



Universidad de Matanzas
Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades
Departamento de Estudios Socioculturales

**TESIS EN OPCIÓN AL TÍTULO DE LICENCIATURA EN GESTIÓN
SOCIOCULTURAL PARA EL DESARROLLO**

**Título: La promoción del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda de la
Universidad de Matanzas (2018-2021)**

Autora: Diana Lustre Ortega

Tutor: Dr. C. Carlos Rafael Chacón Zaldívar

Colaboradores: Lic. Yoelkis Torres Tápanes

Lic. Yinela Castillo

Matanzas, 2021

NOTA DE ACEPTACIÓN

Presidente del Tribunal

Miembro del Tribunal

Miembro del Tribunal

DECLARACIÓN DE AUTORIDAD

Yo Diana Lustre Ortega, declaro ser la única autora de este Trabajo de Diploma. Por lo que, según las facultades que me son otorgadas, autorizo a la Universidad de Matanzas a hacer uso del mismo, tanto en ella como en cualquier otra institución del país, con la finalidad que se estime necesario.

Nombre

DEDICATORIA

A mi maravillosa familia y a quienes se han ganado un lugar dentro de ella, por estar siempre.

AGRADECIMIENTOS

Al Departamento de Estudios Socioculturales, por los profesionales que acogió para representar el plan de estudio de la carrera.

A mi tutor, por tantas horas de dedicación y paciencia.

A mi maravillosa familia, por su apoyo incondicional, especialmente durante mis años de carrera universitaria.

RESUMEN

El informe investigativo aborda el tema de la promoción del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda de la Universidad de Matanzas (2018-2021). Para ello persigue como objetivo general proponer un plan de acción que contribuya a la promoción del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda de la Universidad de Matanzas. Se abordan aspectos dentro del marco teórico relacionados con la promoción, la promoción cultural, la promoción de las manifestaciones artísticas y literarias, la promoción literaria y su desarrollo en el contexto de extensión universitaria. Se asumió el estudio de caso como método de la investigación cualitativa. Para la recogida de la información se utilizan como técnicas la observación y el análisis de contenido. Los instrumentos a aplicar como parte de la investigación serían el análisis de documento, la entrevista semiestructurada y la observación participante.

Palabras clave: extensión universitaria, promoción, taller de creación literaria

ABSTRACT

The investigative report addresses the issue of the promotion of the Pablo Neruda Literary Creation Workshop of the University of Matanzas (2018-2021). To this end, the general objective is to propose an action plan that contributes to the promotion of the Pablo Neruda Literary Creation Workshop at the University of Matanzas. Aspects are addressed within the theoretical framework related to promotion, cultural promotion, promotion of artistic and literary manifestations, literary promotion and its development in the context of university extension. The case study was assumed as a qualitative research method. For the collection of information, observation and content analysis are used as techniques. The instruments to be applied as part of the research would be the document analysis, the semi-structured interview and the participant observation.

Keywords: university extension, promotion, literary workshop

ÍNDICE

Introducción.....	1-6
Capítulo I: La promoción de los talleres de creación literaria desde la actividad extensionista.....	7-27
1.1 Consideraciones generales de la promoción. Promoción cultural. Aspectos fundamentales de su conceptualización.....	7-11
1.2 La promoción de las manifestaciones artísticas y literarias.....	11-19
1.3 La promoción literaria y su desarrollo en el contexto de extensión universitaria.....	19-27
Capítulo II: Procedimiento metodológico de la investigación.....	28-34
Conclusiones.....	35
Referencias bibliográficas.....	36-40
Anexos	

INTRODUCCIÓN

El origen de los talleres literarios, a nivel mundial, se centra en las vanguardias, el surrealismo y el dadaísmo, movimientos artísticos que, en aquel momento, promovieron la libertad de acción.

En Hispanoamérica, durante la década de los años 60, los talleres literarios salen a la luz como la opción de crear diferentes textos experimentando con el lenguaje y se encontraban dirigidos tanto a futuros escritores como a todo aquel que gustara de escribir sin necesidad de hacer de ello una profesión.

Estas cuestiones contribuyeron a una perspectiva diferente respecto a la creación literaria. El primer taller constituido fue Oulipo, acrónimo de Ouvroir de Littérature Potentielle o “Taller de Literatura Potencial, fundado a comienzos de 1960 en París por el escritor Raymond Queneau.

El argentino Julio Cortázar tuvo relaciones con la agrupación. Allí se concebía la experiencia de la literatura como un juego, la experimentación con las palabras, el gusto por la *flânerie*, la dimensión autobiográfica de los textos, la concepción de la lectura como una práctica creativa y creadora. Oulipo continúa hasta el día de hoy sumando nuevas generaciones de escritores.

Otro ejemplo clave surgió durante estos años en Argentina, constituido por un grupo de alumnos de la cátedra Literatura Iberoamericana (Facultad de Filosofía y Letras - UBA) que dictaba el Prof. Noé Jitrik. Esto dio paso a que nacieran talleres literarios en función de consignas, los cuales fueron comunes en España a partir de 1980.

Dentro de los estudios sobre la temática cabe destacar como antecedente el trabajo de Lourdes Maribel Cabrera Ruiz con el artículo El taller literario: una aproximación sistémica, donde propone la conceptualización de la categoría taller literario, la descripción de sus componentes y la tipificación de sus funciones, en el marco de la Teoría de polisistemas. Sin dudas, es un análisis bastante completo, pero entre sus valoraciones no hay referentes sobre la validez de estos espacios creativos en el marco universitario.

Vinculado al quehacer de los talleres se encuentra el Programa Nacional por la Lectura, organizado por la Biblioteca Nacional de Cuba a partir de 1989, el cual ha sido un proyecto en constante construcción, flexible y participativo. Propone la coordinación de los esfuerzos de todos los organismos, instituciones, grupos y personas del país interesados en promover el libro y la lectura en Cuba. Se define como el conjunto de estrategias que se llevan a cabo para fomentar el gusto y el placer por la lectura, a través de la formación y desarrollo de hábitos lectores alcanzados, bajo la estructura de diversidad de acciones coordinadas entre sus diferentes actores y gestores, concebidas para el logro de objetivos a mediano y largo plazo, con el fin de abarcar la totalidad de la población cubana.

Isabel Portales de la Asociación Hispana de Documentalistas en Internet destaca en el artículo Ferias del libro en Cuba, que son espacios para la promoción de la lectura y que en las últimas décadas han marcado un espacio no solo para la venta de libros, sino para múltiples representaciones de las distintas manifestaciones artísticas y literarias, las que se desarrollan en varias ciudades.

Se han convertido, además, en uno de los mejores medios de promoción de la lectura de mayor envergadura en Cuba y una de las más seguras y amplias vías de difusión de la literatura y el arte cubano y universal en todas sus manifestaciones, tendencias y estilos. Además de ser uno de los más caracterizados mediadores entre el receptor (público) y el emisor.

En nuestro país, la orientación y promoción de los talleres de creación literaria está a cargo de la Dirección Nacional de Literatura del Ministerio de Cultura y del Instituto Cubano del Libro, los que en diversas instancias -provincial, regional y municipal-, supervisan y encauzan múltiples actividades. La creación de los talleres literarios fue una necesidad para fomentar la formación de escritores en correspondencia con el desarrollo de la sociedad. Además, representan un vínculo que se nutre de las inquietudes artísticas. De esta forma apoyan la política generada del Primer Congreso Nacional de Educación y Cultura.

La Dirección Nacional de Literatura «... busca que los integrantes de los talleres literarios ofrezcan lecturas y charlas en centros de trabajo o de estudio, así como

que participen en las actividades culturales que realizan las organizaciones de masas». Muchos de los miembros han recibido premios y menciones en diferentes concursos literarios, como el «David», convocado por la Unión de escritores y artistas cubanos. También facilitan la superación personal la realización de encuentros entre los diversos talleres.

El desarrollo de la creación literaria como taller se ubica en el proceso de extensión universitaria, en tanto forma parte de los procesos sustantivos de la Universidad. En tal sentido, el proceso extensionista favorece la transformación consciente del medio; quiere esto decir que no solo pretende modificar los procesos en que interviene la universidad, y de la universidad en sí misma, sino también contribuye al mejoramiento de la sociedad mediante una activa participación en el desarrollo cultural.

Según González, González y Bendicho (2014)

En la proyección de la extensión hay que tener presente que no se trata sólo de desarrollar culturalmente a la comunidad extrauniversitaria, sino también a la comunidad intrauniversitaria, que tiene como tal sus propias necesidades. Cuando se habla de comunidad intrauniversitaria no se refiere únicamente a estudiantes y profesores, se trata de toda la población universitaria. (p. 12).

Como se advierte es una orientación programática que alcanza una expresión definitiva a partir de las realidades, las tradiciones y el contexto de cada universidad en particular.

En la Universidad de Matanzas, existe un proyecto sociocultural que, bajo el nombre de Taller de Creación Literaria Pablo Neruda promueve la escritura creativa de quienes integran la comunidad universitaria y los que se encuentran fuera de ella. Si se analiza su evolución en el tiempo y el contexto universitario, esta institución ha alcanzado resultados positivos en Festivales de Artistas Aficionados, Ferias del Libro, Jornadas literarias y debates con escritores. A pesar de la existencia del Taller, no se renuevan las acciones dirigidas a la promoción, lo

que trae consigo que no se produzca un acercamiento con la comunidad universitaria. En este sentido se declara como situación problemática: La deficiente promoción del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda de la Universidad de Matanzas.

A raíz de esta situación, queda conformado el problema científico de la siguiente forma: ¿Cómo contribuir a la promoción del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda de la Universidad de Matanzas?

Objetivo general: Proponer un plan de acción que contribuya a la promoción del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda de la Universidad de Matanzas.

Objetivos específicos:

1. Fundamentar los referentes teóricos sobre la promoción de los talleres de creación literaria desde la actividad extensionista
2. Caracterizar el Taller de Creación Literaria Pablo Neruda en función de su promoción
3. Diseñar acciones que contribuyan a la promoción del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda de la Universidad de Matanzas
4. Validar el plan de acción que contribuya a la promoción del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda de la Universidad de Matanzas

Premisas:

La actividad extensionista favorece las acciones de promoción en las universidades.

Los planes de acción contribuyen a la promoción de los talleres de creación literaria en la Universidad de Matanzas.

Categoría de análisis.

-Promoción del taller de creación literaria

La investigación es de tipo explicativa descriptiva. La población objeto de estudio se basa en los estudiantes de la comunidad universitaria. Se trabajó con una muestra no probabilística, donde la elección de los elementos se realizó de

manera intencional a partir de determinados criterios, utilizando el tipo de muestreo por máxima variedad.

La perspectiva metodológica elegida para la realización de la presente investigación fue la cualitativa. Para ello, se asumió como método teórico el estudio de caso. Las técnicas y métodos empíricos fundamentales de recogida de información aplicada fueron: la observación, el análisis de documento y la entrevista semiestructurada.

Se necesita lograr un mejor desarrollo del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda de la Universidad de Matanzas. Esta cuestión incide directamente en la calidad de las obras de sus integrantes, lo que genera una mayor visibilidad de la labor desplegada.

La novedad científica de la presente investigación reside en los fundamentos teóricos, metodológicos y prácticos que se sistematizan para diseñar un plan de acción destinado a un taller literario, sin antecedentes en las investigaciones extensionistas y de promoción literaria. Se sustenta en una visión articulada que conjuga la experiencia de los implicados, teoriza sobre la función del taller y deberá devolver una práctica artística mejorada y más enriquecida.

Sobre la base del conocimiento adquirido se garantiza la preservación de la memoria colectiva dentro del plano literario, favoreciendo la unión de la comunidad universitaria en torno a su identidad cultural. De esta forma se incrementa el número de personas con inquietudes literarias que se hacen partícipes del accionar del Taller y de su promoción. Esta cuestión trae consigo la participación activa para la toma de decisiones, estableciendo una participación activa en cuanto a la proyección positiva del Taller de Creación.

Además, cada tallerista tendrá una función, de manera que se incremente la capacidad organizativa en aras de potenciar el éxito de las actividades y las motivaciones de la comunidad universitaria para, así, satisfacer sus peticiones y su incorporación en sí al Taller. Se estima que se le dé cumplimiento a la mayor

parte de las actividades propuestas, las cuales propiciarán la motivación tanto de los talleristas como del resto de la comunidad universitaria.

El informe consta de dos capítulos. El primero, la promoción de los talleres de creación literaria desde la actividad extensionista, abarca las consideraciones generales de la promoción. Promoción cultural. Aspectos fundamentales de su conceptualización; la promoción de las manifestaciones artísticas y literarias y la promoción literaria y su desarrollo en el contexto de la extensión universitaria. El segundo refleja la estrategia metodológica.

CAPÍTULO I: La promoción de los talleres de creación literaria desde la actividad extensionista.

1.1 Consideraciones generales de la promoción. Promoción cultural. Aspectos fundamentales de su conceptualización.

El vocablo promoción proviene del latín “promotio”, que se encuentra conformado por tres elementos: el prefijo “pro-“, que señala “hacia adelante”, el verbo “movere”, que es sinónimo de “mover” y el sufijo “-ción”, que viene a indicar “acción y efecto”.

Promoción es un término que hace mención a la acción y efecto de promover. Este verbo, por su parte, transmite el inicio o impulso de un proceso o una cosa; elevar a alguien a un cargo o empleo superior al que tenía; o tomar la iniciativa para realizar algo. Por otra parte, es una mejora de las condiciones de algo.

Por su parte, Sussman (1998), enfoca a la promoción como "los distintos métodos que utilizan las compañías para promover sus productos o servicios". (p. XI)

Pogolotti (2000) defiende que cuando se habla de promoción se entiende como

La inserción de la obra literaria convertida en libro en el conjunto de la sociedad; estamos hablando, por lo tanto, de la necesaria intensificación de una vida literaria que pueda permear también la vida de la sociedad; estamos hablando del tránsito desde una creación individual, que es la obra misma, a su repercusión en el plano social y en el alcance que puede tener para ese destinatario último, para ese lector que hay que conquistar, que hay que, de algún modo, que fabricar. (p.2).

Según Bonta y Farber (2004), la promoción es "el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados". (p. 44).

El Diccionario de la Real Academia Española (2017) define el término promoción como “el conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer algo o

incrementar sus ventas" y en su definición más corta, la define como la "acción y efecto de promover".

De acuerdo con los autores, la promoción se asume como un proceso que se rige por una planificación de los recursos y el tiempo, además del análisis de los públicos a los que se pretende llegar. Conociendo las características de los mismos, se elaboran diferentes de acciones para proyectar eficazmente el producto o servicio.

Dentro de los tipos de promoción empleados con mayor frecuencia se destaca la cultural. Según Matamoros (1995)

La promoción cultural es, como se considera en las instituciones del sistema de la cultura del país, el "sistema de acciones que integradas de forma coherente impulsan el desarrollo de cada subsistema del ciclo reproductivo de la cultura (creación, conservación, difusión y disfrute) para alcanzar niveles superiores en el desarrollo cultural (p.66).

Tejeda (2001) la concibe como

Campo interactivo, donde se complementan e integran artistas y públicos con el propósito de sentir y reflexionar ambas disímiles experiencias creativas. El carácter subjetivo y dinámico de este proceso de crecimiento exige un enfoque transdisciplinario e integral que recorre las esferas de la investigación, el desarrollo y la comunicación sociocultural. (p. 25).

El concepto de promoción cultural ha variado como categoría en construcción en la misma medida en que se desarrolla la sociedad. Según Martín (2003), la promoción cultural no es más que "el auspicio de los elementos que un pueblo utiliza para desarrollar sus fuerzas espirituales a partir de la sensibilidad y creatividad de sus individuos, las tradiciones, usos y costumbres de la comunidad" (p.1).

Martín se basa en el empleo de las expresiones artísticas autóctonas de cada cultura para potenciar la participación e identificación de estas sociedades con las acciones que se ejecuten. Resulta importante la idea porque en los tiempos

actuales se requiere reforzar la identidad de las culturas latinoamericanas como respuesta al proceso de desculturación que se acomete contra dichos países.

El Programa Nacional de Extensión Universitaria (2004) establece que:

La promoción de la cultura por la vía extracurricular tiene el propósito de complementar el desarrollo cultural integral de los estudiantes y debe distinguirse de lo curricular por sus métodos y estilos propios. Las actividades extracurriculares promueven la afición y el interés por la cultura, el arte y la literatura; la cultura física, el deporte, la ciencia y el empleo culto del tiempo libre. (p.19)

Según Hernández (2007) la promoción cultural “resulta un instrumento eficaz que, conjuntamente con otras metodologías de intervención sociocultural, contribuye a la solución de necesidades y demandas de la población en un territorio dado” (p. 110).

Fernández (2009) plantea

En nuestro país la promoción cultural se combina como la acción orientadora y coordinadora que ejerce de forma sistemática y ejecutiva la sociedad, específicamente el Partido, el Estado y las organizaciones sociales e instituciones, la cual se dirige hacia la población con el objetivo de provocar su participación en el hecho cultural como creador o como espectador culto y activo. (p.2).

Estos conceptos se centran en la eficacia para la promoción del talento artístico a través de varios elementos que constituyen su esencia. La promoción cultural abarca en gran medida la obra artística. La labor desplegada por las instituciones culturales, eventos y las redes sociales constituye un elemento fundamental dentro de este proceso.

Los medios directos, entiéndase pancartas, plegables, etc., son un punto fuerte de apoyo, puesto que establecen un contacto cercano con el público para mostrar la creación artística. Para garantizar el éxito de la actividad y el incremento de la audiencia, se necesita conocer las características y preferencias de la localidad,

para llegar a una propuesta atractiva de promoción. Además, los medios a emplear deben estar en correspondencia con la manifestación artística para que el proceso sea productivo.

Arcos (2010) señaló que “la promoción cultural está orientada al desarrollo humano, como alternativa para propiciar la coordinación de los procesos de articulación entre factores y agentes que hacen posible ese desarrollo de la cultura” (p. 8).

Según Martín (2010), el Centro Nacional de Superación para la Cultura, en el taller impartido por esta institución en 2001 estuvo de acuerdo en entender la promoción cultural como

La metodología particular de intervención en la cultura que, con ajuste a necesidades, demandas y posibilidades en cada contexto, y a los principios y fines de sus políticas culturales, se apoya en la creación, la conservación, la movilización y la administración de recursos, para contribuir al desarrollo cultural de individuos, grupos y sociedades. (p.30)

Sobre la base de estos aspectos se distingue la promoción cultural como el proceso que representa las necesidades de la comunidad en materia de cultura y contribuye a su crecimiento. Se encarga fundamentalmente de que la cultura entendida como producto llegue al público de forma organizada y objetiva.

La promoción cultural o de productos y servicios culturales se rige por un grupo de acciones para lograr calidad en cada cuestión a representar. Estas están conformadas por la programación que se lleva a cabo junto a un proceso de divulgación, de manera que se obtienen buenos resultados para el desarrollo eficaz de las actividades mediante una organización previa. Así, se hace un buen uso de los recursos disponibles.

Cuando se trata del sector cultural, los encargados de divulgar la información son sustituidos por relacionistas públicos, con el objetivo fundamental de crear y mantener una imagen que propicie vínculos favorables entre la entidad (o el talento artístico representado) y todos los públicos posibles, incluidos los llamados

internos, conformados fundamentalmente por el personal que labora dentro de la propia entidad. Se requiere una sólida formación para manejar los procedimientos adecuados y manejar la actualización de los temas culturales, como también se necesita buena presencia, empatía y la capacidad de observar profundamente para transmitir orientaciones promocionales en correspondencia con el momento.

Es preciso el dominio sobre la tecnología y ser capaces de trazar estrategias que permitan la constante superación y la elaboración adecuada de la programación. De esta forma las manifestaciones artísticas son defendidas y representadas por un modelo promocional adecuado.

1. 2: La promoción de las manifestaciones artísticas y literarias.

Las manifestaciones artísticas reflejan sentimientos y emociones, es representar una visión de forma única y cargada con el sentir de artista. Así se puede sentir una obra y al sentirla es posible encontrar mundos que se salen de lo común y conocer así un poco más al artista, porque de eso se trata el arte, de expresar las emociones, sentimientos e ideas a través la representación. Mediante el reflejo de la cultura propia y valores propios las manifestaciones se basan en la música, pintura, literatura, teatro, cine, arquitectura y danza.

Su origen se remonta a la comunidad primitiva, donde la evolución de los simios hasta formarse en homo sapiens mediante el trabajo, trajo consigo un desarrollo tanto físico como mental. De esta forma perfeccionaron sus instrumentos de trabajo con el transcurso del tiempo y en la actividad diaria surgieron las necesidades espirituales, dentro de ellas las artísticas. Esta cuestión quedó plasmada en las cuevas mediante el arte rupestre, la manera en que las creencias fueron plasmadas. Gracias al accionar diario se desarrolló el lenguaje de forma paulatina, a través de la coordinación de movimientos; desde el gruñido hasta una articulación de sonidos más acertada.

Torres (2020) plantea que

Las manifestaciones artísticas son expresiones creativas que, mediante el uso de diversos recursos, permiten a las personas mostrar sus ideas,

emociones y la percepción que tienen sobre el mundo exterior. El arte y los seres humanos han estado ligados históricamente; por ello se entiende al arte como una necesidad social. 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. (p.1)

La manifestación artística es exitosa cuando el artista logra transmitir un mensaje a los admiradores de su obra. Por ende, estas representaciones son entendidas como un medio de comunicación. Esta autora ofrece cuatro géneros para clasificarlas: literatura, música, expresiones corporales y artes plásticas.

La literatura es concebida como una expresión artística meramente verbal, que abarca la narrativa, los ensayos, la poesía y el teatro y es una forma creativa de comunicarse mediante la retórica, la gramática y la poesía.

La música es un arte caracterizado por la emisión de sonidos a través de los principios de la melodía, el ritmo y la armonía. Estos sonidos pueden ser generados no solo con la voz humana, sino también mediante el uso de instrumentos musicales. Una de las características más singulares de la música es lo placentero que resulta escucharla, lo cual hace de la música un medio de comunicación cuya efectividad depende de la sensibilidad del receptor.

La danza es un medio de expresión corporal altamente estético, basado en la práctica de movimientos vigorosos y armoniosos. La música de fondo para la danza es opcional.

El cine también se encuentra en esta categoría. Este último fue considerado una de las siete bellas artes en el siglo XX, gracias a su popularidad como medio de expresión artístico a nivel mundial.

Las artes plásticas, siendo una categoría incluyen la pintura, la arquitectura y la escultura. La pintura es ampliamente reconocida por ser una expresión artística meramente visual, la cual, a través del uso del color, formas, texturas y trazos, es capaz de transmitir un mensaje con alto contenido estético y emocional.

La arquitectura es una expresión artística gracias a la creatividad que amerita para diseñar edificaciones que sean armoniosas con el espacio en el que se encuentran inmersas. La escultura es una expresión artística que consiste en modelar, tallar o esculpir materiales (piedra, metal, porcelana, arcilla, hormigón, madera) con la finalidad de crear obras tridimensionales.

Las artes audiovisuales incluyen todas aquellas expresiones artísticas centradas en lo visual, ya sea fotografía, video, mapping, videoclip musical, animación, podcasts, videoarte, esculturas sonoras, infografía, etc.

Además, el performance forma parte de estas manifestaciones, que son espectáculos en los que se combina cualquiera de las anteriores manifestaciones artísticas desarrolladas. Se caracteriza por ser totalmente aleatorias, sin ningún tipo de estructura o razón de ser. Por lo general suelen ser controvertidas, buscan la interacción con la audiencia, se llevan a cabo en la calle y están pensadas para que cada cual se haga una idea de lo que se quiere expresar.

Según la Enciclopedia de Ejemplos (2019) las manifestaciones artísticas se expresan como actividades artísticas, que son aquellas que realiza el ser humano con la finalidad de comunicarse por medio de la estética, dejando de lado los criterios de expresión mínima que tienen otras formas de comunicación como el lenguaje. Por ejemplo: arquitectura, teatro, narrativa, arte digital.

A través de estas actividades se expresan las emociones, las ideas o incluso la visión del mundo que una persona puede tener, valiéndose de diferentes recursos de tipo plástico, sonoro, lingüístico o corporal. Las actividades artísticas representan creaciones de una visión imaginaria del mundo, y no es necesario que guarde alguna fiabilidad con algo en forma estricta. Quien realiza una actividad artística es llamado artista.

Sobre esta base se encuentran agrupadas en cinco grupos. Estos son las artes visuales, donde el contenido visual es el que prima, y el espectador pasa a ser un observador. Las artes plásticas, las cuales también se difunden por medio de la vista, pero la creación de la obra es por medio de la transformación de la materia,

dejando de lado las expresiones que lo que hacen es captar una porción de la realidad.

Las artes escénicas, que se practican en un espacio escénico a través del movimiento del cuerpo. El cuerpo de los artistas toma, por el tiempo que dura la actuación, un rol ajeno al que tiene por sí mismo.

Las artes sonoras, que manipulan los sonidos principalmente y los silencios, y se perciben a través de la audición. Los espectadores son oyentes. Y, por último, las artes literarias. Las obras que se realizan a través de la manipulación de la palabra.

El sentido por el que se procesa es el de la vista, pero condicionada a las competencias lingüísticas necesarias para comprender la obra (saber leer y saber comprender). El lenguaje también es oral, por lo tanto, puede procesarse por medio del oído.

Los conceptos anteriormente expuestos se encuentran en un punto fundamental: la concepción del arte, manifestada en un medio de expresión del mundo interior de cada individuo. La transmisión de un mensaje que favorece la comunicación entre el artista, portador de habilidades singulares materializadas en la creatividad propia y su público.

Dentro del arte también existen manifestaciones literarias, las cuales en un inicio se memorizaban y se transmitían de forma oral de una generación a la siguiente. De manera general, para la transmisión de las obras, se reunía un grupo de personas que las memorizaran a través de la música y el verso.

La literatura oral entendida como manifestación, se recogía por escrito para que quedara la constancia. Los primeros escritos eran material religioso y anónimo. Con el transcurso del tiempo los temas de los textos literarios variaron y comenzaron a darse a conocer los autores.

En la revista Alas de Libertad, perteneciente a la Universidad Libre de Colombia en su No. 41., se establecen un grupo de conceptos sobre manifestaciones

literarias concebidos por Daniel Preciado Perea, Tania Sofía Salcedo Barrera, Diana Sofía Pérez Campos y Johan Sebastián Candela Herrera.

Preciado (2011) expresa que

Las manifestaciones a través de la literatura son una actividad que se ha venido haciendo desde la antigüedad, con el fin de mostrar en ciertos casos la realidad de un país en diferentes aspectos sociales, económicos, culturales que se estén viviendo, y reflejarlos no sólo desde un punto de vista del autor si no de los muchos otros aspectos que se estaban viviendo en su momento. Como ejemplo en la época precolombina los españoles y criollos se preparaban para un nuevo mundo listo para ser retratado, por eso las manifestaciones de esa época eran más bien crónicas donde se cuentan las tradiciones, los quehaceres cotidianos y los hechos heroicos del nuevo continente. (p.3).

Además, muestra que la literatura en muchas de sus manifestaciones es utilizada para transmitir hechos reales o ficticios que han ocurrido en épocas actuales o pasadas a través de diferentes géneros literarios, por ejemplo, la novela, ya sea contemporánea o de época, la poesía, el cuento, el ensayo, etc.

Salcedo (2011) expresa que

Las manifestaciones literarias “son el reflejo del sentir y las vivencias de un pueblo, sus costumbres, sus sufrimientos, y el amor a su tierra; ya que transmiten una calidez que se asemeja al terruño en el cual ha transcurrido la mayor parte de sus vidas. (p.14).

Según Pérez (2011)

En cuanto a una manifestación literaria refiere, es un modo de expresión de un pueblo o sociedad, este escrito se basa en la exposición de los sufrimientos incomodidades o alegrías que sienten y viven un conjunto de personas pertenecientes a una misma época y a un mismo sentimiento, pues son únicamente ellos quienes manifiestan por medio de la literatura su cultura y su diario vivir. (p.15).

Candela (2011) define las manifestaciones literarias como

El reflejo del sentir y las vivencias de un pueblo, sus costumbres, sus sufrimientos, y el amor a su tierra, transmitiendo una calidez que se asemeja a la tierra en el cual ha transcurrido la mayor parte de sus vidas. Es la producción de esas manifestaciones en las Letras, en sus leyendas, sus cánticos, etc. a través del tiempo. (p.15).

Existe un consenso entre estos autores, que se muestra evidente en materia de que las manifestaciones literarias muestran la historia de un grupo de individuos que forman una comunidad, sus costumbres y su vida diaria en diferentes épocas. Cada sociedad tiene una forma característica de expresión, manifestada en sus costumbres y tradiciones.

En la actualidad estas manifestaciones, en estrecha relación con las artísticas, han evolucionado en cuanto a calidad y promoción se refiere. En este sentido, la mejor estrategia para llegar a los receptores es desarrollar una buena promoción artística y literaria.

Martín (2006) plantea que

La promoción del arte exige talento, destreza, el suficiente acumulado de saberes, la agilidad de pensamiento, el arresto y sobretodo un adecuado proceso de investigación previo que asegure la expansión prevista según propósitos claramente definidos. No es posible promover obras artísticas que no se conozcan hasta en sus más mínimos detalles, además de tener la información sobre todos sus antecedentes, el porqué de su aparición en un momento determinado. (p.24).

En la actualidad estas manifestaciones, en estrecha relación con las artísticas, han evolucionado en cuanto a calidad y promoción se refiere. En este sentido, la mejor estrategia para llegar a los receptores es desarrollar una buena promoción artística y literaria.

Sobre esta cuestión, Martín (2006) opina que

La promoción del arte exige talento, destreza, el suficiente acumulado de saberes, la agilidad de pensamiento, el arresto y sobretodo un adecuado proceso de investigación previo que asegure la expansión prevista según propósitos claramente definidos. No es posible promover obras artísticas que no se conozcan hasta en sus más mínimos detalles, además de tener la información sobre todos sus antecedentes, el porqué de su aparición en un momento determinado. De igual forma, todos los aspectos relativos a su autor, su historia de vida, la evolución profesional lograda, el impacto o la trascendencia de lo creado. (p. 24).

De acuerdo con esta autora, se entiende que este tipo de promoción debe llevarse a cabo con un conocimiento previo de las temáticas necesarias que giran en torno a la manifestación artística que se necesita promocionar y tener en cuenta las características del contexto donde se desarrollará el proceso, en aras de educar a la comunidad que acoge el evento en lo que a arte se refiere.

Cuando se habla de promoción artística se hace referencia a las manifestaciones del arte como música, baile, literatura, artes plásticas, teatro y cine, formas de expresar ideas, sentimientos. “Se asocia a la idea de dar a conocer, de exponer pública y palpablemente, los resultados de la producción artística en toda su pluralidad, riqueza, y complejidad de símbolos y significados”. (Martín, 2010, p.59)

En este sentido, el público asume positivamente la transmisión de lo que el creador puede hacer y desea transmitir, se aprecia la propia interpretación de lo observado que a su vez es experimentado por los presentes.

Sobre este tipo de promoción Martín (2010), también expresa que

La promoción artística se vincula con la creación y también con el público, que interpreta y de hecho influye y se integra en el proceso creativo del artista. Se reconoce que el proceso de producción cultural culmina cuando aquellos destinatarios de hechos y productos culturales, reciben, evalúan, interpretan, aprehenden contenidos y sedimentan mensajes. (p.133).

Es necesario comprender al público, sin que afecte la originalidad del artista. Este último ha de tener en cuenta el sentir de sus receptores. De esta forma sabrá llegar a ellos de una manera más efectiva.

González y González (2003) manifiestan que

Existen diversas necesidades humanas que muchas veces son desconocidas de sus propios portadores, he aquí donde la promoción artística interviene para hacerlos creadores de sus sentimientos, que aprendan a apreciar el arte, cómo crear sus productos. El tema en cuestión, basado siempre en ese accionar en aras de transformar ya sea para crear o fortalecer asuntos meritorios de la población se refiere a (...) actividades, prácticas y técnicas se dirigen a estimular y dinamizar las iniciativas y la participación activa de individuos y grupos para desarrollar sus potencialidades de creación y expresión cultural, por lo que se encarga de poner en movimiento un proceso a través del cual se crean condiciones para que los grupos y las comunidades encuentren sus propias respuestas y expresen su sentido de identidad. (p.70).

Martín (2006) opina que

Un elemento promocional de primer orden lo constituye la calidad artística. La existencia de obras valiosas en cualquier esfera de la creación otorga especial distinción e influye considerablemente en el fenómeno de la recepción. Esto permite alcanzar un lugar en la historia cultural de localidades, regiones o pueblos como totalidad. A lo largo de los años hemos constatado que la producción artística carente de un mínimo de requisitos en materia de probada calidad no trasciende en el tiempo y queda solamente como un momento puntual. Sin embargo, aun así, esto no justifica una promoción desacertada o centrada en productos de muy escasos valores culturales. (p.25)

En materia cultural, cuando se habla tanto de promoción artística como literaria, la calidad es un pilar fundamental. Esto se debe a que la cuestión importante es

llegar al público, potenciando el gusto por la obra que representa a cualquier manifestación y su participación activa en el desarrollo cultural que esto implica. Para ello, debe trazarse un plan que organice y oriente el proceso, que será llevado a cabo de manera profesional y comprometida y mediante el uso de todos los medios de difusión disponibles.

En este sentido Peñate, Jiménez y Blanco (2018) concuerdan en que

Si bien la promoción del arte tiene como su propósito fundamental fomentar el gusto y el interés por las obras creadas y hacer a todos partícipes directos del desarrollo cultural, se conoce que existen diferentes niveles de compromiso y de participación. Van desde la simple percepción a través de los sentidos, hasta una real influencia en la toma de decisiones en el proceso creador, en la programación, en el manejo de la información ofrecida a través de los medios tradicionales u otras vías promocionales tales como el contacto directo, las redes sociales, entre otros. (p.9).

Hoy en día la tecnología es un elemento primordial dentro de la promoción de las manifestaciones artísticas y literarias. Aunque las formas tradicionales de promoción siguen siendo efectivas, la era digital ha impactado positivamente en este campo. Cada vez son más personas las que son partícipes de las redes sociales, donde cualquier persona coloca sus creaciones o sus experiencias y el público opina abiertamente. Permiten establecer grupos de debate con integrantes de diversos lugares, donde se discuten temáticas e incluso se evalúan obras. Cada vez son más creativas las herramientas para manifestar las creaciones propias de cada cual, de manera que resulten atractivas para los espectadores.

1. 3: La promoción literaria y su desarrollo en el contexto de extensión universitaria.

Dentro de los estudios realizados sobre la promoción cultural, existen algunos que abordan la promoción literaria, dentro de ellos cabe citar el libro Selección de lecturas de promoción cultural. Una nueva mirada de la MSc. Aída Martín Rodríguez, se hace un acercamiento profundo a la promoción cultural y artística.

En su contenido se tratan categorías imprescindibles al abordar el tema de la promoción de las diferentes manifestaciones del arte y se arriba a la conclusión de que el reto de nuestros promotores es ofrecer alternativas artísticas de calidad que propicien un acercamiento de la población al arte y la literatura.

Dentro de este tipo de promoción se abarca la de la lectura en general, que tiene como objetivo estimular los deseos de leer, capacitar a la persona para abordar todo tipo de textos: informativos, científicos, literarios, entre otros; prepararlo para adoptar distintas actitudes frente a la lectura. La promoción de la lectura transforma las actitudes de los lectores ante lo leído, conduce al lector de las relaciones pasivas con el material leído hacia las activas y de éstas a relaciones de desarrollo.

Entonces, la universidad tiene el deber de preservar el legado cultural en general y en lo que a plano literario respecta, desarrollarlo y promoverlo, para ello se llevan a cabo un grupo actividades docentes, investigativas y extensionistas.

González y González (2004) demuestran que esto

Genera un enfoque dialéctico y sistémico de la extensión demuestra que se cumplen las leyes que rigen los procesos conscientes y están presentes los componentes que integran los mismos, lo que permite afirmar que se está en presencia de un proceso universitario formativo y así llegar a una concepción esencial de extensión universitaria al definirla como: el proceso que tiene como objetivo promover la cultura en la comunidad intrauniversitaria y extrauniversitaria, para contribuir a su desarrollo cultural. (p.13).

En este sentido la extensión abarca la relación establecida entre quienes la integran y que va dirigido a la promoción de manifestaciones de la cultura, entre ellas la literatura tanto para los integrantes de la comunidad universitaria como para quienes se encuentran fuera de ella. Esto ocurre debido a la importancia que conlleva contribuir al desarrollo cultural de la comunidad, mediante la historia cultural y literaria que la precede, por lo cual se precisa de una participación activa

de sus integrantes, respetando la estructura establecida., con lo que se favorece la organización y su eficacia.

Si los métodos de la extensión son efectivos, las personas asumen parte de la cultura acumulada y se potencia el desarrollo cultural mediante el compromiso y la dedicación. Junto a la transformación social que genera se forman valores en los participantes de la extensión universitaria.

Considerando lo anteriormente expuesto, la actividad extensionista muestra a una universidad que promueve el desarrollo cultural desde diferentes esferas. De esta forma cumple con su función social a través de los procesos que ocurren en la entidad y se aprecia el carácter público de la Universidad.

González Fernández.et.al. (2004) expone que

En los paradigmas actuales de la misma, la extensión debe considerarse como función totalizadora, por estar presente en cada uno de los elementos estructurales de la universidad y porque es deber y derecho de toda la comunidad universitaria e implica a toda la sociedad en su conjunto. La extensión como función y como proceso universitario, que promueve el desarrollo cultural, es esencialmente comunicación e implica la existencia de dos canales o instrumentos, uno para cada emisor-receptor (Universidad y Sociedad) recíprocamente relacionados que intercambian significados socialmente construidos.

En este sentido González (1996) demuestra que

La definición de la promoción cultural como metodología de la extensión universitaria constituye un elemento esencial para garantizar que la función extensionista pueda cumplirse y contribuir al cumplimiento de la misión de la universidad en su conjunto; a partir del desarrollo de acciones que se dirigen a la creación de valores culturales, la conservación de los valores creados, su difusión y disfrute. (p. 41).

Una vez establecida la dimensión cultural del desarrollo, esta metodología potencia la acción social, lo que trae consigo el establecimiento de encuentros y el

favorecimiento de la comunicación entre las diferentes experiencias. Esto genera una conciencia en lo referente al acceso y desarrollo de los procesos con un carácter diferencial.

Sobre esta base se tienen en cuenta las actividades extensionistas, las cuales el Programa Nacional de Extensión Universitaria (2004) define como

Aquellas que como parte de la operacionalización de la planeación del trabajo sociocultural universitario ofrecen tratamiento a una situación y problema específico. Se identifican como tales el conjunto de acciones y tareas que tienen un carácter similar o están estrechamente relacionadas y que se orientan al cumplimiento de un objetivo específico o a parte del mismo. Las actividades pueden formar parte o no de un proyecto, su planificación puede ser independiente de estos, pero siempre estarán en el marco de la política que establece un programa. Estas actividades pueden también pueden surgir como resultado de un diagnóstico realizado o por el interés de un grupo en particular. Por la magnitud o la prioridad que tenga un contenido específico, su alcance o momento de desarrollo, no alcanza la condición de proyecto, por lo que es organizado como actividad, en la cual se mantienen las propiedades de la extensión como proceso, por lo que en su concepción debe preverse el cumplimiento de etapas sucesivas de manera que permita ir disminuyendo o eliminando un déficit o solucionando un problema en forma organizada, sistematizada, clara y concreta. Las actividades extensionistas deben ser organizadas por su equipo gestor desde la perspectiva de los beneficiarios, y para ello pueden utilizarse diversas técnicas de planificación, pero preferentemente la técnica de las nueve cuestiones. Al igual que en los programas y proyectos, el equipo deberá definir los indicadores que le permitan medir que la misma garantiza el cumplimiento del objetivo propuesto. (p.38).

En este contexto la promoción literaria adquiere matices propios dentro de la extensión universitaria. El lector de estos tiempos deberá asumir los nuevos conocimientos sobre el texto en general y el texto literario en particular, hasta

comprender la diversidad y significación que alcanzan los códigos lingüísticos tradicionales y los nuevos códigos, para buscar, seleccionar, organizar y procesar información en diversos soportes.

Para la potenciación de este tipo de promoción dentro del contexto extensionista de la universidad es muy eficaz el uso del libro-debate, que consiste en un trabajo previo de divulgación, incluyendo el préstamo del libro a debatir, sus datos y los del autor. Para ello está presente un moderador, quien ofrece brevemente la caracterización del autor y de la obra, así los participantes manifiestan sus opiniones. Consta también de conclusiones en las que se resaltan los valores de la obra, carencias, a partir de las intervenciones de los participantes.

La realización de cafés literarios son momentos esenciales para dar a conocer los libros que se encuentran tanto en la biblioteca como en la librería de la institución, se ofrece un comentario acerca del contenido y de los autores, se lee textualmente algún párrafo. Estas charlas se celebran para homenajear a algún escritor de renombre, mostrar las obras de los integrantes del Taller o de un grupo de estudiantes aficionados que aún no se han incorporado al mismo.

De esta forma, se llega, no solo a un mayor número de estudiantes, sino también a un público que forma parte de otra comunidad. Se da un intercambio más sencillo con diversos lectores, midiendo el alcance de las creaciones literarias, las cuales pueden contener, además, imágenes e incluso videos.

La existencia física de la obra en sí marca el inicio de la promoción literaria, a través de su selección, la cual está sujeta a un grupo de criterios rigurosos. Esto es el resultado de los concursos literarios, los cuales se diseñan sobre la base de un género literario específico.

Sobre este punto, Pogolotti (2000) muestra que “quiere decir, por lo tanto, que estamos hablando de un proceso que tiene que ver con el trabajo editorial, con la difusión del libro, con la circulación del libro, con la comercialización del libro, y también con su distribución” (p.2).

Este tipo de promoción es concebida como un proceso, donde es de suma importancia la definición de sus elementos, que parte del libro concluido, su editor y el camino recorrido hacia sus portavoces.

Es una etapa de un marcado desarrollo cultural y literario, en la que se observa

Una industria, una infraestructura, a pesar del bloqueo, con posibilidades, en términos de recursos materiales y humanos, organizada y afinada. La base de la cultura literaria está consolidada en los aspectos editorial, técnico y educacional (...) El Ministerio de Cultura, en su papel de fuerza motriz en el forjamiento de un clima, un entorno que logra hacer al pueblo partícipe del proceso cultural, va ensanchando los parámetros de la actividad literaria (...) Hay un impulso creador a nivel de masas y que desemboca y repercute en el fenómeno literario al influir favorable, activamente, en su creación y asimilación. Son, estos mecanismos de apoyo, de asimilación crítica por parte de la población, que hacen del quehacer de las letras una cultura para mayorías, donde desempeñan un papel decisivo los concursos, talleres, movimientos de aficionados al arte, campañas de lectura, nuevos mecanismos de promoción y distribución del producto literario. (Smorkaloff, 1987, p.264).

Es innegable que muchos de estos elementos sufrieron el embate del periodo especial y de las nuevas restricciones del bloqueo, pero sus mayores logros aún se aprecian en la vida literaria del país.

Chacón Záldivar (2004) plantea que

Hay otro aspecto medular que solamente es analizado de soslayo, y es el relacionado con la ubicación de los textos premiados, publicados o no entre los críticos literarios y las revistas especializadas, ésta es una de las zonas muy específicas de la promoción literaria en la cual los organizadores de los concursos aún no trabajan sistemáticamente. Si los críticos más importantes del género no concurren al espacio en que son presentados los libros ganadores, no hay acciones posteriores que permitan comunicarse

con ellos, hacerles saber de los libros que acaban de ser publicados, los jurados que los premiaron y de qué forma pueden obtenerlos, de manera que esta parte del proceso queda casi por completo a la espontaneidad. (p. 73).

La promoción de las manifestaciones literarias ha de tener en cuenta las obras premiadas, la imagen y el desempeño profesional de sus autores, para que exista una correspondencia con los objetivos trazados. De esta forma, se les da la importancia merecida a las opiniones del creador en materia de visualización de su trabajo.

Chacón Záldivar (2004), también aborda la estructura de la comunicación en este tipo de promoción cuando expresa:

Digamos que hay un diálogo entre crítico-creador y otro promotor-creador, que se proyectan hacia adentro del proceso literario, y su carácter es más especializado pues se refiere a múltiples elogios, críticas u orientaciones del crítico hacia el autor, acciones que les permiten a estos poder ubicar su obra en el contexto que les pertenece, por qué vías perfeccionar su quehacer escriturario y a qué concursos deberán presentar sus textos inéditos.

Asimismo, conocidas por el promotor las estrategias y propuestas que hace la crítica, deberá entonces teniendo en cuenta las jerarquías establecidas entre los autores según sus resultados creativos, elaborar su propio paquete de acciones promocionales que coordinado con los creadores le permita llevar a la comunidad y a otras comunidades, no solamente la producción literaria de los autores, sino también una imagen coherente de sus respectivas personalidades. Los aspectos que definen y caracterizan estos diálogos no llegan por sus fines al público lector.

Aunque muchas de estas acciones se realizan actualmente, somos del criterio que no se eslabonan de forma ascendente, sino que se esparcen, participando del criterio que con un mayor número de acciones se logra realmente el éxito promocional. (p. 87-88).

En este sentido, en dependencia de cada comunidad los diálogos entre los integrantes del proceso literario se llevan a cabo según el entorno cultural. Con una planificación adecuada, se definen los aspectos que se le presentarán al público mediante una labor conjunta entre el crítico y el promotor. Esta cooperación permite el desarrollo de diversas propuestas que llevarán la labor promocional exitosamente.

Entonces, cuando se habla de estrategia promocional tanto cultural como literaria en específico, es fundamental que exista un intercambio fructífero entre la literatura y la sociedad, el autor con el crítico y su público. De esta manera el trabajo en esta materia se realiza organizadamente.

En estas reflexiones sobre la promoción literaria, es necesario y oportuno enfatizar en la visión que tienen diversos autores acerca de los talleres donde transcurre el aprendizaje de la escritura creativa.

Sobre el concepto de taller de creación literaria, Macías (2016) plantea que

Es una guía individual para el desarrollo de los procesos del lenguaje que desembocan en la escritura. Ofrece ejercicios orientados a despertar los sentidos y la imaginación, conceptos básicos para lograr narraciones coherentes y conectadas, y una cuidadosa selección de lecturas en todos los géneros posibles, para fortalecer la capacidad creativa de quienes desean desarrollar su talento.

López (2019) expresa que

En el enfoque metodológico del taller de creación literaria no se trata sólo de elaborar un texto, sino de reflexionar sobre él de forma colectiva, de recoger las sugerencias planteadas por el conjunto de la clase, de contrastar la propia realización con las que han presentado los demás compañeros y de proceder a una nueva elaboración que será a su vez objeto de selección por el conjunto de los integrantes del grupo. Todo este proceso ha de desarrollarse en un ambiente de charla distendida en el que el alumno vea valoradas sus opiniones y se sienta impulsado a participar.

Se trata, en suma, de considerar la escritura como una parte del proceso global y no como finalidad única, aunando a la vez la expresión escrita y oral, la reflexión crítica y la actitud lúdica, la espontaneidad creativa y la corrección formal. (p.3).

De acuerdo con ambas opiniones, el taller de creación literaria es un espacio de preparación, en el que sus integrantes se nutren de nuevas herramientas para el fomento de su escritura creativa. Se acepta la sugerencia de temas a desarrollar, se realizan debates para conocer el trabajo de cada cual, de manera que se adquieren otras experiencias y, en un ambiente tranquilo, se realicen y se asuman críticas constructivas que fortalecen la redacción de nuevas obras.

CAPÍTULO II: Estrategia metodológica de la investigación.

La posibilidad de conocer a través de la promoción, la práctica creativa dentro del Taller permite acceder a un conocimiento de ese proceso para transformarlo y eso se convierte en la base para alcanzar mejores resultados en la creación literaria. Establece un clima propicio a la tarea creadora que impulse el progreso del arte y de la literatura como aspiración legítima de los estudiantes, fortaleciendo sus valores culturales.

La oportunidad de investigar su propia práctica desde el Taller permite transformar dicho proceso y ese resultado debe influir en el estudio y auge de las restantes manifestaciones del Movimiento de Artistas Aficionados. Constituye un medio para lograr una transformación y modernización autosostenida del Taller, la cual es una forma de alcanzar visibilidad y redistribuir las oportunidades de formar parte del proceso de toma de decisiones en lo que a cuestiones literarias se refiere.

Estudiar esa práctica artística como implicado, conocer sus necesidades y dinámicas, permite transformarla e iniciar su avance sostenible en aras de atraer estudiantes interesados en las cuestiones literarias. El conocimiento construido permite acceder a una información específica sobre la gestión de la promoción en las instituciones de la extensión universitaria, lo que particulariza esta investigación y facilitará replicar la experiencia resultante y aprovecharla en la transformación de otras instituciones extensionistas.

En lo que a distinción del Taller se refiere, favorece la identificación y recolección de datos en procesos de formación, influencias de otras fuentes en estudio, rescate de autores y obras. Toda esta cuestión facilita el análisis de la identidad literaria, formas de organización y conducción, lo que impacta directamente en el acercamiento, asimilación y disfrute de las manifestaciones literarias por los estudiantes de la Universidad.

Es viable porque parte del estudio de una institución del Movimiento de Artistas Aficionados por sus propios implicados. Las propuestas son realizables en un período de tiempo favorable. Facilita alcanzar un conocimiento integral sobre la actividad del Taller y, conocidas sus limitaciones, proyectar acciones hacia el futuro.

El perfeccionamiento de las acciones promocionales del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda permitirá la apertura de nuevos horizontes sobre su trabajo diario basado fundamentalmente en el fomento de la escritura creativa de sus integrantes. Con este proceso los implicados están motivados por conocer mejor su práctica en los que respecta a la apreciación y a la escritura en sí para alcanzar mejores resultados y que se visualice su actividad creativa en el contexto universitario.

Diseño metodológico

Categoría de análisis: Promoción del taller de creación literaria

Categoría	Dimensiones	Indicadores
Promoción del taller de creación literaria	Acciones instructivas	-Importancia del taller de creación literaria en la historia de la Universidad de Matanzas. -Identificación con el taller de creación literaria por parte de la comunidad universitaria. -Principales elementos que motivan a los estudiantes en su participación en el Taller.
	Valores	Social, cultural
	Espacio de atracción	Cultural, social

Esta investigación sienta sus bases en la metodología cualitativa, la cual procede de Antropología Social y la Sociología, se inscribe en un paradigma interpretativo y naturalista. Esta metodología concibe que el conocimiento científico no es

universal, es contextualizado (vale en un contexto, pero no en otro). No pretende generalizar los resultados a poblaciones más amplias ni obtener muestras representativas. El investigador utiliza muestras no probabilísticas o intencionales (no todos tienen la posibilidad de ser seleccionados para el estudio), utiliza muestras reducidas, pequeñas y elige a las personas para su estudio porque cumplen determinados requisitos.

La secuencia metodológica transita por las fases y etapas propuestas por Rodríguez et al. (2008) para este tipo de investigación. En la primera fase (preparatoria), durante la etapa reflexiva, se analiza sobre los elementos que se querían investigar, se comparten esas ideas con el tutor. Se continúa con la búsqueda bibliográfica, se consultan artículos, ensayos, libros y Trabajos de Diplomas realizados por egresados de la Carrera de Estudios Socioculturales de la Universidad de Matanzas y Tesis de Doctorado de otros países, entre otros.

Esta búsqueda se hace teniendo en cuenta la metodología de la sistematización que consiste en: “la interpretación crítica de una o varias experiencias que, a partir de su ordenamiento y reconstrucción descubre o explicita la lógica del proceso vivido, los factores que han intervenido en dicho proceso, como se han interrelacionado entre sí esos actores y por qué se ha hecho de ese modo”. (Jara, citado por Fadruga, 2017, p.38)

Para ello se tuvo en cuenta las fases con que cuenta la misma, según la utilizada en el Instituto Pedagógico de Villa Clara, para la sistematización de resultados de investigaciones científicas, aunque no difiere en lo fundamental de la planteada por Oscar Jara:

Fase preparatoria. Donde se seleccionaron los trabajos, se definen los objetivos, el objeto y el plan operativo de la sistematización.

Fase de ejecución. En este punto se precisan los esquemas de análisis. Mediante el análisis de contenido, se recopila y procesa toda la información teórica. Posteriormente, se procede a su ordenamiento y clasificación jerarquizada, lo cual

facilita el análisis crítico e interpretación de la misma y se estructura el marco teórico.

Fase de comunicación. Aquí se discuten los resultados. Para culminar esta etapa se construye el marco teórico que incluye epígrafes referidos a las consideraciones generales de la promoción. Promoción cultural. Aspectos fundamentales de su conceptualización; la promoción de las manifestaciones artísticas y literarias y la promoción literaria y su desarrollo en el contexto de extensión universitaria

Posteriormente, se trabaja en la etapa de diseño, en la cual se concreta el problema científico, el objetivo general, los objetivos específicos, la premisa, la categoría y los indicadores de análisis, los métodos, las técnicas, la población objeto de estudio, el tipo de muestra y el tipo de muestreo.

Situación problemática: La deficiente promoción del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda de la Universidad de Matanzas.

Problema científico: ¿Cómo contribuir a la promoción del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda de la Universidad de Matanzas?

Para darle solución a dicha problemática se planteó como objetivo general: Proponer un plan de acción en función de la promoción del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda como parte de la extensión universitaria.

Objetivos específicos:

1. Fundamentar los referentes teóricos sobre la promoción de los talleres de creación literaria desde la actividad extensionista
2. Caracterizar el Taller de Creación Literaria Pablo Neruda en función de su promoción.
3. Diseñar acciones que contribuyan a la eficacia del dispositivo promocional en función del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda.
4. Validar el plan de acción que contribuya a la promoción del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda de la Universidad de Matanzas

La población objeto de estudio se conforma por estudiantes de la comunidad universitaria.

Muestra: Estudiantes incorporados al Taller y un grupo seleccionado en la Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades.

Tipo de muestra: No probabilística, porque permite seleccionar a todos aquellos actores sociales de la comunidad universitaria que dispongan del conocimiento sobre las potencialidades tangibles e intangibles presentes en el Taller de Creación Literaria, además de la disposición necesaria para llevar a cabo el estudio y cumplir el objetivo de la investigación.

Muestreo: Por máxima variedad.

Criterios de selección:

*Que sean entes activos dentro del Taller.

*Que tengan conocimiento sobre la historia y actividad del Taller.

*Que tengan disposición para colaborar con la investigación.

El tipo de muestreo es por máxima variedad, permite de forma deliberada seleccionar una muestra heterogénea y observar los aspectos comunes de su experiencia (Rodríguez, 2008, 73). La muestra queda conformada por 3 talleristas, 2 especialistas y 4 integrantes de la comunidad universitaria.

Se asume como método teórico estudio de caso, su mayor fortaleza radica en que a través del mismo se mide y registra la conducta de las personas involucradas en el estudio en cuestión. Además, “en el método de estudio de caso los datos pueden ser obtenidos desde una variedad de fuentes, tanto cualitativas como cuantitativas; esto es, documentos, registros de archivos, entrevistas directas, observación directa, observación de los participantes e instalaciones u objetos físicos” (Chetty, 1996, p.74).

Las técnicas fundamentales de recogida de información serían la observación, que es un método que facilita la apreciación del fenómeno, acontecimiento o

comportamiento en el momento en que ocurre, tal y como se da en la realidad. Es una forma de obtener información directa e inmediata.

Permite el estudio del fenómeno en condiciones naturales. Facilita apreciar el objeto de estudio en sus múltiples manifestaciones y en toda su complejidad. La observación se utiliza para la obtención de información primaria acerca de los objetos investigados o para la comprobación de las consecuencias empíricas de las hipótesis.

A través del este se conoce el proceder y la conducta de las personas y grupos sociales, cómo se desarrollan los procesos culturales, de producción, las relaciones interpersonales, que son percibidos directamente por el observador en un determinado espacio de tiempo.

Permite valorar las potencialidades tangibles e intangibles que se aprecian en el Taller de Creación Literaria Pablo Neruda de la Universidad de Matanzas durante el período comprendido entre los años 2018-2021. Además de valorar los modos de actuación de los talleristas a partir de sus conocimientos y experiencias, junto al diálogo con los colegas del grupo.

Demostró que la promoción con respecto al Taller de Creación Literaria Pablo Neruda es deficiente. El análisis de contenido, siendo una fuente indispensable de información, la cual posibilita la obtención de datos actualizados.

Posteriormente se daría inicio al trabajo de campo, en la que se tienen en cuenta los siguientes instrumentos:

-Entrevista semiestructurada (Anexo 1), con el objetivo de obtener información sobre la promoción de las manifestaciones artísticas y literarias e identificar elementos que resulten atractivos para la comunidad universitaria.

-Observación participante (Anexo 2) se utiliza para conocer el accionar de la población seleccionada, así como el desarrollo de los procesos que ocurren dentro de su entorno y la reacción de los estudiantes durante el desarrollo de las actividades en los lugares seleccionados.

-El análisis de documentos (Anexo 3), permitió la obtención de datos actualizados referentes a la actividad del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda desde su promoción.

El proceso de análisis se inicia en esta etapa, se prioriza la información que sea de mayor relevancia para la investigación, determinada por las categorías de análisis y que ayuda a comprender el fenómeno objeto de análisis, por lo que se realiza una depuración de la información obtenida de los participantes, evitando la recogida de información innecesaria.

"En esta fase es muy importante algunas características propias del investigador como son "su habilidad, paciencia, perspicacia y visión, el investigador obtiene la información necesaria para producir un buen estilo cualitativo" (Rodríguez, 2008, 71).

A pesar de la difícil situación epidemiológica imperante, se espera un incremento de la escritura creativa entre los estudiantes, a partir de la rearticulación del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda a las circunstancias socioculturales, de cada curso escolar en particular. Establecimiento de espacios de lectura y promoción literaria (Portal de las Letras y Café Literario Universidad) en ocasión del tránsito de la Feria Internacional del Libro por Matanzas y durante el Festival Universitario del Libro y la Lectura. La adquisición de nuevos conocimientos, habilidades y herramientas que faciliten usar el aporte de las nuevas tecnologías en la comunicación literaria y para generar productos de calidad literaria y la participación con la producción literaria individual y colectiva, en los diferentes festivales que organizan las universidades y las instituciones culturales.

En los años 2020 y 2021 como consecuencia de la Covid-19 las actividades cesaron en la Universidad, ante las oleadas de la enfermedad. La situación determinó un replanteamiento del proyecto frente a las circunstancias de la pandemia.

CONCLUSIONES

El primer capítulo abarcó la promoción de los talleres de creación literaria desde la actividad extensionista. Específicamente, las consideraciones generales de la promoción, la promoción cultural y los aspectos fundamentales de su conceptualización. También se trabajó con la promoción de las manifestaciones artísticas y literarias. Además, de la promoción literaria y su desarrollo en el contexto de la extensión universitaria.

El trabajo realizado es parte de la reestructuración de las acciones dirigidas a la promoción del quehacer de los estudiantes vinculados a la creación literaria en la Universidad de Matanzas, y se contextualiza en un periodo de aislamiento provocado por la pandemia de la Covid-19, que ha transcurrido por diversas etapas, pero que aún no concluye. En tal sentido, el reajuste que todo transcurso estratégico implica frente a un nuevo contexto, constituyó una vía para iniciar una gestión de mejora continua ante una realidad imprevista, cuya extensión en el tiempo ha implicado repensar todo el proceso y revitalizar los contactos con los integrantes del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda de la Universidad de Matanzas, a fin de enfocar el rediseño de las acciones y alternativas aprovechando el arsenal de las nuevas tecnologías.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Arcos, R. (2010). La lógica de la excepción cultural. Madrid: Cátedra. Disponible en <https://www.catedra.com>

Ballesteros, C. et.al. (2018) Análisis de la promoción cultural como herramienta para fortalecer la identidad afro esmeraldeña. REVISTA LASALLISTA DE INVESTIGACIÓN, 15(2), 367-377.

Bonta. P., Farber. M. (2004). 199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad. Grupo Editorial Norma. Disponible en <https://books.google.com.cu>. Consultado el 4 de mayo de 2021.

Cabrera, L. M. (2016). El taller literario: una aproximación sistémica. Temas Antropológicos, Revista Científica de Investigaciones Regionales, 38(2), 89-107.

Chacón Zaldívar, C.R. (2004). Los concursos literarios como espacios de promoción de la décima escrita. Tesis de Maestría, sin publicación. Instituto Superior de Arte. La Habana.

Chetty, S. K. (1996). The case study method for research in small -and médium-sized firms [El método de estudio de caso para la investigación en pequeñas y medianas empresas]. International Small Business Journal, 15(1), 74-85. Disponible en <https://www.researchgate.net>

Cordero, M. (2017). La política de la promoción literaria. Palma Digital. Asociación Hermanos Saíz. Disponible en <http://www.ahs.cu/>. Consultado el 4 de mayo de 2021.

Fadraga, D. (2017). La formación en interpretación del patrimonio del profesional de Estudios Socioculturales en la Universidad de Matanzas en el Plan de estudio "D". Matanzas. 76 h. Trabajo de diploma en opción al título de Licenciado en Estudios Socioculturales. Universidad de Matanzas.

Fariñas, T. (2015). Introducción a la Gestión Sociocultural para el Desarrollo. Editorial Félix Varela.

Fernández, I. (2009) Algunas consideraciones sobre Promoción Cultural. Su sistematización en Cuba. Disponible en <http://www.ciencias.holguin.cu>. Consultado el 10 de mayo del 2021.

Folleto metodológico. Talleres literarios N° 1 La Habana, Talleres del Consejo Nacional de Cultura [1975]

Fossatti, M. (2012). Cómo funciona un taller literario 2.0 – Ártica Centro Cultural. Bibliotecas Escolares Argentinas. Disponible en <http://www.articaonline.com/2012/05/como-funciona-un-taller-literario-2-0/>. Consultado el 10 de mayo de 2021.

González, G., González, M.&, Bendicho, M. (2014). Extensión universitaria: el arte de promover cultura. Universidad 2014 9no. Congreso Internacional de Educación Superior Ministerio de Educación Superior Imprenta del Palacio de Convenciones de La Habana.

González, M & González, G. R. (2003): Extensión: una opción viable en el contexto educativo contemporáneo. [s.n.]. 127 p. Disponible en <https://ulatina.metabiblioteca.org>. Consultado el 10 de mayo de 2021.

González, M.& González, R. (2004). Gestión de la extensión universitaria. Una propuesta desde la Universidad de Pinar del Río. Ponencia presentada en el Congreso Universidad 2004. La Habana.

González, R. (1996): "Un modelo de extensión universitaria para la educación superior cubana. Su aplicación en la cultura física y el deporte", Tesis de doctorado, publicada por el Ministerio de Educación Superior, La Habana.

Guía para Talleres de Escritura Creativa (2018). Red RELATA. Ministerio de Cultura Colombia. © Red de Escritura Creativa, RELATA. Versión impresa. ISBN: 978-958-753-307-1.

Hernández, G. J. (2007). Aproximación al perfil del promotor cultural. Disponible en http://www.archivocubano.org/educa/promotor_cultural.html. Consultado el 10 de mayo 2021.

Jara, O. (1994). Para sistematizar experiencias. ALFORJA. San José, Costa Rica. 243 P.

La historia de los talleres literarios. Escritores.org - Recursos para escritores. Disponible en <https://www.escritores.org>.

Landa, M. A. (2005). LEER Y ESCRIBIR, VASOS COMUNICANTES. Revista de Educación, núm. extraordinario, 169-178.

Literatura Cubana. (2019). Diccionario de la Literatura Cubana. Versión completa. Consultado el 2 de agosto de 2020. https://buho.guru/dict/literatura_cubana/TALLERES_LITERARIOS

López, J.L. (2019). Taller de Creación Literaria. Disponible en <https://www.studocu.com>

López, W. O. (2013). El estudio de casos: una vertiente para la investigación educativa. Educere, Universidad de los Andes Mérida, Venezuela, 17(56), 139-144.

Macías, L.F. (2016). El taller de creación literaria. Métodos, ejercicios y lecturas. Editorial Panamericana. (Original publicado en 2008)

MARTÍN, A. (2006). En torno a la Promoción Artística. En Selección de Lecturas sobre Promoción Cultural. La Habana. Ediciones Adagio.

Martín, A. (2006): En torno a la promoción artística. Centro Nacional de Superación para la Cultura. Disponible en: <https://bit.ly/2EPgIDn>

Martín, A. (2010): Promoción Cultural. Una nueva mirada. Colección Punto de Partida. Centro Nacional de Superación para la Cultura. Ed. Adagio. La Habana.

Martínez, M. GESTIÓN SOCIOCULTURAL. (2018) TOMO I. Editorial Universitaria Félix Varela. La Habana.

Martínez. M. (2018) GESTIÓN SOCIOCULTURAL. TOMO 2. EDITORIAL UNIVERSITARIA FÉLIX VARELA. La Habana.

Matamoros, E. (1988). Promoción Cultural. Instituto Nacional de Superación.

Matamoros, R. (1995) Estrella y otros Instrumentos de éxito para la promoción sociocultural. Casa de la Cultura Ecuatoriana. Quito, Ecuador.

MINISTERIO DE EDUCACIÓN SUPERIOR (2004): «Programa nacional de extensión universitaria para la educación superior cubana», Ministerio de Educación Superior, La Habana.

Muñiz, M. (1990). Publicidad, mito y realidad en el socialismo. Editorial Pablo de la Torriente.

Núñez, D. M., Álvarez, A. R., & Madruga, E. (2014). Estrategia para la promoción de la lectura en la comunidad universitaria “Carlos Rafael Rodríguez”. Universidad y Sociedad [seriada en línea], 6 (3), 46-54. Disponible en <http://rus.ucf.edu.cu/>

Peñate, A.G., Jiménez, G. A. & Blanco, S. (2018). LA POLÍTICA CULTURAL Y LA PROMOCIÓN DE LAS MANIFESTACIONES ARTÍSTICAS. CD Monografía. Universidad de Matanzas.

Pérez, J. Merino, M. (2014). Definición de promoción. Disponible en <https://definicion.de/promocion/>. Consultado el 3 de abril de 2021.

Pogolotti, G. (2000). Construir el lector. Revista La Letra del escriba, No.0. Instituto Cubano del Libro. Ciudad de La Habana.

Pogolotti, G. (2006). Polémica de los sesenta. Editorial Ciencias Sociales.

Portales, I. Las Ferias del libro en Cuba, espacios para la Promoción de la Lectura. Asociación Hispana de Documentalistas en Internet. Disponible en <https://www.documentalistas.com>. Consultado el 3 de abril de 2021.

Rodríguez Gómez, Gregorio, et.al. (2008). Metodología de la investigación cualitativa. La Habana, Cuba. Ed: Félix Varela.

Rodríguez, G. (2004). Compilación. Selección de lecturas sobre promoción cultural. (2ª. ed.). La Habana: Editorial Adagio.

Sampieri, E. (2002). Metodología de la Investigación. Edición especial para la Educación Superior. La Habana, Cuba.

Significado de Bellas Artes (2017). Disponible en <http://significados.com>

Smorkaloff, P. M. (1987). Literatura y edición de libros. Editorial Letras Cubanas. La Habana.

Sussman, J. (1998). The power of promotion [El poder de la promoción]. Prentice Hall. Disponible en <http://iberlibro.com>

Tejeda, L. (2001). Investigación, desarrollo y comunicación sociocultural: unidad dinámica en el proceso de transformación personal y grupal. Espacio, 5, 25-27

Torres. J. (2020). Manifestaciones artísticas: características y tipos. Lifeder. Disponible en <https://www.lifeder.com/manifestaciones-artisticas/>. Consultado el 20 de octubre de 2021.

Universidad Libre de Colombia. (2011). Manifestaciones Sociales Literarias. Revista Alas de Libertad, 22(41), 1-20. Disponible en <http://www.unilibre.edu.com>

Villalobos-López, M., Gómez-Zermeño, M. & González-Galbraith, L. (2013). Promoción de la escritura creativa a través de talleres apoyados con tecnologías digitales en escuelas unidocentes. (Artículo de reflexión derivado de investigación o de tesis de grado) Revista Q, 8 (15), 19, julio- diciembre. Disponible en: <http://revistaq.upb.edu.co>

www.ecurred.cu. Consultado el 19 de marzo de 2020.

ANEXOS

Anexo 1: Entrevista semiestructurada

Objetivo: Obtener información sobre la promoción de las manifestaciones artísticas y literarias e identificar elementos que resulten atractivos para la comunidad universitaria.

Aspectos organizativos:

Fecha: _____

Lugar: _____

Hora: _____

Entrevistado: _____

Entrevistador: _____

Tópicos a tratar:

- Importancia de las manifestaciones artísticas y literarias.
- Identificación con las manifestaciones artísticas y literarias por parte de la comunidad universitaria.
- Aspectos de interés en materia de promoción de las manifestaciones artísticas y literarias

Anexo 2: Guía de la observación participante

Objetivo: Obtener información sobre la gestión de las actividades extensionistas de la universidad, así como las potencialidades para su realización.

Aspectos organizativos:

Fecha: _____

Lugar: _____

Tiempo de la observación: _____

Persona que realiza la observación: _____

Actividad que se observa: _____

Aspectos a observar:

- Conocimientos sobre la extensión universitaria.
- Elementos de interés que presenta.
- Asimilación y comprensión por parte de la comunidad universitaria de su significado.

Anexo 3: Análisis de documentos

Objetivo: Obtener información sobre el Taller de Creación Literaria Pablo Neruda e identificar aquellos elementos que pueden constituir atractivos para los integrantes de la comunidad universitaria.

Aspectos organizativos:

Fecha: _____

Hora: _____

Lugar: _____

Documento Analizado: _____

Documento a analizar:

Escrito: Documentación del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda de la Universidad de Matanzas.

Temas a revisar:

- Reseña de la historia del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda.
- Importancia del Taller de Creación Literaria Pablo Neruda a lo largo de la historia de la Universidad de Matanzas Sede Camilo Cienfuegos.
- Identificación con el Taller de Creación Literaria Pablo Neruda por parte de la comunidad universitaria.

Principales elementos que motivan a los estudiantes en su participación en el Taller.