialidad. Distinguen dos tipos: por yuxtaposición (esta utiliza los distintos elementos multimedia pero solo se puede acceder a ellos de manera independiente) y por integración (esta combina los textos, audios e imágenes, ya sean fijos o en movimiento y compone una unidad comunicativa capaz de ofrecer al usuario un producto coherente).

1.4 El reportaje multimedia: imagen...audio...video

Los géneros en las nuevas plataformas informativas tuvieron que cambiar el enfoque. Ya no se concibe un periódico digital rentable sin un trabajo en las redes sociales o un grado de interactividad en las páginas web suficiente para que los usuarios sean partícipes de la generación de contenidos. La imagen cobró gran importancia respecto al texto, así como también el video, y la accesibilidad a las Tecnologías de la Información y la Comunicación permitieron que se desarrollara el periodismo ciudadano.

El reportaje fue uno de los géneros en los que se evidenció claramente el cambio. Este tuvo que volverse más atractivo e incorporar elementos nuevos. En esencia, continuó valorándose como un género interpretativo que permite contrastar varias aristas de un fenómeno por medio de la opinión de sujetos, que pueden ser protagonistas o espectadores de un hecho y del juicio implícito del periodista. Sin embargo, es común en nuestros días encontrar un reportaje que vincule texto, entrevista audiovisual, testimonios en audios, imágenes que cuentan historias y enlaces a páginas que pueden apoyar el producto comunicativo. Según Olivia Marín Álvarez y Susana Pérez Gil en su artículo

“Decir y hacer el reportaje hipermedia” (2013), este es uno de los géneros más apreciados en la profesión por su capacidad híbrida para nutrirse de la noticia, la crónica, la entrevista, el comentario y ser, al mismo tiempo, único. Exige, además, la búsqueda precisa de información, teniendo en cuenta los antecedentes y la evolución de los sucesos.

Según Valeria Marmolejo (2016), el reportaje multimedia es, ante todo, un reportaje periodístico, que se basa en hechos y que tiene una narración libre, “pero que no deja a un lado los elementos periodísticos, investigativos y documentados que exponen una variedad puntos de vista”.

Teniendo en cuenta las diferencias y semejanzas entre ambas modalidades (impresa y digital), se perciben importantes transformaciones que afectan esencialmente a la manera de presentar y estructurar el reportaje, por lo que cabe rechazar la idea del mero trasvase de este género del medio impreso al soporte electrónico, teniendo en cuenta al reportaje multimedia como modalidad que busca su especificidad en un relato no secuencial y multimedia.

La diferencia radica en que el reportaje ciberperiodístico hace uso de los elementos multimedia como: fotografías, gráficos explicativos, mapas, infografías, sonidos, voz en off, vídeos para su visualización a través de pantallas del computador. (El relato transmedia y su significación en el periodismo. Una aproximación conceptual y práctica., 2016)

“Factores como la capacidad de memoria, la conexión de datos y fuentes a través de la hipertextualidad, la combinación de elementos como audios, videos y textos en una sola unidad narrativa, otorgan condiciones excepcionales para el desarrollo de los géneros interpretativos y particularmente del reportaje en el ciberperiodismo” (Martínez, 2013)

Para poder realizar un reportaje de este tipo, se requiere tener los conocimientos técnicos e informáticos adicionales al propio trabajo del profesional del periodismo para poder emplear a fondo las herramientas y las aplicaciones disponibles en la web.

En este contexto, el reportaje como género periodístico tiene la capacidad para diversificarse y desplegar nuevas maneras de contar. Su condición de género para el tratamiento de los hechos, lo ha convertido en uno de los más aptos para el aprovechamiento de las posibilidades de ampliación y documentación de las historias, que ofrece la hipertextualidad.

Este tipo de reportaje maneja una hiperestructura mixta que suministra un esquema narrativo particular que diferencia al reportaje del resto de los géneros, permitiendo mayores opciones de profundización en la información y una diferenciación de niveles dentro de esta.

Por ende, el reportaje hipertextual, según la investigadora Larrondo (2016), ofrece un primer nodo donde se incluyen un titular, una breve introducción y un índice con los distintos apartados de que se compone el reportaje y, eventualmente, el inicio del texto fuente. Aquí también podría sumarse lo que denomina una "guía de lectura" que ofrece a los lectores un itinerario de lectura "modelo" para adquirir la información básica. Un segundo nivel serviría para desarrollar el texto fuente a partir del empleo de una serie de documentos o, cuando el tema lo requiera, la presentación de cada uno de los apartados de los que se compone el reportaje. De igual forma, los apartados podrían relacionarse mediante hipervínculos con materiales complementarios. El siguiente nivel estaría referido a una serie de documentos que complementan el núcleo del reportaje (entrevistas, análisis de expertos, fotografías y material audiovisual como las infografías o los mapas interactivos). Además, se puede distinguir otro conjunto de información como perfiles de protagonistas, datos estadísticos ilustrativos, noticias relacionadas, entre otro tipo de datos que complementen la información principal.

Larrondo Ureta y Marmolejo Cuellar coinciden en que el reportaje es el rey de los géneros periodísticos de creación y el género por excelencia de la interpretación y del tratamiento informativo documentado, que resulta útil en sí mismo y de complemento de la noticia. "Se encarga de generar una diversidad temática, funcional, y compositiva por lo que es asumido por algunos autores como el género 'camaleónico' del resto de los géneros periodísticos". (Ureta, 2009)

Marmolejo Cuellar propone una clasificación atendiendo al tipo de herramientas digitales que use y el grado de investigación que tenga el reportaje.

- De actualidad. El reportaje de actualidad es una pieza periodística que guarda una correspondencia casi idéntica con los medios impresos o audiovisuales. Su temática está relacionada, sobre todo, con temas inmediatos, cercanos al periodo de tiempo en el que se publican y tratan de ofrecer un primer análisis profundo sobre un asunto concreto.
- Multimedia o especial temático. El reportaje multimedia normalmente abarca un ámbito de la actualidad mucho más amplio. Es la pieza que se prepara con anterioridad y sobre un tiempo determinado, puede mantenerse en la edición digital del medio de comunicación durante un periodo de tiempo relativamente largo, sin que llegue a perder relevancia en cuanto a la temática.
- El dossier documental. Un modelo de reportaje cuyas implicaciones y desarrollo tienen un mayor alcance que su correlato periodístico en medios impresos o audiovisuales. El dossier documental, para Ramón Salaverría “está conformado de artículos de hemeroteca que versan sobre un mismo tema. Cuando un medio ha publicado un buen número de textos, crónicas, entrevistas, columnas de opinión, reportajes sobre un asunto informativo de interés público y de actualidad.”

El Lic. Dolors Palau Sampio, quien coincide con la clasificación anterior, en su investigación “El reportaje digital: una apuesta narrativa al archivo documental”, a partir del estudio de un conjunto de reportajes multimedia de varios medios españoles, determina que “los medios digitales han concebido el reportaje más como un archivo de información que como un género para el relato multimedia y por ello han primado la estructura temática, que facilita el acceso a los datos, sobre el diseño de itinerarios narrativos que exploren las opciones creativas del hipertexto.” (Sampio) Por ende, es necesario tener en cuenta que el texto y demás recursos contenidos en el reportaje deben poseer un discurso común, orquestado en concordancia con la información principal y ser concebido como un todo en lugar de un puzzle de piezas de información dispersas. El análisis realizado por el investigador sobre los reportajes especiales temáticos muestra la preferencia por unas “estructuras reticulares, trazadas a partir de la descomposición,

de la atomización de hechos complejos, como si la no-linealidad y la apertura que caracteriza a los medios digitales sólo pudiera dar cabida a relatos fragmentarios, conducidos por voces impersonales que dan paso a enlaces documentales o noticias de archivo.” (Sampio) De aquí la importancia de planificar un producto comunicativo e investigar en lugar de reutilizar solamente información previamente publicada.

1.5 Un destino para el turismo

Existen varias aproximaciones al concepto de destino turístico. En la presente investigación nos acogemos a la siguiente:

“Espacio físico en el cual el turista está al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo y atracciones y recursos turísticos que pueden ser consumidos en un recorrido de ida y vuelta el mismo día. Tiene fronteras físicas y administrativas que definen su gestión, e imágenes y percepciones que definen su posicionamiento en el mercado. Los destinos locales incorporan a varios agentes entre los cuales se incluye la sociedad local y pueden establecer redes que formen destinos mayores.” (Think Tank on Destination Management, 2 al 4 de diciembre de 2002)

Esta definición fue ofrecida por el Grupo de Expertos en Gestión de Destinos de la Organización mundial del Turismo, en la reunión celebrada en 2002 en Madrid.

Una de las características de un destino turístico radica en poseer medios que posibilitan su accesibilidad en adecuadas condiciones precio-valor, además de contar con un respaldo de la población local, involucrada en el desarrollo de los diferentes aspectos de la experiencia de visita del turista. Es importante tener en cuenta la existencia de una marca que se comercialice teniendo en cuenta su carácter integral.

Desde el punto de vista de la oferta, existen una serie de condiciones que un destino debe tener para considerarse como tal:

1. Accesibilidad: sistemas de transporte (rutas, terminales, vehículos, etc.) que permitan el acceso en adecuadas condiciones.
2. Atractivos: que pueden ser naturales, culturales, eventos programados, etc.

3. Actividades: prácticas que se realizan en diferentes espacios como paseos, deportes, cursos y talleres, observación de animales, plantas u objetos, visitas a monumentos y lugares especiales, etc.
4. Servicios directamente relacionados con la actividad turística: hospedajes, restaurantes, tiendas, servicios higiénicos, lugares para comer y acampar.
5. Servicios básicos: energía, agua, salud, telecomunicaciones, bancos, seguridad, etc.

El destino turístico puede considerarse una unidad de negocio cuya gestión debe estar orientada hacia ciertos criterios de competitividad, a fin de generar beneficios económicos y sociales. De igual manera, para desarrollar un destino turístico es necesaria la participación coordinada de diferentes actores o entes gestores⁴ tanto públicos como privados⁵, con roles específicos, a fin de unificar esfuerzos para lograr los objetivos que poseen en común.

Desde el punto de vista sectorial, el destino es analizado dentro de una relación preferente de oferta y demanda, cuyo resultado final suele ser la equiparación del destino al producto consumido. O bien se considera que el destino es el producto turístico (lo que se origina por la necesidad de ir a un lugar para consumir), o bien se interpreta el destino como un agregado de productos incluidos dentro de un determinado ámbito territorial. En consecuencia, el papel del destino suele quedar reducido al de un simple contenedor, un espacio abstracto, plano y sin atributos diferenciadores frente a la diversidad de funciones que se le pueden atribuir: soporte, recurso, medio de producción, espacio de producción y de consumo y parte del producto consumido.

Se habla de un producto-área, en donde convergen diferentes intereses y derechos de propiedad tanto públicos como privados y que no podría ser vendido como conjunto. A esto habría que unir la existencia de bienes y servicios que encontrándose en esa área

⁴ El ente gestor es una coalición de diversas organizaciones públicas y privadas, junto con otros actores, que busca el logro de objetivos comunes en favor del destino turístico. (Destinos del Perú, 2014)

⁵ Los entes privados ofrecen la facilidad de no necesitar de presupuesto estatal para su desarrollo y posicionamiento, además de mostrar una iniciativa distinta a la ofrecida por las instituciones de patrimonio, que puede estar enriquecida con vivencias personales adquiridas dentro y fuera del país.

permanecen al margen de la actividad turística sin formar parte del producto que consume el visitante. Se pueden comunicar y promocionar destinos, y el turista puede comprar bienes y servicios simples (transporte, hoteles, actividades, etc.) o paquetes

1.6 Matanzas como destino

La ciudad de Matanzas yace a orillas de la bahía de Guanima. La villa San Carlos y San Severino de Matanzas se fundó el 12 de octubre de 1693, y fue poblada por 26 familias canarias que disfrutarían de beneficios por ser los primeros habitantes. Su nombre se debe a una matanza de españoles a mano de los aborígenes alrededor del año 1510, que, desde entonces, para referirse a este lugar, que aún carecía de nombre para los europeos, se hablaba del lugar de la matanza, en referencia al hecho.

La Ciudad de Matanzas se renombra por sus atractivos turísticos desde el siglo XIX, exhibiendo entre sus principales méritos una enorme riqueza natural y paisajística. De particular interés resulta el Mirador de Monserrate, desde el cual se puede admirar el Valle de Yumurí, rodeado por montañas de poca elevación y surcado por el río que le da nombre. El Valle del Yumurí, famoso desde el siglo XIX, es el hábitat del *Melocatus Matanzanus*, especie que solo crece de manera espontánea en la zona conocida como Cuabal de las Tres Ceibas de las Clavellinas al norte de Corral Nuevo. Existe otro mirador en el lugar conocido como Canímar Abajo, nombre que designa un valle y el río que lo atraviesa. Este valle está poblado de espesa vegetación y de cuevas. El denominado sitio cavernario "Canímar Abajo" es el mayor cementerio aborígen a cielo abierto de Cuba y uno de los mayores de las Antillas. Además, en este lugar se encontraron evidencias de antropofagia, dato reportado por primera vez en el país.

1.6.1 Principales recursos turísticos: el Centro Histórico

Matanzas fue una de las ciudades de Cuba con diseño más armónico y ajustado a las reglas estéticas del Renacimiento. Las manzanas rectangulares están hechas según la proporción áurea de Vitrubio o número Phi, igual a 1, 618. De hecho, la ciudad es en su centro histórico un enorme reloj de sol. El centro histórico conserva la estructura original según el plano fundacional, incluida la orientación de las tres calles principales. La

modernidad no ha afectado este ordenamiento. Aquí se erigen monumentos de carácter histórico, arquitectónico y cultural que han resistido el paso del tiempo. (Oliva, 2010)

La perdurabilidad del trazado en cuadrícula, la uniformidad de la escala y el estilo ecléctico de las edificaciones que lo rodean de fisonomía marcadamente unitaria, caracterizan al Centro Histórico de la ciudad de Matanzas, que da sitio preponderante al Teatro Sauto, al Palacio de Justicia, a la Estación de Bomberos y al Palacio de Junco. Por la antigua Plaza de Armas, hoy Plaza de la Vigía, comenzó la fundación de la ciudad. (Canosa, 2011)

En la actualidad se conserva el lugar fundacional, conocido como Plaza de la Vigía. Ella fue la primera Plaza de Armas de Matanzas; está rodeada de importantes edificaciones: el Teatro Sauto, el Museo Provincia Palacio de Junco, la Estación de Bomberos y el Palacio de Justicia. En su centro se erige el monumento al Soldado Libertador. Además, conforman el entorno otros edificios ocupados por Ediciones, Galería de Arte y el Departamento de Patrimonio y Monumentos. Toda ella es un centro de actividad cultural. De manera breve, estos constituyen los puntos más importantes del centro histórico a nivel patrimonial y turístico:

Ediciones Vigía: Fundada en 1985. Realiza las ediciones de libros plaquettes, revistas, catálogos y otros, con materiales rústicos, papeles desechables, elementos naturales y textiles y una multiplicidad de recursos artesanales y reciclables. Es un taller editorial que se vincula con artistas locales para lograr diseños estilizados.

Teatro Sauto: “La primera piedra se colocó el 15 de octubre de 1960 (y se terminó tres años después), tan solo 29 días antes, Rafael del Villar, en la inauguración del Liceo Artístico y Literario de la ciudad proclamó a Matanzas La Atenas de Cuba.” (Canosa, 2019) Posee un piso de lunetas que se ha mantenido intacto hasta nuestros días y puede moverse para colocarse a la altura del escenario. El teatro fue en su tiempo uno de los más importantes y modernos del mundo en su tipo, y hoy es un exponente único, puesto que solo tres en el mundo se le pueden comparar. Fue declarado Monumento Nacional en octubre de 1978. Por su escenario han desfilado figuras de la talla de José White, Anna Pavlova, Alicia Alonso, Sindo Garay, Sarah Bernard, Andrés Segovia, Paco de

Lucía y Frank Fernández, y otros personajes de la cultura nacional e internacional. Según el historiador de la ciudad, Ercilio Vento Canosa, es “parte fundamental del concepto de matanceridad, inserto ya en la historia y la cultura de Matanzas y de Cuba.” (Canosa, 2011)

Palacio de Justicia: inicialmente denominado Casa de la Aduana, fue construido en 1826. Durante el período republicano se efectuaron allí importantes procesos, sobre todo los relacionados con los asaltantes del cuartel Domingo Goicuría en 1956. Con el triunfo de la Revolución en el Palacio de Justicia se llevaron a cabo “los juicios contra los personeros del régimen defenestrado, comisores de numerosos asesinatos en la Ciudad y la provincia, los cuales fueron sentenciados a la pena capital y ejecutados.” (Canosa, 2019)

Calle Narváez: El nombre de esta calle se adquiere por uno de los gobernadores de la ciudad: don Francisco Narváez de Bordese, quien se distinguió durante la epidemia del cólera morbo que azotó la ciudad en 1833. En medio del estrago y la ignorancia sobre la causa del triste episodio, Narváez dictó medidas razonables que contribuyeron a mitigar la magnitud de uno de los peores episodios de la historia de la ciudad. En dicha calle se inauguró también una de las más significativas características de Matanzas: la casa-almacén, a la vez que el río San Juan adquirió mayor protagonismo en la vida económica, pues se convirtió en la vía de salida de las mercancías hasta el puerto, embarcadas directamente desde las casas.

Museo de Bomberos: terminado en 1900, en medio de la contienda cubana por la liberación del país y la instauración de la república. En este funciona el cuartel de bomberos de la ciudad y exhibe equipamiento de la época de su construcción como cuatro bombas de vapor y los autos empleados por el cuerpo en aquel momento (de procedencia norteamericana en su mayoría). La estructura arquitectónica constituye el último edificio neoclásico construido en Cuba.

Museo Farmacéutico: la botica francesa de Triolet, hoy Museo Farmacéutico y Monumento Nacional, es un establecimiento único de su tipo en el mundo. Su valor patrimonial no descansa solo en las valiosas colecciones que exhibe, sino en lo que

representa para la propia historia de la Ciudad, la Medicina y la Farmacia. Se fundó el 1º de enero de 1882. En su farmacopea se emplearon productos de origen autóctono de origen botánico, animal y químico. Su colección de libros de prescripciones registra alrededor de 325 000 indicaciones hechas por los médicos matanceros durante casi un siglo. Sus salas presentan “la más importante de las colecciones farmacológicas del siglo XIX que existe en el mundo”: una biblioteca de más de 200 volúmenes en español, inglés, francés y alemán, instrumentos médicos, 800 000 etiquetas y miles de frascos con el nombre del establecimiento. Como valor agregado, en el mezanine se encuentra la sala de exposición de vitrales Celia Triolet (obra de los artistas Rodrigo Ferrer y Dayana Carbonell pertenecientes al grupo Gabriela’s), un estudio creado por la dirección del museo para la elaboración de piezas únicas de estilo Tiffany.

Parque de la Libertad: su construcción data del 1800, momento que coincide con el despegue económico de Matanzas. Su denominación inicial era Plaza del rey, pero en 1900, al calor de la liberación del país de su metrópoli española, comenzó a llamarse Plaza de la Independencia y de la Libertad. Contiene el segundo monumento levantado en Cuba a José Martí (que resulta de todos, ser su más fiel reproducción) y la estatua que representa la libertad.

Museo Provincial Palacio de Junco: Fue construido entre 1835 y 1838 por la familia del Junco. Se declaró Museo Histórico Provincial desde 1980. Posee colecciones de los títulos nobiliarios del siglo XIX, colecciones de armas, de relojes y otros registros históricos. Posee la estatua del “Rey Felón”, confeccionada en honor a Fernando VII a cambio de la concesión de un blasón para la ciudad. El museo exhibe la momia de Matanzas, encontrada por casualidad en una de las galerías subterráneas del cementerio de San Carlos en 1965, por el doctor Ercilio Vento Canosa.

El epíteto que distingue a la ciudad como La Atenas de Cuba lo adquirió a raíz de que, en la noche del 17 de febrero de 1860, el director del Liceo Artístico y Literario de la ciudad, Rafael del Villar, la proclamó como tal. El hecho respondió al desarrollo cultural, literario y económico de la urbe durante el siglo XIX, que estuvo marcado por la presencia de destacadas personalidades con amplia labor artística como Miguel Teurbe Tolón, José

Victoriano Betancourt, Gabriel de la Concepción Valdés (Plácido), los hermanos Milanés Úrsula Derville y José White, entre otros. Ocurre la introducción de la imprenta y existencia de importantes instituciones vinculadas a la producción literaria: Diputación Patriótica con el periódico La Aurora, Biblioteca Pública por iniciativa de Tomas Gener y Domingo del Monte (conductor de las famosas tertulias de la ciudad), Liceo Artístico y Literario y el Teatro Esteban (hoy Sauto).

1.7 El taller del artista

La génesis de lo que hoy se denomina galería-taller, o inicialmente taller o atelier o estudio, se asocia con los gremios y surge durante la Edad Media en Europa, como producto de un mayor desarrollo de las fuerzas productivas y una demanda de arte por parte de las monarquías y de las clases nobles adineradas en su afán de perpetuar su imagen en el tiempo, además, todo ello coincide con la posibilidad de trabajar de manera individual como artista y del auge del trabajo manual. Originalmente, era la unidad destinada a la producción de trabajos artesanales y, en menor grado, a las bellas artes. Se correspondían a la estructura de un dueño o maestro, aprendices y oficiales. Por ende, es común la definición de la galería-taller como la escuela fundada por el artista visual con su grupo de discípulos. (Casares, 1975) Puede definirse también como el espacio físico donde el artista (sea escultor, pintor, fotógrafo o de cualquier otra manifestación de las artes visuales) produce su arte. Es donde también coexisten retazos de tela, pinceles, lienzos, cámaras, libros, materiales en sentido general con los cuales el creador confecciona una pieza determinada.

El taller a menudo se ubica en la misma residencia del creador o separado de esta, pero constituye un entorno de comunicación entre el artista y su obra. Estos pueden ser compartidos o individuales. Según la entrevista realizada para El Diario Libre por (Casanova, 2018) a varios pintores de habla hispana este espacio creativo refleja la personalidad del artista, es una extensión de este. Además, rebasa los márgenes de un simple lugar de trabajo y almacenamiento de arte pues constituye un elemento de composición. Para José Cestero, uno de los entrevistados, se convierte en un elemento moldeable y plástico que lleva la persona a cuestas.

En el caso de la ciudad de Matanzas, los sucesos artísticos de mayor importancia se conocen gracias al registro periodístico de la época, específicamente el periódico local La Aurora que, desde 1833, comunica un cambio de dirección del local donde Pierre Vialle ofrecía lecciones sobre cómo dorar y pintar el cristal. De manera general, este período se caracteriza por la afluencia de corrientes europeas en las artes visuales cubanas y matanceras, por el auge económico y cultural de la ciudad y por la prominencia de la literatura respecto a la pintura o la escultura. En las artes visuales se destaca la representación romántica del paisaje y el academicismo, frente a la ausencia de un estilo cubano propio.

Durante este mismo siglo se desarrolla la obra de artistas y sus respectivos talleres como Alejandro Odero, Augusto Chartrand, Felipe Chartrand y Esteban Sebastián Chartrand Dubois. De los hermanos Chartrand, solo el último obtuvo trascendencia artística, pues, aunque con una paleta afrancesada, intentó evocar el campo cubano, pero sin la brillantez del paisaje real. Sin embargo, fue el principal cultivador del romanticismo en Cuba, aunque no llega a representar los elementos distintivos del entorno natural local, lo que se evidenciará en la pintura a la par del afloramiento de la conciencia popular. A mediados del siglo XIX, se crean un grupo de sociedades para difundir entre artistas y aficionados los conocimientos de las artes visuales, sobre todo dibujo y pintura (“Academia Artístico Literaria”, “San Carlos de Matanzas”, “La Armonía”) (Robaina)

Durante este período no existió una academia oficial de las artes, sino que por medio de estas sociedades y de maestros y discípulos dentro del marco de familias adineradas se promovieron varias manifestaciones de la plástica. Esteban Valderrama (1892-1964) constituye otra de las personalidades de la pintura, escultura y pedagogía matancera de renombre. A pesar de que realizó estudios en España y Francia, reflejó en retratos, paisajes y dibujos una visión más cubana y autóctona. En el caso de Alberto Tarrascó Martínez (1891-1952), también artista local. Se destaca la apertura de una escuela libre de enseñanza artística y sentar las bases para la educación en las artes visuales en la ciudad.

Durante la década del 40 se destaca Roberto Diago Querol (1920-1957), quien revolucionó la técnica pictórica y fue uno de los iniciadores de la incorporación de elementos de la cultura afrocubana a la obra plástica. Otros artistas representativos y también profesores de la escuela "Tarrascó" fueron: Manuel Rodulfo Tardo, José Felipe Núñez Booth y Juan Esnard Heidrich. Posteriormente, se introduce el abstraccionismo en la isla, además de la existencia de un sistema de becas para Estados Unidos que permiten el contacto con las corrientes norteamericanas. De las instituciones de enseñanza cubanas se destacarían personajes como Francisco Cobo, paisajista por excelencia de la ciudad de Matanzas con influencia impresionista. Y ya inmersos en los finales del siglo XX, resaltan Lorenzo Padilla, coleccionista y artista visual de talla internacional y Agustín Drake Aldama, uno de los mayores representantes de la escultura local.

Después de enero de 1959 y de la creación del Ministerio de Cultura y de las Casas de Cultura, las artes visuales tomaron otro rumbo, encauzadas con la ampliación de la cobertura de la enseñanza artística y de la vinculación de la cultura con la política del país y del Partido Comunista de Cuba. Muchos de los personajes anteriormente mencionados formaron parte de las instituciones ahora reformada en cuanto a la dirección que debía tomar el arte cubano y local. En este período destacan Raúl Rodríguez Pérez ("Borodino") quien aún continúa produciendo arte en Cuba y Estados Unidos, sobre todo abstracciones figurativas, Ramón Pacheco Salazar, fotógrafo reconocido por su trayectoria dentro del foto reportaje en el periódico local Girón, entre otros artistas de las distintas manifestaciones de las artes visuales.

Actualmente, en la ciudad de Matanzas se está desarrollando hoy un movimiento con características propias (aunque en otras ciudades del país, como La Habana, este tipo de talleres comenzaron hace ya algunos años), es decir, los artistas visuales han convertido sus talleres (lugares generalmente privados) en sus propias galerías. Por ende, estos espacios de creación han recibido la denominación de galería-taller y que cumplen dos funciones fundamentales:

1. Constituye el lugar donde el artista produce sus obras.

2. Las paredes del local se convierten en centros expositores de las pinturas, esculturas, grabados, dibujos, piezas de cerámica, etc., por lo que les ofrece mayor independencia respecto a las galerías de arte estatales.

1.8 *TV Yumurí* en el espectro mediático

La provincia de Matanzas fue una de las privilegiadas con la llegada de la televisión en la década de los 50's. Sin embargo, la programación respondía más a la publicidad y el entretenimiento (sobre todo los espacios dedicados a audiovisuales humorísticos y musicales) que a las necesidades informativas de la población local. (Cabrera y Legañoa: 2007) El acontecer noticioso durante el período fue conocido gracias a la labor del fotógrafo y camarógrafo Guillermo Miró Perdomo, quien registraba lo que sucedía en el territorio y luego enviaba las latas de películas hacia la capital, tarea que continuó después de 1959.

Hacia la década de los 80's se conforma un equipo periodístico para reportar los hechos más relevantes de la provincia en el que se encontraban Ana Valdés Portillo (periodista), Nivaldo Miró Pagés (luminotécnico), Mariano García Milián (chofer) y Guillermo Miró Perdomo (camarógrafo). Ante la ausencia de un local designado para la faena, el equipo se instaló en la Emisora Provincial Radio 26, que para ese entonces estaba ubicada en la calle Contreras entre Zaragoza y Manzaneda. Más tarde, este local se trasladaría hacia Meteorología, entre las calles Matanzas y Jovellanos. (Martín, 2009: 45)

A pesar de las intenciones, la misión de informar a la población enfrentó dificultades tecnológicas como la carencia del instrumental para unir la voz a los trabajos, por lo que la nota con el contenido escrito se enviaba junto con el material grabado. Dos años más tarde, a la vez que se gestaban en todo el país un grupo de corresponsalías, se crea una en la ciudad pero que carecía de las condiciones requeridas la edición del trabajo periodístico; por tanto, se añadió la dificultad de tener que trasladarse hacia otras provincias para realizar esta tarea. A raíz de las deficiencias tecnológicas que entorpecían el establecimiento de un local con las condiciones necesarias, se decidió construir un espacio para la televisión y para la Emisora Provincial en la escuela Normal de Maestros. Después de la construcción del local, ya se contaba con un espacio para la

edición, pero se requerían profesionales de este ámbito por lo que se ofertó un curso para formarlos. La primera transmisión de *TV Yumurí* tuvo lugar el 10 de diciembre de 1999, en la que se mostró a la audiencia una Tribuna Antimperialista que estaba desarrollándose en la plaza El Tenis.

Una semana después, comenzó la programación del telecentro todos los viernes durante una hora. Para ello se preparó el noticiario *Hoy*, la revista cultural *Cuando Llegan las musas* y el programa infantil "Soy feliz". Posteriormente, la frecuencia de transmisión se incrementó a tres veces por semana (lunes, miércoles y viernes) en el horario de la tarde, con una programación que incluía 13 espacios distintos. A partir de octubre del año 2000 se ampliaron las transmisiones de lunes a viernes. Ya para el 2004, se añadió una revista informativa y media hora más.

Ante la necesidad de cubrir la provincia se fueron estableciendo canales locales como Tele Bandera en el territorio de Cárdenas, lo cual contribuyó a la creación de un sistema de televisión en Matanzas con el que se representaban los intereses comunicativos de todos los municipios. Paralelamente, se comenzó a transmitir los siete días de la semana.

Actualmente, los programas que confirman su parrilla de programación se dividen en informativos, deportivos, históricos, musicales, culturales, orientaciones sociales, infantiles, juveniles y documentales. Algunos poseen alcance nacional como: *Barquito de papel* y *Chiribitil* para los más pequeños, y la revista juvenil *Quédate conmigo*, los principales programas informativos del telecentro son el noticiario *Hoy* y el *Boletín Informativo*. *TV Yumurí* se enfrenta a numerosos obstáculos tales como el natural envejecimiento de parte de la tecnología con más de una década de explotación, las dificultades con el transporte y la escasez de personal calificado, especialmente de periodistas, aunque hoy varios de los periodistas recién graduados de la universidad de Matanzas colaboran con el centro. "No obstante, constituye parte esencial de la vida de la provincia, y juega un papel protagónico en la construcción de la imagen del territorio hacia el interior de este y hacia el resto del país." (Calvo)

Capítulo II Marco metodológico

En el presente capítulo se definen las pautas metodológicas necesarias para el desarrollo de la investigación y la realización del reportaje audiovisual *De la idea a la forma: Matanzas, una ciudad turística*.

2.1 Tema

Potencialidades culturales de la galería-taller para el turismo de ciudad en Matanzas.

Problema de la investigación

¿Cuáles son las potencialidades culturales de la galería-taller del artista para desarrollar el turismo de ciudad en Matanzas?

2.2 Objetivos:

- General: Producir un reportaje multimedia que refleje las potencialidades de la galería-taller del artista para incentivar del turismo de ciudad en Matanzas.
- Específicos investigativos:

Caracterizar el contexto en que surge y se desarrolla el taller del artista en Europa, Cuba y en particular, en la ciudad de Matanzas.

Explicar las ventajas artísticas y económicas de este medio no estatal de comercialización del arte para creadores y para el turismo de ciudad.

Describir el destino turístico Matanzas atendiendo a los principales atractivos turísticos del Centro Histórico.

- Específicos comunicativos:

Mostrar al público la importancia de la galería-taller como atractivo turístico y cultural.

Resaltar el rol de los artistas locales en la difusión de la cultura local y nacional.

Promover el desarrollo de esta forma no estatal de comercializar el arte.

2.3 Justificación del tema

El taller del artista, desde su surgimiento durante el siglo XIX hasta hoy, ha sido el espacio de creación donde múltiples y reconocidas obras de arte han cobrado vida. Usualmente, este coincide con el lugar de alojamiento del pintor, del escultor, del fotógrafo; lo que permite establecer una conexión entre las vivencias cotidianas y la imaginación del autor. Aunque su connotación ha variado de acuerdo a las condiciones históricas y los movimientos artísticos, este tipo de iniciativa personal continúa legitimándose como atractivo en el mercado nacional y foráneo.

En la ciudad de Matanzas, recientemente catalogada como destino turístico, paralelo a las instituciones estatales especializadas en la exposición y venta de arte, se ha desarrollado la modalidad de galería-taller, la cual cobra relevancia como alternativa individual y colectiva. De forma estratégica, la mayoría de estos espacios se ubican dentro del perímetro del centro histórico de la urbe. En conjunto con el resto de los atractivos propios de la ciudad de Matanzas, las galerías-taller localizadas en la urbe pueden captar el interés de los visitantes extranjeros y favorecer la afluencia del turismo especializado en la comercialización de obras de arte. Todo ello facilitaría la difusión de la cultura local y nacional, además de los beneficios económicos resultantes de la actividad.

Dada la importancia y actualidad del asunto en cuestión, resulta de utilidad para los medios locales difundir las oportunidades que ofrece la ciudad a los visitantes extranjeros. En el caso escogido (el Telecentro *TV Yumurí*), la página web ofrece mayor visibilidad que los sitios web del *Periódico Girón* y de *Radio 26*. El reportaje, además, permite abordar el fenómeno desde múltiples aristas y testimonios de distintas fuentes (artistas, visitantes, especialistas, historiadores, representantes de agencias de viajes), lo que aporta riqueza en contenido a un producto comunicativo que muestre a la galería-taller local y sus potencialidades como parte del destino turístico ciudad de Matanzas.

2.4 Premisa

La galería-taller del artista constituye un atractivo turístico importante para la transmisión de la cultura local y nacional y para el desarrollo del turismo de ciudad de Matanzas.

Clasificación de la investigación

La presente investigación se centra en obtener resultados con un basamento científico que contribuyan a la realización de un producto comunicativo final por lo que se corresponde con la clasificación de tesis para la producción. Según Saladrigas “se distingue de otro tipo de investigación social por su destino final y el modo de empleo de las técnicas y procedimientos, son investigaciones previas a la elaboración de crónicas, documentales, libros, estrategias, campañas de publicidad o relaciones públicas, promoción de ventas o integrales” (H. Saladrigas, 2000). Este tipo de estudio se propone la obtención de información relacionada con la producción intencionada de mensajes destinados a un público meta, que permitan la realización de un reportaje multimedia, en este caso relacionado con las potencialidades de la galería-taller del artista en beneficio del desarrollo del turismo de ciudad.

Esta investigación se corresponde con la perspectiva cualitativa pues utiliza herramientas especializadas para la obtención de información sobre cómo los integrantes de la muestra interpretan e interactúan con un fenómeno cultural y económico, cómo se manifiestan emociones y sentimientos alrededor de este y pone a prueba la capacidad de observación del investigador. Se vale de la comunicación cara a cara con los individuos pertenecientes a determinada cultura o sistema. En este caso, se busca determinar cuáles son los atractivos del espacio de creación artística en vivo para captar la atención del público extranjero que visita la ciudad, teniendo en cuenta aspectos como la diversidad cultural que la galería-taller brinda a Matanzas y su rol en la transmisión de los valores distintivos del arte cubano.

A partir de los resultados, se construyen análisis profundos y fundamentados sobre el tema en general y se pone en práctica una de las herramientas del reportaje: el contraste de información entre una fuente y otra.

Por su finalidad es de tipo aplicada, puesto que esta clasificación responde a todas aquellas investigaciones cuyos propósitos y resultados están encaminados a la resolución de problemas concretos y para proporcionar informaciones precisas destinadas a la futura toma de decisiones. De hecho, el reportaje final tiene como objetivo brindar datos sobre las potencialidades de la galería-taller para el desarrollo del turismo de ciudad en Matanzas. Además, por su temporalidad es transversal al centrar el estudio del fenómeno en un momento histórico dado, es decir, en los momentos actuales que coinciden con la reparación y remodelación de parte de la infraestructura de la ciudad de Matanzas y de su reconocimiento como destino turístico.

Teniendo en cuenta su profundidad se clasifica como exploratoria-descriptiva porque persigue la recogida de información preliminar sobre un fenómeno escasamente abordado dentro del ámbito cultural y económico cubano y provincial. Así también procura servir de base para fundamentar hipótesis posteriores e investigaciones que profundicen el tema. Se caracteriza el fenómeno en cuestión y se especifican los rasgos y tendencias actuales en que se manifiesta dicha temática dentro del ámbito cultural, económico y social.

2.5 Campo de acción y objeto de estudio:

El objeto de estudio de la presente investigación es la galería-taller como unidad de producción artística y cultural con potenciales atractivos para el turismo de ciudad. El campo de acción radica en los atractivos turísticos que posee la galería-taller que pueden contribuir al desarrollo del turismo de ciudad en Matanzas.

2.6 Tipo de diseño

La investigación se corresponde con el diseño de caso múltiple en la que “se utilizan varios casos únicos a la vez para estudiar la realidad que se desea explorar, describir, explicar, evaluar o modificar.” (Rodríguez Gómez, 1999) A la vez, se enmarca en los estudios inclusivos, que “analizan la realidad como una serie de subunidades que exigen un tratamiento diferenciado”. (Saladrigas, pp.)

Durante el proceso investigativo se determinó que existían notables particularidades entre las galerías-taller de la muestra, por ende, no era adecuado analizar, si se quiere obtener una visión más completa del fenómeno, solo una de estas unidades. Las potencialidades de cada uno para atraer a turistas en la ciudad están influenciadas por muchos factores como la ubicación geográfica, la existencia o no de una vía de promoción del arte que se produce, el capital simbólico de cada artista y la popularidad y calidad de su trabajo. Se hizo necesario entonces valorar el fenómeno de manera general e inclusiva, para poder obtener rasgos comunes a partir del estudio de casos distintos e individuales.

2.7 Definición de la categoría analítica

Potencialidades culturales: Fuerza, poder o capacidad de la que dispone una entidad, unidad económica, institución, actividad o persona de transmitir la cultura local o nacional, los modos de pensar y hacer de la sociedad en la que se inscribe y sus principales valores y peculiaridades.

Dimensiones de la categoría analítica:

Localización geográfica	Espacio geográfico que ocupa la galería-taller dentro de la ciudad de Matanzas. Puede estar ubicado dentro de la zona turística del centro histórico o fuera de esta y, específicamente, en lugares estratégicos para el turismo como el paseo de la calle Narváez. Influye sobre: <ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento dentro del destino turístico Matanzas • Volumen de ventas • Accesibilidad a la galería-taller • Interacción con el turismo que realiza tours por la ciudad
Capital simbólico del artista	Ciertas propiedades que se perciben como inherentes a una determinada persona, como pueden ser el prestigio, la reputación, el crédito, la fama, la notoriedad, el buen gusto, etc.:

	<p>“(…) no es más que el capital económico o cultural en cuanto conocido y reconocido.” (P. Bordieu (1987), 2003)</p> <p>Elementos que lo determinan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Trayectoria artística del creador • Reputación • Reconocimiento en los medios locales y nacionales • Calidad de las obras • Marketing y promoción • Participación en eventos internacionales • Imagen del artista <p>Influye sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ofertas de trabajo • Interacción con el turismo especializado y con determinados subgrupos dentro de este • Volumen de ventas • Aceptación de las obras • Inclusión o no en los tours por la ciudad
<p>Manifestación artística</p>	<p>Expresión creativa que, mediante el empleo de diversos recursos y materiales, permiten a las personas mostrar sus ideas, emociones, percepciones sobre el mundo exterior. “Gracias a este tipo de manifestaciones, los artistas cuentan con un espacio abierto para plasmar, de manera explícita o alegórica, el fruto de su imaginación y su punto de vista sobre el entorno que les rodea.” (Torres, 2017)</p> <p>Dentro de las manifestaciones de las artes visuales, la pintura y la escultura forman parte de las más antiguas y de las de mayor aceptación. El hecho de que un artista se dedique a una manifestación</p>

	u otra dentro de las artes visuales puede devenir atractivo para los turistas nacionales y extranjeros. Cada manifestación posee su público, lo que implica la interacción de los artistas locales con subgrupos dentro de un turismo especializado.
Temáticas de las obras	Los temas escogidos influyen sobre la identificación del espectador con la obra, a partir de lo cual se producen sensaciones y emociones. La sensualidad, la crítica social y/o política, la presencia de símbolos identitarios de la cultura matancera, cubana y universal, la representación del paisaje natural y urbano, son aspectos que potencian la comercialidad de una pieza de arte y ayudan a la creación de una imagen para el artista y en conjunto, para la ciudad.
Representación de la realidad cubana en las obras	Generalmente, el turista que consume arte y cultura como producto, viaja en busca de elementos que distinguen al país visitado, a la localidad. Por ende, la representación lo cubano y de lo matancero, de lo histórico y lo cultural, de lo social y lo político de Cuba y de la ciudad les ofrecen valor agregado a las obras y al espacio donde son creadas.

2.8 Fuentes de información

Documentales: Estas contemplan exclusivamente la consulta de fuentes de tipo bibliográficas para sistematizar información, caracterizar comportamientos teórico-conceptuales o referir aspectos históricos. Sirven de apoyo a la investigación empírica o pueden constituir una investigación en sí misma. (Saladrigas, pp.) Las principales fuentes documentales empleadas fueron obtenidas de la web, puesto que el periodismo hipermedia es un tema que genera debates diversos y actuales, lo que demanda información publicada de forma reciente. Sobre todo, se utilizaron artículos de especialistas en comunicación y periodismo, en gran parte españoles, para conceptualizar los recursos hipermedia teniendo en cuenta la diversidad de opiniones.

Empíricas: Contempla el contacto con los sujetos sociales, con los que se produce un intercambio verbal directo o indirecto, para conocer sus experiencias, vivencias y valoraciones en relación con el objeto de estudio, según define la Dra. Hilda Saladrigas

en su presentación sobre metodología de la investigación. Este tipo de fuentes resultó de gran valor para la elaboración de un producto comunicativo que posee la particularidad de ser un medio para exponer los criterios de los individuos sobre determinado fenómeno. Además, especialistas en marketing y publicidad constituyeron las fuentes para obtener información sobre los temas relacionados con el turismo de ciudad.

2.9 Métodos

Teóricos: de acuerdo con los objetivos de la investigación, se empleó el método **dialéctico-materialista**, pues permite conocer y comprender la realidad como práctica, por lo que unifica esta última con la teoría. Este constituye el **método rector** puesto que estudia el objeto de investigación en sus aspectos dominantes, comenzando por lo más simple. Enfoca la realidad como un proceso de constante transformación y movimiento. Además, concibe las ideas como expresión de las relaciones sociales y estas como expresión del modo de producción y las fuerzas productivas. (Saladrigas, pp.) Con la ayuda de este método, es más fácil interpretar un fenómeno social como la producción y venta de arte para el turismo de ciudad dentro del marco de una sociedad socialista, donde los procesos de comercialización se dan bajo condiciones específicas y distintas al resto de los países.

El análisis-síntesis, tiene como centro en el análisis en calidad de operación intelectual que permite descomponer mentalmente un todo complejo en sus partes y cualidades. Es decir, las separa conscientemente en sus múltiples relaciones y componentes. “La síntesis es la operación inversa, al establecerse mentalmente la unión entre las partes previamente analizadas. Esta operación posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos de la realidad.” (Milián, 2016) Este método es útil para sistematizar la bibliografía empleada. Es decir, para analizar por partes los textos que fueron consultados para determinar las características del reportaje hipermedia y descomponer este en sus diferentes elementos.

El **histórico-lógico** fue empleado para analizar la trayectoria de la galería-taller en la ciudad, sobre todo dentro de las dos últimas décadas, así como también su rol dentro de la creación artística matancera en relación con el turismo en la ciudad.

Empíricos: la revisión bibliográfica y documental. “Esta revisión se hace de manera selectiva, puesto que generalmente cada año se publican en diversas partes del mundo cientos de artículos de revistas, libros y otras clases de materiales dentro de las diferentes áreas del conocimiento” (Hernández, et al., 2006) Resultó de mucha importancia a la hora de conformar el marco teórico de la investigación, sobre todo de los epígrafes relacionados con la hipermedialidad, el reportaje como género periodístico en transformación y sus características en la web. De igual manera, los conceptos relacionados con los elementos de hipertexto e interactividad fueron obtenidos de la revisión de bibliografía actualizada. Para ello se recurrió primero a la consulta de las fuentes de información más actualizadas (publicadas hasta hace cinco años atrás) hasta las menos recientes, teniendo en cuenta que estas últimas no hayan sufrido cambios durante el proceso de validación del conocimiento.

2.10 Técnicas

Encuesta: Según comentan las investigadoras Margarita Alonso e Hilda Saladrigas, la encuesta “es el método de obtención de información primaria sociológica basado en el planteamiento de preguntas orales o escritas al conjunto de personas investigado.” (Alonso, et al., 2000) El contenido de las preguntas es el problema de la investigación al nivel empírico. Por el carácter de la interacción las autoras distinguen dos tipos de encuesta: por cuestionario y por entrevista.

En la presente investigación empleamos la primera modalidad. Esta consiste en “una serie de preguntas dirigidas a un determinado número de personas para conocer una situación social, un hecho, una actitud, una opinión.” (Alonso, et al., 2000) Las preguntas, en dependencia de las posibles respuestas, pueden ser abiertas, cerradas o mixtas. Según el contenido de la pregunta, se dividen en acerca de hechos, acerca de conocimientos, y acerca de opiniones, actitudes y motivos de conducta. Atendiendo al objetivo, se clasifican en esenciales, funcionales, funcionales psicológicas, preguntas filtro y preguntas de control.

Posee un encabezamiento, una consigna, una introducción y un cuerpo. Este instrumento ofrece anonimato a los encuestados, lo que puede permitir la obtención de respuestas

más verosímiles y menos prejuiciadas. Por ende, resulta útil para recoger datos que otras técnicas no ofrecen y para establecer comparaciones entre respuestas obtenidas por medio de la entrevista.

Entrevista: Según Gregorio Rodríguez (Rodríguez Gómez, 1999) la entrevista constituye uno de los medios eficaces para acceder al conocimiento, las creencias, los rituales, a la vida de una sociedad o cultura, que permite además la obtención de datos en el propio lenguaje de los sujetos. Esta técnica permite obtener respuestas más elaboradas sobre el objeto de estudio a través de criterios y opiniones sostenidas por los otros.

El objetivo principal de esta técnica cualitativa es construir el sentido social de la conducta de individuos o grupos de individuos, por medio de la recogida de un conjunto de saberes privados. (H. Saladrigas, 2000) En la presente investigación se utilizó la entrevista de tipo semiestructurada que resultó de singular importancia por su flexibilidad. Es decir, esta técnica permite la obtención de datos ofrecidos por los artistas a partir de una serie de preguntas cuya estructura está sujeta a cambios y puede incluir otras interrogantes si las características de los entrevistados así lo requieren.

Triangulación: se caracteriza por “integrar y contrastar la información disponible para construir una visión global, exhaustiva y detallada de cada experiencia particular” (Rodríguez, Gil y García, 2002). Su empleo se hizo útil para cruzar la información obtenida a partir de la aplicación de la entrevista a cada integrante de la muestra. La información obtenida se contrastó con la ofrecida por la encuesta y la entrevista aplicadas a turistas extranjeros, y al historiador y al conservador de la ciudad, respectivamente. Este tipo de triangulación, que se basa en la utilización de diferentes fuentes y métodos de recolección se le denomina triangulación de datos.

2.11 Población y muestra

Para la investigadora Hilda Saladrigas, la población se define como “el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (Saladrigas, pp.), por ende, la población se corresponde con todos las galerías-talleres de la ciudad de Matanzas. La muestra es la unidad de análisis o el conjunto de personas, eventos o contextos y sucesos

sobre los cuales se recolectan datos, sin que necesariamente sean representativos del universo. En el presente caso, la población está conformada por las galerías-taller de artistas ubicados en la zona del centro histórico. Este criterio se tomó en cuenta debido a la importancia turística, cultural, histórica y económica que posee dicha ruta para los visitantes extranjeros y para la ciudad.

La muestra seleccionada es de tipo dirigida por teoría o muestra por criterios, pues se seleccionaron las galerías-taller porque poseen uno o varios atributos que contribuyen a desarrollar una teoría. Es decir, se seleccionaron atendiendo a su ubicación geográfica para enfatizar en sus potencialidades en una zona de prioridad para el desarrollo de actividades turísticas, como lo es el paseo peatonal de la calle Narváez. Este es frecuentado por extranjeros y cubanos que desean conocer sobre la producción artística de Matanzas y las autoridades locales pretenden convertirlo en una singularidad dentro la urbe. Se tomó también en cuenta la manifestación dentro de las artes visuales que desarrollan los creadores puesto que la pintura y la escultura fueron las primeras variantes de las artes visuales en desarrollarse, por ende, poseen aceptación dentro de las diferentes culturas. Se tuvo en cuenta también el capital simbólico de los artistas puesto que el reconocimiento de su trayectoria a nivel nacional e internacional, en conjunto con la imagen de su galería-taller, constituyen un elemento diferenciador y atractivo. Los integrantes de la muestra son:

La *Galería-Taller Lolo*, donde se produce escultura, dibujo y cerámica. Compuesta por varios artistas: Osmany Betancourt (Lolo), Manuel Hernández, Dariel Lozano, David Falcón, Helga Montalván, Osmany Betancourt (hijo), José Carlos Chávez, Pedro Luis Cuellar y Waldo Hernández.

La *Galería-Taller El Garabato* de Adrián Socorro, donde se produce pintura

La *Galería-Taller Mederos* de Jesús Alberto Mederos, donde el artista se dedica fundamentalmente a producir murales, se llevan a cabo proyectos de enseñanza de las artes plásticas para niños sin amparo filial y para otros sectores que necesiten reintegrarse a la sociedad.

Capítulo 3 Resultados de la investigación

A partir de la aplicación de las técnicas de obtención de datos a los integrantes de la muestra y a un grupo de individuos que aportaron información complementaria para la realización del reportaje *De la idea a la forma: Matanzas, una ciudad turística*, fue posible determinar que la galería-taller constituye un atractivo turístico para los visitantes nacionales y extranjeros.

Matanzas, a partir de la década del 20 del siglo pasado, sufrió un período de decadencia desde el punto de vista cultural que continuó hasta después de 1959. Según el conservador de la ciudad Leonel Pérez Orozco, durante este lapso de tiempo se logró mantener el acervo cultural conservado durante varias generaciones. Paralelamente, la ciudad comienza a declinar en otros aspectos como la urbanización, los paisajes y la arquitectura. Durante los primeros 30 años de la Revolución, su economía dependía fundamentalmente de los aportes agrícolas de las tierras contenidas en la provincia para abastecer otras localidades y los polos turísticos cercanos. Por ende, la infraestructura que poseía no era adecuada para recibir a grandes cantidades de turistas. Se convirtió en una ciudad de tránsito entre la Habana y Varadero. Como respuesta a esta situación, se diseñó el Plan 325 para conmemorar el aniversario de la urbe, remodelarla y recuperar el lugar que poseía anteriormente dentro del país.

Para ello (y poniendo especial énfasis en el centro histórico) se crea la Oficina del Conservador de la Ciudad, que es la institución encargada de gestar el patrimonio constructivo, vial y comunitario de una forma rehabilitadora puesto que el resto de las instituciones relacionadas con el patrimonio local no incluyen dentro de su objeto social la rehabilitación. El Plan 325 fue organizado por la Oficina del Conservador y le entregó al gobierno local el Plan Maestro. Este pretendía, a partir de un punto de desarrollo de importancia dentro del centro histórico, extender la rehabilitación en forma de anillos hasta cubrir toda la zona.

De esta forma, se intervinieron edificaciones, espacios públicos, se ganaron plazas, se comercializaron calles, otras se habilitaron para convertirse en espacios peatonales, se

estructuró el cambio de uso de plazas y edificios para ambientarlos en torno a un tema (religioso, patrimonial, gubernamental). Se rescataron hoteles como el Louvre (administrado por Cubanacán con la marca Encanto) y el Río San Juan, y se pretende recuperar el Yara y el Libertad. Se remozaron también el Café Atenas y el Café Caribe. Todo ello responde a la previa existencia de una escasa plaza habitacional, según los datos ofrecidos por Zaid Javier Díaz Méndez, Especialista Principal Comercial de la Delegación del Ministerio de Turismo (Mintur) en Matanzas. Como resultado, la provincia se convirtió en la cuarta en importancia desde el punto de vista del alojamiento no estatal en el país. Todas estas tareas de remodelación provocaron congestión en las calles y obstaculizaron la afluencia de turismo por el centro de la ciudad. A pesar de ello, aún queda parte de la infraestructura por construir (baños públicos, mejoramiento de servicios).

A la llegada del aniversario de la ciudad en octubre de 2018, esta se presentaba de una manera más atractiva y remodelada, en un intento de reposicionarla en el mercado turístico. El Ministerio de Turismo decide declarar a Matanzas como destino turístico teniendo en cuenta que la ciudad posee paisajes naturales de singular belleza, presencia de ríos, cuevas, valles, pantanos, farallones costeros, bosques, isletas cárnicas, terrazas marinas y manantiales de agua subterránea en equilibrio con la urbanización. El sitio de interés turístico más antiguo aun en explotación del país está ubicado en las afueras de la ciudad (las Cuevas de Bellamar) así como también el Parque Río Canimar en la modalidad de ecoturismo.

Desde el punto de vista cultural Matanzas posee un grupo de atractivos turísticos que pueden conformar un producto turístico de calidad: en la ciudad surgió el baile nacional (danzón), el danzonete, el mambo (por Dámaso Pérez Prado) y la rumba (patrimonio inmaterial de la humanidad), los dos primeros poetas nacionales fueron matanceros (Bonifacio Byrne y Agustín Acosta), la poetisa Carilda Oliver Labra, una de las más importantes de los últimos años, exponentes del Romanticismo como José Jacinto Milanés, Domingo y del Monte inició sus tertulias literarias en Matanzas y el Teatro Sauto (único en su tipo en toda América Latina). Fue el hogar de pintores de importancia para

el desarrollo del arte en Cuba como Esteban Chartrand, Lorenzo Padilla (de reconocimiento internacional y representante de la vanguardia cubana del siglo pasado) y Francisco Cobo (exponente de la paisajística nacional).

Según Pérez Orozco, el Paseo Narváez, donde están enclavadas las galerías-taller de los artistas que integran la muestra, va a extenderse alrededor de dos cuadras más hasta llegar al puente Sánchez Figueras y se pretende entregar más espacios a los artistas, además de la creación del Museo de Arte Contemporáneo de la ciudad en la calle Río, ocupando el edificio de la antigua Clínica del Doctor Tamargo. La Oficina del Conservador, para apoyar este movimiento de artistas habilitó una galería de arte alternativa en su mismo edificio y en el ático derecho de este se les permitirá a cinco artistas poseer sus espacios privados.

Sin embargo, la decisión de declarar a la ciudad como destino turístico no significa que automáticamente se convierta en ello, pues es necesario elaborar una estrategia de posicionamiento en el mercado internacional, un plan de marketing y asegurarse de que existe toda la infraestructura necesaria para recibir a los visitantes, entre otros aspectos. Además de ser necesario un previo estudio de mercado, para el Ercilio Vento Canosa, historiador de la ciudad, no se trata solo de decidir qué puede ser destino turístico y qué no, sino de descubrir qué elementos están ganando espacio dentro del mercado internacional. Es necesario crear un destino que posea un producto turístico exclusivo y singular, que ofrezca elementos que no se encuentren en otros territorios del país.

Para ello, según comenta Días Méndez, en mayo de 2020 se realizará la Feria Internacional de Turismo en Varadero, donde se pretende insertar a Matanzas dentro de las opciones turísticas del país. Durante el Post-tour de la pasada edición del evento que tuvo lugar en la ciudad, se dedicó un día al territorio y la prensa internacional visitaron por los principales atractivos de la urbe.

El Consejo de Agencias de Mintur, integrado por todas las instituciones que venden paquetes de excursiones en la provincia, es el encargado de aprobar la ruta que conforma

los distintos tours por el corredor turístico. En el caso de Paradiso que se especializa en las categorías de Patrimonio y Cultura, comercializa dos recorridos por la ciudad, según la información proporcionada por Evelyn García Cuervo, Promotora de Ventas de esta agencia:

- *Matanzas: encantos y tradiciones*, que comprende un recorrido por el centro histórico donde se visita el Museo Farmacéutico, el Parque de La Libertad, el Hotel Velazco, la Sala White con un maridaje de ron, café y tabaco, las Cuevas de Bellamar y la ermita de Monserrate.
- *Aché Matanzas*, este ofrece un recorrido más especializado. Se realiza en autos antiguos e incluye el Castillo de San Severino, el Museo Farmacéutico, la ermita de Monserrate, la visita a una casa-templo de religión afrocubana en la barriada de Simpson y un paseo en bongo por el río Canímar hasta llegar a La Arboleda, donde se ofrece un almuerzo para los visitantes.

3.1 Desde la galería-taller

A partir de la interacción de los artistas con el turismo foráneo y de sus viajes por otros países, se pudo confirmar que la galería-taller local deviene elemento de originalidad y singularidad, dado que generalmente no son de acceso público a nivel internacional. Uno de los atractivos que poseen estos espacios consiste en que los espectadores pueden observar el proceso de creación de las obras, por ende, se produce un espectáculo alrededor de estas. La posibilidad de conversar con el artista e intercambiar experiencias suplanta la “frialdad” y la distancia de las paredes de un museo. Muestra, además, una opción distinta a la imagen tradicional de la mujer cubana, concebida internacionalmente como un objeto de comercio materializado en la mulata rumbera y asociado a productos como tabaco y ron, según comenta Ercilio Vento Canosa, historiador de la ciudad. Como resultado, se contribuye a la recuperación el paisajismo como tradición en el territorio, que estuvo relegado a un segundo plano a partir de 1959 porque el artista visual tuvo que sumarse al momento político donde predominaba el realismo socialista.

En relación con la comercialización, una de las ventajas que posee la galería-taller radica en la independencia y la flexibilidad de los horarios de exposición, sin necesidad de trasladar las piezas a otro lugar. desde el punto de vista de la economía de la ciudad ofrece beneficios en dos sentidos: ofrecen empleo a otros artistas y a jóvenes que

incursionan en las distintas manifestaciones de las artes visuales, y aportan ingresos al territorio a partir del pago de impuestos.

A partir de la encuesta realizada a un grupo de turistas sobre estos espacios, fue posible determinar que, manera general, existe un desconocimiento sobre las características del arte cubano, lo que fue evidente al pedirle a los encuestados que ofrecieran su opinión sobre este. Uno de los encuestados manifestó que el arte cubano posee escasas opciones expositivas y de comercialización. Otra respuesta de interés lo detalla como “más adelantado que la sociedad en su conjunto” (en este caso el individuo posee un conocimiento más profundo de la sociedad cubana y su producción artística).

Ante este fenómeno, la galería-taller en Matanzas funciona como lugar de resistencia cultural que transmite los valores de cubanía y matanceridad. Constituye también un centro educacional en el que se imparten clases sobre varias temáticas como, por ejemplo, pintura, a niños sin amparo filial, a personas con cáncer, a jóvenes que necesitan reintegrarse a la sociedad y a extranjeros de varias nacionalidades. Esta iniciativa apoya el trabajo de las instituciones y legitima la labor de los creadores e instructores de arte en la transformación social. Permite reposicionar la urbe como La Atenas de Cuba dentro del mercado del turismo especializado internacional, lo que amplía la oferta de sol y playa. Además, la interacción con los artistas matanceros favorece la transmisión de símbolos extraídos de la cotidianeidad nacional que trascienden la imagen comercial de las calles habaneras y los autos antiguos. Ello permite también educar en el gusto por el arte a la población tras años de pérdida del interés por las tradiciones culturales en los sectores más jóvenes. Significa cero costos para el gobierno municipal porque no requieren del otorgamiento de presupuesto y reportan ingresos para el sector privado del alojamiento a través del pago de alquileres.

Por otro lado, el reconocimiento a nivel mundial de un producto turístico de calidad en el ámbito de la pintura y la escultura favorece la afluencia de galeristas y coleccionistas en beneficio del talento local. Sin embargo, la calle Narváez no es exclusiva de los artistas visuales, sino que también es escenario de actividades gastronómicas, ferias de artesanía y recreación con música grabada. Dicha situación ha provocado descontento en una parte de los entrevistados. El pintor Adrián Socorro considera que las autoridades están intentando recuperar la inversión realizada en esa zona como parte del Plan 325

para remodelar la urbe de la manera más rápida posible sin percatarse de que existen otras vías más adecuadas a la imagen del lugar.

Tanto para Vento Canosa como para Pérez Orozco, Matanzas puede convertirse en un destino para el turismo especializado en compraventa de arte. Es importante que exista también cierta espontaneidad, es decir, que los turistas encuentren y descubran estos espacios por sí mismos. Esta iniciativa atrae a un turismo más pudiente que el que ingresa al país y compra arte en las ferias de artesanía.

Sin embargo, a pesar de que la ciudad fue declarada destino turístico, la mayoría de los extranjeros encuestados no conocen que en la ciudad de Matanzas existen galerías-taller de carácter público en las que pueden intercambiar con los artistas (aunque el 90% de estos mostraron interés por realizar un tour que las incluya). Esta situación puede ser resultado de la falta de inserción de Matanzas y sus atractivos en el mercado turístico internacional. Además, los turistas que viajan a Cuba atraídos por la noción de “sol y playa” no son, de manera general, un grupo conocedor de las particularidades de la ciudad. Existe una distorsión de las artes visuales cubanas, generadas por las ferias de artesanía que se asocian al Fondo de Bienes Culturales, lo que provoca que muchos turistas que llegan por primera vez al país relacionen el arte nacional con el que se produce con un fin fundamentalmente comercial.

Por otra parte, el 93% de los encuestados prefieren comprar una obra de arte en la galería-taller del artista en lugar de adquirirlas en los museos estatales, incluso cuando no han visitado ninguno de estos espacios en la urbe. De manera general, las experiencias de los individuos en las galerías-taller que visitaron fueron positivas. Para definir las emplearon adjetivos como excelente, interesante, creativa, enriquecedora. Solo uno de los individuos (que también se dedicaba al arte como profesión) definió el encuentro como insuficiente.

Según el historiador, los turistas con los que ha intercambiado muestran mayor interés por observar las obras de los artistas radicados en la calle Narváez (donde se localizan los integrantes de la muestra) que la galería estatal *Esquerré*. Otra de las posibilidades que ofrece este paseo peatonal desde el punto de vista turístico es que los pintores y dibujantes puedan producir arte en caballete al aire libre. Según García Méndez,

agencias como Habanatur y Cubanacán tienen comprendida dentro de sus opciones de viaje el recorrido por esta calle para visitar la *Galería-Taller Lolo*.

En orden de elevar el nivel cultural de la ciudad, se deberían potenciar las artes visuales, la música y el baile, en conjunto con la herencia africana. También consideran que las galerías-taller deben estar incluidas en los tours por la ciudad porque los artistas locales poseen talento reconocido, lo cual fue reconocido por Miguel Díaz-Canel Bermúdez, Presidente de los Consejos de Estado y de Ministros, durante la exposición de piezas en la XIII Edición de la Bienal en Matanzas 2019.

A raíz de los resultados de la encuesta, fue posible determinar que las galerías-talleres de los artistas constituyen un elemento atractivo para el turismo de manera general, sin embargo, la ciudad necesita posicionarse por sus singularidades dentro del marco del turismo especializado, porque existen dos destinos legitimados dentro del corredor turístico en que se encuentra Matanzas: La Habana y Varadero. Por ende, la mayoría de los visitantes optan por paquetes de excursiones que incluyan dichas ciudades.

3.2 Destinatarios o público meta y niveles de recepción

Independientemente del formato en el que se presente reportaje, deben tenerse en cuenta las características del público al que está dirigido para facilitar su posterior decodificación. A partir del conocimiento de sus particularidades se establecen entonces las estrategias de socialización de la información, en consecuencia con los rasgos comunicativos del receptor.

El reportaje *De la idea a la forma: Matanzas, una ciudad turística* está dirigido fundamentalmente a la población matancera pues esta se encuentra directamente afectada por la afluencia o no de turistas a la ciudad. Dentro del conjunto de todos los integrantes de la sociedad en el territorio, existen varios grupos de interés a los que está destinado el producto comunicativo:

- las autoridades locales relacionadas con la administración y mejoramiento de los servicios turísticos en la urbe;
- los artistas visuales (porque se pretende impulsar el surgimiento de nuevas galerías-taller a partir de la divulgación de sus ventajas);

- los directivos de agencias de viajes y turoperadores (con la intención de que propongan la inclusión de las galerías-taller radicadas en el destino turístico Matanzas dentro de la cartera de opcionales);
- los extranjeros de habla hispana interesados en conocer la ciudad y sus atractivos turísticos.
- La sociedad matancera en general, fundamentalmente el público comprendido entre los 20 y los 45 años dada la familiarización de los individuos de estas edades con las nuevas tecnologías y el uso de internet. Se especifica este grupo etario teniendo en cuenta que pueden realizar un mejor uso de los recursos de hipertexto, multimedialidad e interactividad presente en el reportaje. Sin embargo, esto no significa que personas de otras edades y locaciones no puedan tener acceso a este y comprenderlo a cabalidad.

Al ser el telecentro *TV Yumurí* uno de los principales medios de difusión masiva de la localidad, su página web puede ser considerada una fuente de información confiable por internautas de varios lugares del mundo que deseen informarse sobre el acontecer de la provincia. Por ende, la publicación del reportaje *De la idea a la forma: Matanzas, una ciudad turística* en esta plataforma digital puede contribuir al posicionamiento de la ciudad como destino turístico dentro de la agenda mediática nacional.

En la página web del medio, los reportajes multimedia publicados ofrecen al final del texto la oportunidad de comentar sobre lo leído, por ende, existe un elemento de interactividad. Se emplean frecuentemente los enlaces superpuestos que remiten hacia otras noticias de interés relacionadas con el tema principal. Generalmente, se emplean imágenes para complementar la información, pero la utilización del video en estos reportajes no es común, debido a al tiempo que requiere colocarlos en YouTube. Por ende, el producto comunicativo *De la idea a la forma: Matanzas, una ciudad turística* ofrece la oportunidad al medio de publicar un reportaje que integra la mayor parte de los elementos multimedia y de hipertexto.

Los niveles de recepción se pueden medir a través de los análisis estadísticos semanales y mensuales que se realizan para analizar qué secciones y qué contenidos gozan de mayor aceptación.

3.3 Institución Comunicativa

El reportaje *De la idea a la forma: Matanzas, una ciudad turística* se socializará en la página web del telecentro provincial TY Yumurí. Para la selección del medio se tomó en consideración la importancia de este dentro del ámbito provincial y el interés que se le ofrece a la sección de cultura, aunque el presente producto comunicativo incluye etiquetas como Turismo, una de las más atractivas para los internautas.

Como fecha de publicación se escogió el día 17 de junio de 2019, teniendo en cuenta que recientemente, (el 13 de octubre de 2018) Matanzas fue declarada destino turístico por el Mintur (un día después de su 325 aniversario), por lo que se está intentando posicionar la ciudad dentro del mercado internacional. Además, desde los medios se puede motivar a los turoperadores y representantes de agencias de viaje a ampliar su cartera de opciones.

La web

En Matanzas, la tarea de crear la página web del Telecentro *TV Yumurí* se realizó sin poseer un informático propio, por lo que se contó con la colaboración de Denis Flores Sitges, quien desempeñaba esa función en el Periódico Girón. El proceso duró dos semanas. Oficialmente el portal digital estaba listo en el 2002. Ante la ausencia de personal calificado, Sitges asumió el rol de webmaster. Se dedicaba armar el contenido a partir del material que le entregaban los periodistas. Por otro lado, existían dificultades de conectividad puesto que la conexión se establecía a través de un módem. Ante la falta de acceso generalizado de los periodistas al mundo digital, estos no conocían los recursos que ofrecen las páginas web, por ende, se reelaboraban los materiales audiovisuales para después montarlos en el sitio, en lugar de realizar una producción de contenidos específicamente para este medio.

En el mismo se incluyó información demográfica y geográfica de los municipios, leyendas matanceras y noticias divididas en sectores. En ese momento se carecía de noticias nacionales e internacionales, las cuales fueron introducidas posteriormente por Roberto Pérez Betancourt, en conjunto con el perfil editorial del medio y las normas de redacción y estilo para el sitio web.

“El sello distintivo de la matanceridad fue el atributo principal de aquella web periodística, pues al abrirla aparecía en audio un fragmento de la obra musical *Yumurí* del compositor cubano Eduardo Sánchez de Fuentes, tema que identifica al canal; además se publicaban las efemérides.” (Madan, 2015) Una de las limitantes del portal digital era su condición de estático, es decir, no era posible explorar las facilidades de la interactividad.

En 2013 se comenzó a utilizar el software WordPress para garantizar mayor seguridad, estabilidad y por su popularidad dentro del ámbito periodístico internacional. La web se encuentra alojada en los servidores del ICRT (Instituto Cubano de Radio y Televisión) y se puede acceder a este a través del enlace <http://www.tvyumuri.icrt.cu/>. Con el decursar del tiempo el medio se fue insertando en las redes sociales, de manera que hoy posee cuentas activas en Facebook, Twitter y YouTube (aunque se comenzó a incursionar en Instagram). Hoy los conocimientos de los periodistas sobre el manejo de las herramientas digitales han permitido aumentar su visibilidad dentro de la red de redes.

Actualmente, cuenta con las siguientes secciones: Matanzas, Cuba, Mundo, Cultura, Deportes, Opinión, Ciencia, Salud, Fotorreportajes, Turismo, Sociedad y Programas.

3.3.1 Rutinas productivas

El equipo de trabajo de la versión digital de *TV Yumurí* está compuesto por El Jefe de Información (periodista Miguel Márquez Días), tres editores (Yanet Peña Acosta, Barbra Eliza Sánchez Godines y Arnaldo Mirabal) y el Webmaster, SEO y encargado del diseño, la producción y la edición del video (Gustavo Rodríguez Luque). Los periodistas, de manera general, tributan a la página web con informaciones, reportajes, crónicas y otros géneros que en varias ocasiones adaptan al lenguaje de la web.

3.3.2 Redes sociales en *TV Yumurí*

las redes sociales más utilizadas en el telecentro son Facebook, YouTube y Twitter. Existe una cuenta en Instagram, pero aún no posee popularidad puesto que esta plataforma requiere de publicaciones constantes para obtener seguidores.

La cuenta oficial de *TV Yumurí* en Facebook sí posee mayor popularidad además de ser más activa, sin embargo, la de mayor número de seguidores y amigos (más de 14 mil) es

la del blog *Matanzas en Fotos*, en la que el webmaster Gustavo Rodríguez Luque publica con mayor frecuencia imágenes de la ciudad. En twitter cuentan con más de 781 seguidores.

Para analizar la actividad en las redes sociales se emplean las herramientas para medir estadísticas que estas plataformas poseen integradas. Los horarios de mayor interacción en estas redes son entre las 9:00 am y las 12:00 pm y entre las 4:00 pm y las 7:00 pm.

3.4 Del proceso de producción del reportaje

Todo producto comunicativo, independientemente del género o formato del que se trate, requiere de la definición de los objetivos, el diseño, la dramaturgia del contenido y el material de apoyo a la información principal.

De manera general, la producción del reportaje hipermedia constó de cuatro fases:

1. Investigación y realización del material periodístico
2. Confección del guion multimedia
3. Diseño
4. Programación

3.4.1 Investigación y realización del reportaje

Durante esta primera etapa se pudieron identificar tres pasos esenciales:

1. Definir del tema y la premisa del reportaje.
2. Recopilar información y realizar entrevistas.
3. Organizar de la información.

La selección del tema del reportaje *De la idea a la forma: Matanzas, una ciudad turística* se debe al escaso tratamiento del mismo en los medios locales. Existen trabajos periodísticos que abordan la temática del paseo peatonal de la calle Narváez, la inauguración de la *Galería-Taller Mederos*, de las acciones realizadas a raíz del desarrollo del Plan 325 y la declaración de Matanzas como destino turístico. Sin embargo, no existe un producto comunicativo que explique las características y ventajas de la galería-taller para creadores y turistas, así como tampoco que la analice desde el punto de vista de sus atractivos turísticos.

De manera general, el presente reportaje integra los resultados del proceso de restauración de la urbe, los porqués del cambio de ciudad de tránsito hacia destino turístico y sitúa a la galería-taller como un potencial atractivo dentro de Matanzas. Todo ello apoyado en encuestas y entrevistas. Constituye una respuesta a las necesidades comunicativas de varios sectores de la sociedad a raíz de estos acontecimientos.

Se decidió que el formato que permitía integrar los videos, audios, gráfico interactivo, mapa e imágenes que completan la información ofrecida por medio del texto, era el digital. De igual manera, el reportaje constituye un género dinámico e interpretativo que permite mostrar varias aristas de un mismo suceso, por ende, este resulta la manera más efectiva para combinar entrevistas, encuestas y otros datos complementarios, además de la riqueza narrativa que lo caracteriza.

Para la autora, este fue un período de tropiezos puesto que resultó su primera experiencia realizando un trabajo periodístico de tal complejidad. Para obtener información sobre el tema en cuestión se revisaron los trabajos publicados en los medios digitales de la provincia, lo cual permitió conocer qué elementos del tema habían sido abordadas.

Posteriormente se procedió a la elaboración de los cuestionarios aplicados a cada entrevistado, según la modalidad de entrevista semiestructurada y encuesta, de acuerdo a los intereses de la investigación. Se dispusieron 4 entrevistas y una encuesta (en inglés y español). Con estas herramientas se coordinaron los encuentros con las fuentes. A través de ellas fue posible recopilar gran parte de los datos, fotografías y videos que apoyaron el desarrollo del tema y la realización final del reportaje.

Los entrevistados fueron contactados atendiendo a su protagonismo respecto al tema, es decir, se comenzó con la visita a las tres galerías-taller que conforman la muestra de la investigación en las que se tomaron como fuentes a: Adrián Socorro, pintor y dueño de la *Galería-Taller El Garabato*, Osmani Betancourt (“Lolo”), Helga Montalván y Manuel Hernández, artistas de la *Galería-Taller Lolo* y Jesús Alberto Mederos, muralista y pintor de la *Galería-Taller Mederos*. Posteriormente se procedió a entrevistar al conservador de la ciudad Leonel Pérez y al historiador Ercilio Vento. Este orden se determinó teniendo en cuenta el nivel de participación de cada uno en la elaboración del Plan 325 y la remodelación de Matanzas. Posteriormente, se procedió a entrevistar a Zaid Javier Días, especialista principal comercial de la delegación del Mintur en la provincia, quien ofreció

datos sobre la decisión de declarar a Matanzas destino turístico. La penúltima fuente de información fue Evelyn García, promotora de ventas de la agencia de viajes *Paradiso*.

El último paso lo constituyó a la aplicación de una encuesta a un grupo de 30 turistas provenientes de varios países (México, Noruega, Colombia, Chile, Canadá y Alemania) que visitaron la ciudad durante el mes de mayo. Una de las fuentes de información que no estuvo relacionada con el proceso de remodelación de la ciudad ni con las galerías-taller fue la artesana y fotógrafa Hilda Carmen de Lara, quien colaboró con sus imágenes sobre Matanzas a la elaboración del reportaje.

Después de reunida la información relacionada con la temática en cuestión, se procedió a organizarla para decidir la pertinencia de su uso, tanto en la realización del producto comunicativo como en la conformación del tercer capítulo de la tesis. Se llevó a cabo un análisis de los datos recopilados, se seleccionaron los datos que funcionarían como hipertextos documentales y apoyarían el hilo narrativo central del reportaje, tales como los documentos sobre destinos turísticos y sobre el Plan 325. Se también seleccionaron las imágenes que formarían parte de la Galería y la Portada, y los videos a insertar en dentro y fuera del cuerpo del reportaje.

3.4.2 Confección del guion multimedia

La construcción de un guion multimedia constituye una tarea creativa de primer orden, pues es en este se definen las formas de narrar la historia, la estructura y organización de los datos y su diseño de interfaz. Teniendo en cuenta las nociones sobre de la elaboración de guiones para este reportaje multimedia, se decidió elaborar un guion conformado en tres partes: guion literario, guion técnico y guion gráfico, este último constituido por las escenas y el storyboard.

El primero se define como una argumentación de la temática abordada, en la que se explicitan el objetivo comunicativo que persigue el trabajo, la organización por núcleos de contenido, y las formas de interacción entre los mismos. En este guion queda reflejado toda la información que compone el producto, así como los formatos empleados. El guion técnico incluye los niveles de jerarquía entre los datos del reportaje y las conexiones que

pueden existir entre ellos. Con este se establece el tejido hipertextual del trabajo y se muestra la interacción entre los nodos de información.

Las escenas y el storyboard son componentes esenciales para construir el diseño de interfaz del reportaje. En estos se concibe la disposición de los elementos del producto, así como su estética y funcionalidad. La confección del guion multimedia resulta tarea esencial puesto que es el mapa que guía las formas en que el reportaje se concibe y estructura. A partir de su elaboración se puede percibir la complejidad que posee la realización de un producto comunicativo de como de esta tipología.

3.4.3 Programación

Para la realización del diseño del reportaje multimedia *De la idea a la forma: Matanzas, ciudad turística* se realizó una búsqueda sobre las experiencias de esta índole en medios nacionales y extranjeros. Como resultado se pudo determinar que, aunque existen otras maneras de organizar el contenido dentro de la página web, aún existen medios de difusión masiva digitales como el *New York Times* (norteamericano), *20 Minutos* (español) o *The Globe and Mail* (canadiense) emplean la tipología del reportaje tradicional en la web con la diferencia de que utilizan diversos recursos como mapas, hipertexto, videos, audios e infografías que se integran en el hilo narrativo.

Para la confección del diseño web se requirió de los conocimientos del Lic. Periodismo Gabriel Torres Rodríguez, de Gustavo Rodríguez Luque, Webmaster, SEO y encargado del diseño, la producción y la edición del video de la página web del telecentro *TV Yumurí* y los adquiridos por la autora de manera autodidacta y durante la carrera de Periodismo. La web constituye un espacio donde cada vez es menos usado el formato flash, a causa de los requerimientos técnicos que se requieren para ser soportado en los navegadores. Un rasgo importante que deviene limitación es su incapacidad de ajustarse a los tamaños de los diferentes dispositivos como son los smartphones y los tablets. Ellos ocupan un espacio considerable para la navegación en Internet.

Con la intención de dinamizar y renovar las técnicas digitales utilizadas en trabajos anteriores fue seleccionado el lenguaje de *de diseño gráfico CSS (Cascading Stysheet)* en combinación con el lenguaje de marcado *HTML (HyperText Markup Language)*. A partir de las posibilidades que reporta para la implementación de *gráfico y mapa interactivos*.

3.4.4 Equipo Multidisciplinario

La producción de un reportaje multimedia implica un tratamiento profundo desde distintas aristas, por ende, se contó con la colaboración de un grupo de especialistas.

Las instantáneas sobre Matanzas constituyeron un aporte de la fotógrafa Hilda Carmen de Lara Medina. Para la elaboración de los mapas interactivos y los gráficos, fue necesaria la participación del Lic. En Periodismo Gabriel Torres Rodríguez, quien posee varios años de experiencia en la página web del *Periódico Girón*. Estos elementos ayudaron a ofrecerle mayor complejidad, presencia e información al reportaje. Las labores de etiquetado, confección del mapa de navegación y las escenas del producto comunicativo estuvieron a cargo del programador y la creadora del producto comunicativo. El proceso de grabación y edición de las entrevistas recogidas en audio y en video estuvieron a cargo de la autora.

3.4.5 Medios técnicos y software empleado en la realización del reportaje

En la elaboración del reportaje *De la idea a la forma: Matanzas, una ciudad turística*, se emplearon los siguientes medios técnicos:

Medio Técnico	Marca y modelo
Trípode	Manfrotto
Micrófono de solapa	PowerDeWise
iPhone SE	Apple
Cámara digital	Canon
Computadora	Ltel

MacBook Air	Apple
Disco de almacenamiento externo	Toshiba
Memoria flash	Kingston

El reportaje puede ser visualizado desde cualquier navegador. Las imágenes se encuentran en formato jpg y los videos en mp4 para garantizar la reducción del tiempo de carga y cumplir con los estándares para la utilización de aplicaciones. Para lograr una correcta visualización de todos los elementos empleados en el reportaje se requiere, como mínimo, un procesador a 1.0 Ghz, memoria RAM de 512 MB, memoria dedicada para gráficos de 64 MB, navegador web (Chrome 30, Mozilla Firefox 20, Internet Explorer 10, Safari, etc.).

3.5 Rasgos formales y de contenido que caracterizan el reportaje

Contenido

Tema: Actualidad

Perspectiva: Analítica-interpretativa

Planteamiento de la tesis: Explícita

Recursos de apoyo a la información: *En el reportaje De la idea a la forma: Matanzas, una ciudad turística* se emplean varios recursos para ofrecer información dentro del cuerpo del producto y como material complementario. Para apoyar la información contenida en el texto se adicionaron entrevistas a los artistas Jesús Alberto Mederos, Adrián Socorro, Suárez y Manuel Hernández Valdés, además del historiador y conservador de la ciudad Ercilio Vento Canosa y Leonel Pérez Orozco. Se incluyó también una galería de fotos sobre la ciudad y otra sobre las obras de los artistas entrevistados. Se colocaron hipervínculos con las ubicaciones de las galerías-taller para que los internautas que decidan visitarlas posean la ubicación.

El gráfico interactivo elaborado desde la plataforma Piktochart resume los resultados de las encuestas realizadas a varios turistas en su paso por Matanza, lo cual apoya los datos ofrecidos en el texto.

Clasificación de fuentes

Se consultaron fuentes documentales como las regulaciones gubernamentales contenidas dentro del Plan 325 para remodelar la ciudad y los documentos relacionados con la definición de destino turístico y sus requerimientos.

La mayor parte de las fuentes consultadas fueron empíricas puesto que a partir de contacto con los sujetos se pudo obtener la mayor parte de la información que contiene el reportaje.

Formales

El reportaje *De a idea a la forma: Matanzas, una ciudad turística* se apoya en una página principal que muestra todos los elementos que conforman el producto. Su organización responde a la necesidad de brindar la mayor parte de la información durante el primer contacto con el internauta, además de ser un mecanismo para lograr la permanencia y el interés de los usuarios.

Estructura y composición

Los reportajes multimedia brindan al periodista la opción de ser realizados a partir de los intereses del autor. En este caso se diseñó a pantalla completa, pensada como espacio principal de navegación.

Número de niveles e itinerarios: posee tres niveles fundamentales en los que se ofrece la información del cuerpo del reportaje, los resultados de las encuestas medio ante un gráfico interactivo y los contactos de los artistas para que los usuarios los sigan en las redes sociales. Al final de la página es posible realizar comentarios sobre el producto comunicativo. Todos los enlaces abren una nueva pestaña para garantizar la permanencia en la página principal.

Número de enlaces según propósito (finalidad discursiva hipertextual)

Documentales: estos están compuestos por los datos adicionales, como es el caso de los videos, entrevistas, documentos legales y el mapa interactivo.

Además, se compone de los enlaces complementarios: Galería de imágenes montadas en la plataforma de Flickr y que muestran los entornos naturales de Matanzas y las obras e los artistas integrantes de la muestra en el interior de sus galerías.

Número de enlaces según forma del contenido enlazado (hibridación genérica)

Enlaces a contenido interpretativo: Son todos los botones y las fotos. En ellos se muestra los elementos que conforman información visual sobre las bellezas naturales de la ciudad y las obras de sus creadores.

Enlaces a contenido participativo y dialógico: son los enlaces a los perfiles del medio en las redes sociales (Facebook y Twitter) y a los perfiles de los artistas entrevistados.

Número de enlaces según morfología del contenido enlazado (multimedialidad)

Enlaces a Texto: desde la página principal se expone el texto del cuerpo del reportaje, encima de varias palabras existen enlaces incrustados que remiten hacia otros productos comunicativos, documentos y a la ubicación en el mapa de las galerías-taller. Se realizó también una lista de reproducción donde se muestran las entrevistas realizadas a varios especialistas.

Enlaces a Imagen: Son los enlaces a la *galería* de imágenes que llevan al usuario a la plataforma Flickr, aunque se pueden observar todos los componentes del álbum desde la página principal.

Videos: Son los videos presentados desde la página principal. Fue colocado un botón destinado a la elección de cualquiera de los tres videos.

Animación: Se compone de la presentación desde a partir de tres enlaces situados en la página principal de un mapa interactivo. Además, desde el cuerpo del reportaje se puede apreciar un gráfico interactivo con el contenido de las encuestas.

Navegación

Desde el análisis de varios reportajes multimedia presentados en la Internet se reconoció la necesidad de otorgarles protagonismo a los usuarios. En la conformación del producto periodístico se pensaron diversas propuestas para conocer opiniones y que ellos pudieran aportar criterios sobre las maneras de navegar en los espacios digitales. Para ofrecer mayor protagonismo a los cibernautas se deja en sus manos la elección de la navegación del sitio, aunque este posee un hilo narrativo, las entrevistas en video poseen

independencia del texto y pueden observarse de manera aislada. De igual manera, desde cualquier punto de vista de navegación el usuario conocerá el objetivo del reportaje por los diversos formatos presentados.

El orden se ajusta a la estructura de la historia, que está concebida de manera tal que se ajuste a los requerimientos de la pantalla de los dispositivos móviles. Los enlaces a contenido complementario se abren en ventanas nuevas para que el usuario no salga de la página principal. En la misma se encuentran los perfiles del periódico *Girón* en Facebook y Twitter para comentar y dejar sus opiniones sobre el producto multimedia. Los créditos están ubicados en una barra secundaria en el inferior de la página, donde pueden conocer a los realizadores del reportaje hipermedia.

Presentación del reportaje en la web periodística

El reportaje *De la idea a la forma: Matanzas, una ciudad turística* tendrá como espacio de publicación el sitio periodístico www.tvyumuri.icrt.cu Está previsto su anuncio desde la portada del sitio mediante el empleo de un banner de promoción que constituye el enlace al producto.

Elementos indentitarios del reportaje

Por los elementos mencionados anteriormente la decisión de los requerimientos técnicos del reportaje estuvo a cargo del programador del sitio, de conjunto con la autora quienes seleccionaron la resolución de trabajo, el uso de los videos y la portada del reportaje y el empleo de movimientos o animaciones que permitan comprobar el adecuado funcionamiento del producto.

Estrategia de socialización y posicionamiento en las redes sociales

La socialización de los contenidos del reportaje multimedia se estima en una primera etapa para los perfiles institucionales del medio en las Redes Sociales. Luego se realizarán invitaciones a los periodistas, editores y otro personal periodístico que comparta perfiles en internet. Posteriormente el contenido será socializado con otras instituciones de Matanzas para vincular a la población.

Facebook ()

El sitio web de *TV Yumurí* posee un perfil muy activo en esta red. En la misma se compartirán, durante los tres días previos a la publicación, fragmentos de los videos que conforman el producto comunicativo encabezados por los comentarios que motivan a los usuarios a visitar el reportaje e imágenes.

Para la fecha de publicación del reportaje, se anunciará de la siguiente forma:

Imagen: Banner promocional

Texto: Ya está disponible en nuestra página el reportaje hipermedia *De la idea a la forma: Matanzas, una ciudad turística*. Allí puede conocer los atractivos culturales de la Ciudad de los Puentes.

Twitter ()

En consonancia con las exigencias específicas de esta red social y las disposiciones del sitio para su perfil en Twitter, se enviará por correo electrónico el título del reportaje hipermedia tres días previos a la publicación y durante la publicación del producto.

Además, desde sus cuentas en Twitter, los periodistas del sitio enviarán mensajes exhortando a sus seguidores a que consuman el producto comunicativo.

Youtube ()

Los videos que integran el reportaje serán publicados en el canal oficial de *TV Yumurí* en Youtube, para que puedan ser visitados y compartidos independientemente por los seguidores del medio en este espacio.

Indicadores para medir los resultados

Como mecanismo para conocer el impacto que tendrá la estrategia desarrollada en las redes sociales, la autora tendrá en cuenta los propios recursos que ofrecen cada una de ellas para determinar el grado de aceptación o rechazo del producto.

En Facebook se medirá a partir de los siguientes indicadores:

- Número de personas que hagan clic en el botón Me gusta

- Número de personas que hagan clic en No me gusta
- Número de personas que hagan Comentarios
- Número de personas que compartan la historia

En el caso de Twitter se tendrá en cuenta:

- Número de personas que respondan los Tweets
- Número de personas que den clic en Retweett
- Número de personas que les den Like a los Tweets.

Normas éticas y estrategia a poner en práctica en situaciones de crisis

Las normas éticas a seguir en la estrategia de socialización del reportaje hipermedia se corresponden con las pautas determinadas por el medio para sus perfiles en las redes sociales. Además, la autora propone:

1. Responder a las preguntas y comentarios realizados por los usuarios.
2. Velar porque el vocabulario utilizado en los comentarios mantenga un tono respetuoso y un registro no vulgar.
3. No tolerar el empleo de vocablos ofensivos hacia la institución y hacia otros usuarios.

En caso de que estos no cumplan con los preceptos enunciados anteriormente, se procederá a la eliminación del comentario y se le enviará un mensaje explicándole por qué fue borrado.

Conclusiones

La declaración de Matanzas como destino turístico por parte del Mintur generó la necesidad de integrar y promocionar los productos de la urbe para los visitantes extranjeros. Por ende, las agencias de viaje y el gobierno local deben reconocer la existencia de otros elementos culturales que pueden incluirse en de las carteras de opcionales que se comercializan como parte de los tours. El reportaje multimedia *De la idea a la forma: Matanzas, una ciudad turística* pretende mostrar uno de esos elementos como potencial producto turístico: la galería-taller del artista.

La investigación expuso la historia cultural del territorio y su importancia dentro de la economía del país durante los siglos XVIII y XIX, así como su posterior período de decadencia. En el informe se describió el contexto en que surge y se desarrolla el atelier o taller del artista (inicialmente en Europa) y su hibridación con las galerías personales. Por medio de la aplicación de encuestas y entrevistas la autora pudo determinar que estos espacios ofrecen múltiples para la economía local y para la consolidación de un destino para el turismo especializado.

A partir de la descripción de los principales lugares de visita contenidos en los paquetes de las agencias de viaje y de las encuestas, fue posible confirmar que la galería-taller resulta uno de los lugares preferidos por los turistas para visitar y comprar arte.

Por medio de las entrevistas se constató el papel esencial que poseen los artistas locales en la transmisión de la identidad cultural, así como su contribución a la formación del concepto de arte cubano en la mente de posibles consumidores. Se demostró, además, que la galería-taller emerge como un espacio de resistencia ante las distorsiones percibidas por el pueblo y por los extranjeros a causa de, entre otros elementos, las ferias de artesanía asociadas al Fondo Cubano de Bienes Culturales.

El reportaje multimedia se presentó en una plataforma propicia para garantizar la interacción de los usuarios con el producto comunicativo y un mejor posicionamiento en la web. De igual manera, se integraron los contenidos recibidos en varias asignaturas relacionadas con las formas de redacción y de construcción de significados a través del periodismo.

Recomendaciones

-A los medios de comunicación de la provincia de Matanzas:

Aprovechar las ventajas que reporta la realización de los reportajes multimedia y tener en cuenta las experiencias de otros medios extranjeros para aumentar la calidad los productos comunicativos.

Potenciar las herramientas los beneficios del periodismo digital y promover el desarrollo de los géneros periodísticos para la web.

Poner mayor interés en el sector privado del país, específicamente el que se relaciona con la cultura, por su capacidad para generar ingresos que beneficien al territorio y por su rol dentro de un destino para el turismo especializado.

- Al Departamento de Periodismo de la Universidad de Matanzas, sede Camilo Cienfuegos:

Motivar a los estudiantes de Periodismo de la Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos que trabajen en la línea de las tesis para la producción.

Mostrar las amplias posibilidades que ofrecen los reportajes multimedia para elevar la calidad de los trabajos periodísticos, así como el nivel de la investigación.

Bibliografía

- Junyent, Josep Balcells I. 2000.** *La investigación social. Introducción a los métodos y las técnicas.* Barcelona : Escuela Superior de Relaciones Públicas, 2000.
- Sampieri, Roberto Hernández, Lucio, Carlos Fernández y Collado, Pilar Baptista. 2010.** *Metodología de la investigación.* 5ta. s.l. : Editorial McGRAW-HILL, 2010. pág. 613.
- Ruiz, A. 2006.** *Metodología de la investigación en Borroto, G. Metodología de la investigación. Selección de lecturas.* La Habana : Editorial Félix Varela, 2006.
- Rodríguez, Gregorio y Jiménez, Javier Gil Flores y Eduardo García. 1996.** *Metodología de la investigación cualitativa.* 1996. pág. 347.
- Cebrián, Mariano. 2005.** *Géneros informativos audiovisuales. Radio, televisión, periodismo.* Madrid : Editorial Ciencia 3, s. A., 2005.
- Comparato, Doc. 1998.** *El guion. Arte y técnica de escribir para cine y televisión.* 1998.
- UNESCO. 2003.** *Convención para la salvaguarda del patrimonio cultural inmaterial.* París : s.n., 2003.
- . **1954.** Convenio para la protección de los Bienes Culturales en caso de conflicto armado y su reglamento. *Documentos fundamentales para el Patrimonio Cultural. Textos internacionales para su recuperación, repatriación, conservación, protección y difusión.* 1954.
- . **1972.** Convención sobre la protección del Patrimonio Mundial Cultural y Natural. *Documentos fundamentales para el patrimonio cultural. Textos internacionales para su recuperación, repatriación, conservación, protección y difusión.* París : Instituto Nacional de Cultura de Perú, 1972.
- s.n.** *Las transformaciones arquitectónicas realizadas en el Teatro Sauto y su incidencia en la conservación del inmueble.* Matanzas : s.n.
- Paniagua, María Eugenia, y otros. 1995.** Convención centroamericana para la protección del Patrimonio Cultural. Guatemala : s.n., 1995.
- Borroto, Gerardo. 2008.** *Metodología de la investigación. Selección de lecturas.* La Habana : Editorial Félix Varela., 2008.
- Rodríguez, Gregorio y Jiménez, Javier Gil Flores y Eduardo García. 1996.** *Metodología de la investigación cualitativa.* 1996. pág. 347.
- Ribot, Amarilys. 2012.** *Al teatro Sauto, los mejores ojalás.* Matanzas : s.n., 2012. págs. 61-65.
- Fernández, Daneris. 2008.** *Historia del teatro Sauto (1863-1899).* Matanzas : Ediciones Matanzas, 2008.
- Comisión Nacional de Monumentos. 1978.** *Expediente de declaratoria de Monumentos. Teatro Sauto.* 1978.
- Ministerio de Cultura. 1977.** Ley #2 De los Monumentos Nacionales y Locales. La Habana : s.n., 1977.
- Consejo Nacional de Patrimonio Cultural de Cuba. 2015.** *Monumentos Nacionales de la República de Cuba.* La Habana : Collage Ediciones, 2015.
- Ministerio de Cultura. 1977.** Ley de Protección al Patrimonio Cultural. *Gaceta Oficial de la República de Cuba.* La Habana : s.n., 1977.

II Congreso Internacional de Arquitectos y Técnicos en Monumentos Históricos. 1964. Carta de Venecia. Carta Internacional para la Conservación y la Restauración de Monumentos y Sitios. *Documentos Fundamentales para el Patrimonio Cultural. Textos internacionales para su recuperación, repatriación, conservación, protección y difusión.* Venecia : s.n., 1964.

s.n. 2017. *Las transformaciones arquitectónicas realizadas en el Teatro Sauto y su incidencia en la conservación del inmueble.* Matanzas : s.n., 2017.

Bravo Bauzá, Alfredo. 2019. Matanzas, 1 de marzo de 2019.

Vento Canosa, Ercilio. 2018. Matanzas, junio de 2018.

Cantillo González, Justa Bielca. 2019. Matanzas, 13 de marzo de 2019.

Ojito Fariñas, Miguel. 2019. Matanzas, 13 de febrero de 2019.

López González, Adrián. 2019. Matanzas, 13 de marzo de 2019.

Somohano Horta, Carlos. 2019. Matanzas, 21 de marzo de 2019.

Toboso Monagás, Raúl. 2017. *Las Musas del Sauto. Su inclusión en el Inventario Automatizado del Patrimonio Mural en Cuba.* Matanzas : s.n., 2017.

Del Río Viamontes, Anabel. 2019. Matanzas, 13 de marzo de 2019.

Acosta Hurtado, Kalec Alberto. 2019. Matanzas, 13 de marzo de 2019.

Hernández de León, Mayra. 2019. Matanzas, 13 de marzo de 2019.

López Rodríguez, Juan Alfredo. 2019. Matanzas, 21 de marzo de 2019.

Pérez Orozco, Leonel. 2019. Matanzas, febrero de 2019.

Rabiger, Michael. 2005. *Dirección de documentales.* Madrid : Intituto Oficial de Radio y Televisión. RTVE, 2005.

Barbarán, Paula M. 2008. *Procesos de Comunicación del Documental.* La Habana : Editorial Pablo de La Torriente Brau, 2008.

Torres Hernández, Osmany. 2011. *Una Centuria de eterno soñar. Documental sobre los 100 años del fútbol en Cuba. Tesis de Licenciatura en Periodismo.* La Habana : Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana, 2011.

Fernández Jara, Laura. 2014. *El documental periodístico: propuesta de caracterización a través del análisis de Documentos TV y En Portada.* España : Universidad de Murcia, 2014.

Nichols, Bill, : Cuestiones y Conceptos sobre el Documental. Barcelona: . 1991. *La representación de la realidad.* Barcelona : Editorial Paidós, 1991.

Gómez Tarín, Francisco Javier. 2009. *El Guión Audiovisual y el trabajo del Guionista. Teoría, Técnica y Creatividad.* s.l. : Shangri-La Ediciones, 2009.

Hernández Rodríguez, Karen. 2006. *A simple vista.* La Habana : Editorial Pablo de la Torriente Brau, 2006.

López, Roberto. 1989. *Guión en emisiones informativas.* 1989.

Ganga, Rosa María. s.f.. *Cambios y permanencias en el documental de la era digital.* s.f.

Alonso, Margarita y Saladrigas, Hilda. 2000. *Para investigar en comunicación social. Guía didáctica.* La Habana : Editorial Pablo de la Torriente, 2000.

Thompson, Roy. 2001. *Manual de montaje cinematográfico.* Madrid : Plot ediciones, 2001.

Hernández, Liliet Barreto. 2017. *Dossier hipermedia “De la raíz al pincel”, legado de la Regla de Ocha en las Artes Plásticas matanceras.* Matanzas : Universidad de matanzas, sede Camilo Cienfuegos, 2017.

Rodríguez, Anidelys Brito. 2013. *Del Periodismo Digital a la Hipermedia.* [Digital] s.l. : Cuba TV, 2013.
<http://www.cubatv.cu/news/0275a4c2bbf411e28fc0001422ff22f0/delperiodismo->

Sádaba, M. R. 2000. Interactividad y comunidades virtuales en el entorno de la World Wide Web. *Comunicación y Sociedad vol. iii, No. 1.* Pamplona : Universidad de Navarra, 2000.

Noci, Javier Díaz. 2015. *Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital.* s.l. : Profesor de la Universidad del Pía Vasco, 2015. No. 6.

Vittadini, Nicoletta. 1995. Comunicar con los nuevos media. [aut. libro] F. Colombo. *Las nuevas tecnologías de la información.* Barcelona : Anagrama, 1995.

González, M. T. Vilariños Picos y A. Abuín. 2006. *Teoría del hipertexto. La literatura en la era electrónica.* Madris : Arco/Libros, 2006.

Osti, M. Vianello. 2004. *El hipertexto entre la utopía y la aplicación: identidad, problemática.* Trea : Gijón, 2004.

Salaverría, Ramón. 2005. *Redacción Periodística en Internet.* La Habana : Pablo de la Torriente, 2005.

El relato transmedia y su significación en el periodismo. Una aproximación conceptual y práctica. **Larrondo Ureta, Ainara. 2016.** No. 38, Barcelona : Trípodos, 2016. ISSN: 1138-3305.

Martínez, Pedro Rizo. 2013. *Re pensar al dossier (Tesis de Licenciatura).* Matanzas : Universidad de Matanzas, Sede Camilo Cienfuegos, 2013.

Ureta, A. Larrondo. 2009. *La metamorfosis del reportaje en el periodismo: concepto y caracterización de un nuevo modelo narrativo.* s.l. : Universidad de Navarra, 2009.

Sampio, Dolors Palau. *El reportaje digital. Una apuesta narrativa frente al archivo documental.* [Digital] Valencia : Universidad Pontificia de Salamanca. No. 4.

Think Tank on Destination Management. 2 al 4 de diciembre de 2002. Madrid : WTO, 2 al 4 de diciembre de 2002.

Oliva, Nayarís Díaz. 2010. *Proyecto Destino Turístico Matanzas.* [Power Point] Matanzas : s.n., 2010.

Canosa, Ercilio Vento. 2011. *Matanzas: La Atenas de Cuba.* [power point] Matanzas : Oficina del historiador de la ciudad, 2011.

Canosa, Ercilio Vento (de próxima aparición). 2019. *Pequeña Crónica Diurna.* [Digital] Matanzas : Oficina del Historiador de la Ciudad, 2019.

Vázquez, Roberto. 2017. Por qué la llamaron La atenas de Cuba? *www.bohemia.cu.* [En línea] 18 de febrero de 2017. [Citado el: 15 de marzo de 2019.]
<http://www.bohemia.cu/nacionales/2017/02/por-que-la-llamaron-atenas-de-cubagaleria/>.

Casares, Julio. 1975. *Diccionario ideológico de la lengua española.* Barcelona : Gustavo Gli, 1975. ISBN 8425201268.

Robaina, Mariela González. Breve reseña histórica sobre las artes plásticas matanceras. *www.monografias.umcc.cu*. [En línea] [Citado el: 10 de marzo de 2019.] http://www.monografias.umcc.cu/monos/2007/dep_estension/m0746.pdf.

H. Saladrigas, M. Alonso. 2000. *Para investigar en Comunicación Social, Guía Didáctica*. La Habana : Pablo de la Torriente Brau, 2000.

Rodríguez Gómez, Gregorio. 1999. *Metodología de la investigación cualitativa*. España : Editorial Aljibe, 1999.

Saladrigas, Hilda. pp.. *Metodología de la Investigación* . [Power Point] La Habana : Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana, pp.

P. Bordieu (1987), pp. 147 Citado por B. Joerges y h. Nowotny. 2003. *Social Studies od Science and technology: Looking Bach, Ahead*. Netherlands : Springer, 2003.

Torres, Julia. 2017. Manifestaciones artísticas: características y tipos destacados. *www.lifeder.com*. [En línea] 4 de octubre de 2017. [Citado el: 15 de mayo de 2019.] <http://www.google.com/amp/s/www.lifeder.com/manifestaciones-artisticas/amp/>.

Milián, Alexander García. 2016. *Urbano Martínez: Apuntes para una biografía*. Matanzas : Facultad de Ciencias Sociales y humanidades de la Universidad de Matanzas, sede Camilo Cienfuegos., 2016.

Cruz, Hugo Edelqui. 2016. Portal de la Televisión Cubana. "*Telecentros en Cuba: más que una palabra*". [En línea] 8 de abril de 2016. [Citado el: 10 de mayo de 2019.] <http://www.tvcubana.icrt.cu/seccion-temas/2291-telecentros-en-cuba-mas-que-una-palabra>.

Manovich, L. 2005. *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación*. Barcelona : Paidós, 2005.

Recio, Milena. 2003. "¿Objetos o sujetos en Internet?". *Clic Internet*. La Habana : Pablo de la Torriente, 2003.

J., M. Palacios y Díaz Noci. 2007. Ciberperiodismo: Métodos de investigación. Una aproximación multidisciplinar en perspectiva comparada. [En línea] 2007. [Citado el: 6 de abril de 2019.] <http://www.issuu.com/mtcezare/docs/ciberperiodismo>.

Gil, O. Marín Álvarez y S. Pérez. 2013. Decir y hacer el reportaje hipermedia. *CUBAHORA*. [En línea] 4 de julio de 2013. [Citado el: 7 de mayo de 2019.] <http://www.cubahora.cu/blogs/pensar-digital/decir-y-hacer-el-reportaje-hipermedia>.

Cuellar, Valeria Marmolejo. 2016. *Reportaje multimedia: una aproximación a un nuevo modelo de la narrativa digital para el portal web www.90minutos.com*. Santiago de Cali : Universidad Autónoma de Occidente, 2016.

Casanova, Fernando. 2018. El taller del artista: una caja de sueños. *Diario Libre*. [En línea] 12 de noviembre de 2018. [Citado el: 3 de abril de 2019.] <http://www.artelibre.diariolibre.com/?p=1045>.

Destinos del Perú, SECO. 2014. *Conceptos básicos para la gestión de destinos turísticos*. Lima : Suisscontact, 2014. N° 2014-07142.

Calvo, Yeilén Delgado. 2013. *Análisis de la gestión de dirección en las rutinas productivas e ideologías profesionales del Departamento informativo del Telecentro TV Yumurí*. Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades. Matanzas : Universidad de Matanzas, 2013. Tesis de Licenciatura.

Madan, Ónix Cecilia Pelayo. 2015. *Estudio de los rasgos de la comunicación hipermedia en el weblog del telecentro TV Yumurí de Matanzas* . Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades, Universidad de Matanzas. Matanzas : s.n., 2015. Tesis de licenciatura.

Orozco, Leonel Pérez. 2019. *Entrevista sobre el destino turístico Ciudad de Matanzas.* Matanzas, 21 de mayo de 2019.

Suárez, Adrián Socorro. 2019. *Entrevista sobre galería-taller.* Matanzas, 8 de mayo de 2019.

Canosa, Ercilil Vento. 2019. *Entrevista sobre el destino turístico Ciudad de Matanzas.* Matanzas, 9 de mayo de 2019.

Hernández, Roberto, Fernández, Carlos y Baptista, Pilar. 2006. *Metodología de la Investigación.* México S.F. : Cuarta Edición, 2006.

Orozco, Leonel Pérez. 2019. *Entrevista con la autora.* [entrev.] Diana Rosales Plá. [ed.] iMovies. Matanzas : Universidad de Matanzas, 12 de mayo de 2019.

Anexos

Anexo # 1 Encuesta en español

Como parte del ejercicio de culminación de estudios de la carrera de Lic. Periodismo de la universidad de Matanzas, se está realizando un estudio sobre las galerías-talleres de los artistas locales en relación con las necesidades del turismo en la ciudad. Le agradecemos su cooperación y esperamos sus más sinceras respuestas.

1. País de procedencia _____
2. Profesión _____
3. ¿Ha visitado Ud. el estudio/galería-taller de algún artista cubano?
Sí _____ No _____
- 3.1. Si su respuesta fue positiva, defina la experiencia con una palabra _____
4. Si se encontrara realizando un recorrido por la ciudad de Matanzas con la intención de comprar una obra de arte, qué preferiría Ud.:
_____ Adquirirla en el estudio/galería-taller privado, donde pueda conversar con el artista u observar el proceso de creación de la obra.
_____ Adquirirla en un museo de arte o galería, donde no necesariamente habrá contacto con el artista.
_____ No me interesa comprar obras de arte.
5. Defina en una oración su opinión sobre el arte cubano.

6. ¿Le gustaría realizar un tour por la ciudad de Matanzas que incluya el intercambio con pintores, dibujantes, escultores, fotógrafos y ceramistas de la ciudad?
_____ Mucho _____ Sin definir _____ Poco
_____ No me interesa este tipo de tour

Anexo #2 Encuesta en Inglés

As part of the Final Project of the career of Journalism at the University of Matanzas, a study is being carried out about the galleries-workshops of local artists in relation to the needs of tourists in the city. We appreciate your cooperation and we look forward to your sincere answers.

1. Country of origin_____
2. Profession_____
3. Have you visited a studio/gallery-workshop of a Cuban artist?
Yes____ No____
- 3.1. If your answer was yes, define the experience with a word_____
4. If you were making a tour around Matanzas City with the intention of buying a piece of art, what would you prefer:
____ Buy it at the studio/gallery-workshop, where you can talk to the artista and/or observe the process of creation of the piece.
____ Buy it at a museum or state gallery where you are not necessarily going to meet the artist.
____ I'm not interested in buying pieces of art.
5. Define with a sentence your opinión about Cuban art.

6. Would you like to make a tour around Matanzas City that includes the exchange with local painters, drawers, sculptors, photographers and potters?
____A lot ____undefined ____A little
____I am not interested in that kind of tour

Anexo #3 Entrevista a los artistas

¿Qué importancia le confiere a la producción de arte en vivo?

¿Qué facilidades ofrece la galería-taller al creador y al espectador?

¿Cuáles son los atractivos que posee la galería-taller para el turismo de ciudad?

¿Cómo, desde la manifestación artística que desarrolla en sus obras, contribuye a la transmisión de la cultura local y nacional?

¿Qué valor le confiere a la galería-taller dentro del marco del reconocimiento de la ciudad como destino turístico?

¿Qué opiniones poseen los turistas que han visitado la galería-taller sobre esta forma de comercialización del arte?

Anexo #4 Entrevista a funcionarios del Mintur

1. ¿Cuál es la ruta de los tours en la ciudad de Matanzas?
2. Se consideraba a Matanzas una ciudad de tránsito entre La Habana y Varadero.
¿Por qué?
3. Que otros atractivos turísticos y culturales considera Ud. que ofrece la ciudad?
4. ¿Considera Ud. que los estudios-talleres de los artistas locales pueden resultar de interés para el turismo en Matanzas?
5. ¿Por qué Matanzas posee escasa promoción como destino dentro de las agencias de viaje?

Anexo #5 Entrevista al historiador de la ciudad Ercilio Vento Canosa y al conservador de la ciudad Leonel Pérez Orozco

¿Por qué Matanzas es turísticamente considerada una ciudad de tránsito y no un destino en sí mismo?

¿Qué valores posee la ciudad de Matanzas como destino turístico?

¿Cuáles son los atractivos culturales más importantes en la ciudad?

¿Considera Ud. que el estudio-taller del artista debe estar incluido en los tours por la ciudad? ¿Por qué?

¿Puede Matanzas llegar a ser un destino para el turismo especializado, dígase cultural, histórico o de compra-venta de arte?

¿Que debe Matanzas potenciar desde el punto de vista cultural?

Según los estudios sobre destinos turísticos, es muy importante la integración de los gestores privados y estatales para lograr mejores resultados. En este sentido, ¿qué ventajas puede ofrecer la vinculación de los estudios-talleres como entes privados al trabajo de las instituciones culturales?

Anexo #6: Relación de entrevistados para el reportaje multimedia *se la idea a la forma: Matanzas, una ciudad turística*

	Nombre y Apellidos	Cargo
1	Osmani Betancourt (“Lolo”)	Manager, artista y fundador de la <i>Galería-Taller Lolo</i>
2	Adrián Socorro Suárez	Artista y dueño de la <i>Galería-Taller El Garabato</i>
3	Manuel Hernández Valdés	Artista de la <i>Galería-Taller</i>
4	Jesús Alberto Mederos	Artista y dueño de la <i>Galería-Taller Mederos</i>
5	Ercilio Vento Canosa	Historiador de la ciudad
6	Leonel Pérez Orozco	Conservador de la ciudad
7	Zaid Javier Díaz Méndez	Especialista principal comercial de la delegación del Mintur en Matanzas
8	Evelyn Díaz Cuervo	Promotora de Ventas de la agencia de viajes <i>Paradiso</i>
9	Gustavo Rodríguez Luque	Encargado de SEO, editor y Webmaster del telecentro TV <i>Yumurí</i>

Anexo # 7: Relación de países y profesiones de los turistas encuestados

Cantidad	Profesión	País
5	Empresario, manager, farmacéutico	México
6	Artista, retirado	Noruega
4	Bailarín, masajista, retirado	Colombia
5	Dependiente, maestro	Chile
8	Profesor, estudiante, empresario	Canada
2	Retirado	Alemania

Anexo # 8 Reportaje multimedia

De la idea a la forma: Matanzas, una ciudad turística

La Atenas de Cuba fue recientemente declarada destino turístico y los artistas locales desean, desde las salas de sus galerías personales, mostrar al público el buen arte ciudadano.

Conflicto, alegría, éxtasis, ira, protesta, contemplación...todas las pasiones han sido alguna vez representadas por el arte, porque es expresión de lo humano, ya sea de forma grotesca y desdibujada o de manera académica y sutil. Responde a necesidades internas, personales, espirituales y se dirige hacia aspectos de la mente que aún requieren explicación. Ya sea figurativa, abstracta o contemporánea, la obra de arte se inserta en un mercado voluble y fructífero donde los porqués son irrelevantes y todo se reduce a si gusta o no.

Como componente esencial de la cultura, las distintas manifestaciones artísticas forman o deforman la realidad que se percibe de un territorio y de un país, lo que las convierte en útil recurso para transmitir a sus visitantes cómo piensa determinada sociedad. El gusto por el buen arte y un entorno natural acogedor son dos atractivos para los amantes de la pintura, la escultura, la fotografía... porque sus mensajes van más allá de los idiomas y la comunicación ocurre en un lenguaje universal.

A pocos meses de ser declarada destino turístico y de su aniversario 325, la Villa de San Carlos y San Severino de Matanzas se muestra como una ciudad renovada, llena de artistas que desean exponer una identidad al mundo desde sus pequeñas galerías. La Atenas de Cuba o La Venecia de América posee múltiples atractivos que ofrece al ciudadano mundial.

Video

Arte a orillas del San Juan: con pinceles

A raíz de los cambios generados por la puesta en marcha del Plan 325 para reposicionar a la ciudad dentro del mercado turístico, se remodelaron zonas de interés en el centro

histórico, como fue el caso de la calle Narváez, hoy transformada en paseo peatonal. Pronto comenzaron a desarrollarse pequeños negocios gastronómicos relacionados con la temática cultural. Paralelamente, varios artistas reacondicionaron locales para convertirlos en sus propias galerías y fusionaron el tradicional taller donde se producen las obras, con áreas de exposición personales de carácter público.

Quien ha visitado museos en las capitales turísticas del mundo se pregunta: ¿Qué pueden tener de atractivo y singular estos pequeños espacios ciudadanos? La respuesta: la producción de arte en vivo para los espectadores, la calidez del contacto con el artista que sustituye la frialdad de las paredes en los centros de exhibición, la oportunidad de intercambiar experiencias y de adquirir una obra recién terminada o sin acabar, con la certeza de que es su autor quien la firma.

“En Matanzas se está produciendo lentamente un proceso muy importante: emergen pintores con sus propias galerías y ganan aceptación dentro del ámbito internacional, aunque no tengan una posición ya clasificada mundialmente. Por ejemplo, cuando he llevado turistas a ver la pintura de (Adrián) Socorro, lo he hecho con la intención de probar hasta qué punto personas que vienen de un museo norteamericano compran su obra. Si lo hacen, es porque valoran una estética, una factura”, expresó Ercilio Vento Canosa, historiador de la ciudad.

Para este artista, que prefiere las pinceladas fuertes, las temáticas puramente locales como expresión del ser humano común, de sus imperfecciones, la galería-taller no es solo para pintar y dar riendas sueltas a la individualidad del creador, sino también para educar y formar a las distintas generaciones en las buenas maneras.

Audio.

De escultores y ceramistas

Osmani Betancourt, fundador y manager de la *Galería-Taller Lolo* (ubicada en el mismo paseo), se ha dedicado a decorar las calles matanceras con esculturas sugerentes y de elevada calidad. Según comenta, el lugar de creación y el de exposición se complementan y ofrecen fuerza a su labor, puesto que parte del público teme adquirir una

pieza donde el trabajo manual sea sustituido por el industrial. “Hay veces que estás inmerso en una obra grande y es impensable que la compren, pero valoran y ven lo que haces. Te vuelves visible, la gente puede entrar y preguntar. Te llegan a conocer”, expresó.

“Lolo”, como también se le conoce a este artista, es reconocido por realizar esculturas de temáticas y formas provocativas. Con una factura remarcable, estas atrapan la atención de los transeúntes desde el primer contacto visual. Su local está legitimado como uno de los talleres más concurridos por los amantes del arte en Cuba y el extranjero.

“Cuando me otorgaron este espacio, –continuó el artista- no pensé que el entorno fuera a contribuir y después de unos años se ha convertido en una de las calles más visitadas por cubanos y turistas a razón de su belleza natural y de la añadida. Antes era una galería en medio de la nada”.

Manuel Hernández, caricaturista y ceramista matancero, ganador de múltiples premios nacionales e internacionales en categorías como Humor y Periodismo, trabaja hace varios años en este mismo taller, mano a mano con el “Lolo”. Después de visitar varios países, asegura que estos sitios son especiales de Cuba porque acceder a ellos en otros lugares del mundo es una tarea difícil, pues se necesita invitación.

El artista insiste en que el turismo de entretenimiento es más promovido a nivel mundial, pero Matanzas posee calidad artística suficiente como para atraer a los visitantes interesados en la cultura y la identidad cubana. Considera que no se trata de producir todo para el turismo, sino de que los visitantes se adentren y conozcan las maneras de pensar, las costumbres y la espontaneidad de los creadores.

Video

Los tatuajes de la ciudad

Jesús Alberto Mederos, paisajista matancero de amplia trayectoria dentro del ámbito nacional e internacional, se ha dedicado a redecorar las paredes de la urbe con sus

murales. Desde su galería-taller les muestra a los visitantes que más allá de disfrutar del nacimiento de una obra, estos espacios contribuyen al mejoramiento social a través de la realización de proyectos comunitarios.

Video

Además de los beneficios para los creadores, los visitantes y el gobierno local, esta iniciativa favorece la inclusión de Matanzas en la lista de preferencias de posibles consumidores, la reposiciona como ciudad de destino para el turismo especializado y amplía la oferta tradicional de sol y playa, después de varias décadas de quietud y escasa presencia en el ámbito cultural del país. Contribuye a formar una imagen territorial con características diferenciadoras y permite a coleccionistas de otros países descubrir el talento local. La galería-taller en la ciudad es, de hecho, el lugar favorito de los extranjeros para comprar obras de arte, según confirman los siguientes datos:

Gráfico de piktochart.

El tour, ¿quién lo organiza y por qué?

El proceso de construcción de un destino turístico ocurre en el lapso de varios años. Para ello es necesario desarrollar un estudio de mercado en conjunto con una estrategia de marketing que garanticen la promoción de un producto singular. También se requiere del trabajo con las agencias de viajes del país, sobre todo *Paradiso*, que se especializa en el turismo cultural y patrimonial. Sin embargo, a pesar de que las galerías-taller resultan de interés para los extranjeros, aún la mayoría de estos espacios se encuentran excluidos en los tours por la ciudad, lo cual demuestra que falta mucho por perfeccionar.

Video

Con la intención de posicionar a Matanzas como una de las ciudades de preferencia en el mercado del turismo especializado deben realizarse un grupo de acciones, entre las que se encuentran la ampliación de los lugares de interés contenidos en los paquetes de excursiones a la urbe (donde pueden incluirse el recorrido por Narváez y la visita a las

galerías personales que allí se encuentran). Es importante mostrar lo distintivo y original de la Atenas de Cuba.

Está previsto dedicarle mayor tiempo a la ciudad durante la Feria Internacional de Turismo 2020, según declaró Zaid Javier Días Méndez, especialista principal comercial de la Delegación del Ministerio de Turismo en la Provincia, así como mostrar nuevamente a la prensa foránea los atractivos del paseo peatonal y los negocios localizados en este.

La primera ciudad moderna de América, el rincón de los poetas, paisajistas y tertulianos pretende conquistar al visitante foráneo con sus artistas, hoteles renovados y su paseo a orillas del San Juan. Los creadores poseen la ambición de que sus galerías se conviertan en destino, en el hogar de sus ideas, pinceles, lienzos, su materia prima, arropados en machas de óleo y salpicados de arcilla, con mensajes provocativos como “avancen p’ atrás” en la entrada del taller. Estos imaginativos matanceros les dan la bienvenida informal a cubanos y a turistas, al aprendiz y al maestro, a toda persona sensible capaz de comprender que el arte cobra sentido cuando provoca emoción.