



Universidad
de Holguín

FACULTAD
COMUNICACIÓN Y LETRAS
DPTO. PERIODISMO Y COMUNICACIÓN SOCIAL

TAN AUTÉNTICO COMO LAS RAÍCES: PRODUCCIÓN TRANSMEDIA SOBRE PATRIMONIO ABORIGEN EN HOLGUÍN

TESIS PRESENTADA EN OPCIÓN AL TÍTULO DE LICENCIADO EN
PERIODISMO

Autor(a): Nancy Sarahí Núñez Pérez

Tutor(a): MsC: Ivonne Pérez Pérez

HOLGUÍN 2023



“La cultura puede ser contada de muchas maneras”

Paola Ugaz

DEDICATORIA

A mis padres, por tanto.

A mi hermano, la luz de mi vida.

A John, el chuchi de tía.

A Luisi, por la paciencia.

A mis abuelos, Hermes y Jorge, ya somos periodistas!

A mi tía Aymara, por los impulsos.

A mi Padre Amado, Mi Dios Maravilloso, por todo.

AGRADECIMIENTOS:

A Dios, por ponerme aquí, por tener el control de todo, porque cuida cada paso.

A mi mamá, porque no hay persona más increíble que tú, por enseñarme a hacer las mejores redacciones, por las revisiones, las ideas, por ser mi apoyo emocional, todo el esfuerzo es por ti, gracias, esta vez y siempre.

A mi papá, por las madrugadas de espera, por los esfuerzos que haces, por tu apoyo y tu amor.

A mi hermano, el ser humano más maravillo del mundo, por los juegos distractores mientras hacía esta tesis, porque tus abrazos reconfortan, porque eres mi mayor regalo.

A Luisi, por la paciencia, las ideas y el amor infinito, por estar conmigo de principio a fin.

A mi abuelo Hermes, porque tu orgullo hacia mí vale más que cualquier título en el mundo.

A mi abuelo Jorge, porque me enseñaste que el tiempo pasa y duele saber que no estuve ahí físicamente.

A mi tía Aymara, porque has sido la que más me ha malcriado en 22 años, porque me amas como a tu hija.

A mis abuelas Nancy y Nelía, dos besos enormes al cielo.

A mi abuela Magalis, por acogerme y brindarme tu cariño de abuela.

A mi tía Yamila, porque te movilizaste como siempre y aún en la distancia buscaste lo que yo necesitaba.

A mi madrina, por cumplir perfectamente su función: apoyarme, ayudarme y estar siempre pendiente.

Al profe Carlos Alberto, por su gran apoyo durante estos 4 años, aún cuando no le tocaba.

A Hilda, la suegra de Clau, porque sin saber quienes éramos, una noche tomó las riendas y me dio tranquilidad y apoyo.

A Ivonne, mi tutora, por el tiempo que se tomó en guiarme.

A Nani, porque 20 años no han sido suficientes, por la motivación en las noches de desvelo a 12 335 km, porque deducías cuando era un mal día, porque después de tanto, sigues aquí.

A mijis, Clau, porque fuiste una luz al final del túnel cuando las cosas no estaban del todo claras. Por traducir, por impulsar, por todo.

A Roxana, porque siempre creyó que yo sí podía, por adivinar que mis fuerzas eran leves y enviar mensajes reconfortantes, porque 90 millas refuerzan el cariño.

A Nancy, por enviar videos de John, mi tuti, para animar mis horas de investigación.

A Legna/Migdalia, me hubiera encantado que este paso lo diéramos juntas, pero tu sueño siempre estuvo lejos de aquí, y eso vale más. Fuiste mi equipo durante 3 años, y nunca te dije lo que te agradecía eso.

A mis compañeros, a los 21 que comenzamos y a las 11 que terminamos, fueron años difíciles para "gallinas" periodistas en un gallinero alborotado, pero lo logramos chicas.

A mis pastores y mis hermanos en la fe, por sus oraciones y preocupación contante, por los ánimos inadvertidos, por recordarme los propósitos de Dios.

A Fernando Martínez, por ser siempre portador de buenas noticias.

En fin, a todos, a todos los que aún sin saberlo me impulsaron a lograrlo, muchas gracias.

RESUMEN

Las novedosas formas de comunicación implementadas con la llegada de Internet, representan un paso en el desarrollo periodístico. Sin embargo, pueden representar una preocupación para los medios convencionales al ofrecer nuevas plataformas e instrumentos que provocan el cambio de muchos aspectos ya habituales: las rutinas productivas, actualización de las herramientas de trabajo, capacitación de los trabajadores y la inserción de nuevos hábitos de consumo de las diferentes audiencias.

Una de estas nuevas formas de exponer el periodismo son las narrativas transmedia, las cuales presentan la información en múltiples soportes, de diferentes maneras, coordinadas entre ellas, para llegar a diferentes usuarios, y así facilitar su interacción con el universo narrativo que compone la historia.

La producción de contenidos transmedia en el Periódico ahora!, ejercería una notable influencia sobre el periodismo que ahí se desarrolla, por la variedad de temas que podrían tratarse a través de esta nueva forma de hacer periodismo. A pesar de esto, no se concreta el implemento de esta producción.

El propósito de la investigación está orientado a desarrollar un producto para la producción de contenidos transmedia, de la provincia Holguín, que favorezca los métodos de preservación del patrimonio aborígen que posee el territorio, además de fomentar el consumo de la narrativa transmedia, y a su vez mejorar los materiales y la imagen percibida por los lectores.

Para obtener los resultados se utilizaron métodos teóricos y empíricos, que permitieron la recolección, análisis e interpretación de los datos obtenidos. Se analizaron los referentes teóricos metodológicos de este fenómeno comunicativo, lo que permitió llevar a cabo el aporte de la investigación: la propuesta del producto transmedia: *Tan auténtico como las Raíces* para lograr la transformación de las dos problemáticas identificadas en el Periódico ahora!

PALABRAS CLAVES: Narrativas Transmedia, Periodismo Transmedia, Contenido Transmedia, Asentamientos aborígenes, Periódico ahora! Holguín.

ABSTRACT

The new forms of communication implemented with the arrival of the Internet represent a step forward in journalistic development. However, they may be a concern for the conventional media by offering new platforms and instruments that cause a change in many already usual aspects: productive routines, updating of work tools, workers' training and the insertion of new consumption habits of different audiences.

One of these new ways of exposing journalism is the use of transmedia narratives, which present information in multiple media formats, in different ways, coordinated among them, to reach different users, and thus facilitate their interaction with the narrative universe that makes up the story.

The production of transmedia content in the Newspaper ¡Ahora! could have a notable influence on the journalism developed there, due to the variety of topics that could be dealt with through this new way of doing journalism. In spite of this, the implementation of this production has not been materialized.

The purpose of the research is oriented to develop a product for the creation of transmedia content in Holguin province that favors the methods of preservation of the aboriginal heritage that the territory possesses. Besides, it is focused on promoting the consumption of transmedia narrative, and at the same time improving the materials and the image perceived by the readers.

In order to obtain the results, theoretical and empirical methods which allowed the collection, analysis and interpretation of the data were used. The methodological theoretical references of this communicative phenomenon were analyzed, which allowed to carry out the contribution of the research: the proposal of the transmedia product: *As authentic as the Roots* to achieve the transformation of the two problems identified in the Newspaper ¡Ahora!

KEY WORDS: Transmedia Narratives, Transmedia Journalism, Transmedia Content, Aboriginal settlements, Newspaper ¡Ahora!, Holguín.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS-METODOLÓGICOS QUE SUSTENTAN EL PERIODISMO TRANSMEDIA.....	10
1.1 Narrativas Transmedia: Base del Periodismo Transmedia.....	10
1.2 Periodismo Transmedia.....	18
1.3 Patrimonio Cultural.....	29
1.3.1 Patrimonio Nacional Aborigen en la provincia de Holguín.....	37
CAPÍTULO II. PROYECTO TRANSMEDIA PARA PRESERVAR EL PATRIMONIO ABORIGEN DE LA PROVINCIA DE HOLGUÍN.....	43
2.1 Periódico ahora! : panorama actual. Limitaciones y potencialidades.....	43
2.2 Tan auténtico como las raíces: Producto Transmedia sobre cultura aborigen..	52
CONCLUSIONES.....	59
RECOMENDACIONES.....	60
BIBLIOGRAFÍA	
ANEXOS	

El surgimiento de las Nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs), a fines del siglo XX, impactó todas las esferas sociales, sin exceptuar nación alguna, independientemente del nivel de desarrollo o cultura de cada pueblo. Esta era conquistó de forma acelerada los modos de actuación de todos los sectores de la sociedad, implementando novedosas formas de comunicación.

Los procesos comunicativos se vieron modificados, al involucrar la posibilidad de replantearse teóricamente un nuevo panorama, modelos y la práctica de sus profesionales, además de reconfigurar los paradigmas y rutinas instituidas, revolucionando la evolución de la comunicación tradicional.

La Internet logró superar en audiencia al resto de los medios ya existentes, al crear un espacio social que propició el descenso en la supremacía del monopolio de la información, desarrollados por los grandes medios habituales, al perturbar los limitados procesos de acceso, producción y transmisión. “Internet emergió como una red horizontal, multidireccional, descentralizada e interactiva, lo cual resulta poco frecuente en el caso de los medios de comunicación anteriores”. (Echeverría, 1996).

Desde ese momento, cualquiera que pudiera acceder a las plataformas digitales, pudo elaborar, editar y proporcionar contenidos para el resto de los navegadores y así ofrecer a la comunidad virtual lo que acontecía. Esto significó el fin de la creencia que los receptores de información debían limitarse a la pasividad, a la espera de la información, ahora tenían la oportunidad de tomar la palabra y hacerse visibles, fuesen o no profesionales de la comunicación, generando contenidos que los convierten en prosumidores.

Las industrias de entretenimiento vieron en estos usuarios una oportunidad para el desarrollo de sus historias, dando lugar al surgimiento de los términos *fanfiction* o *fandom*: usuarios que consumen y generan contenidos ficticios, además de ampliar, hacia otros escenarios y formatos, sus productos comunicativos (Scolari, 2012), dando espacio a la narrativa transmedia, donde se cuentan historias a través de múltiples medios ya sea ficción o realidad.

El periodismo, para Scolari (2014), siempre ha tenido un carácter transmedia, y con la aparición del periodismo ciudadano o periodismo 3.0, puede hablarse claramente de la transmediatización del discurso informativo. Autores como Ford, 2007; Jenkins, 2008; Moloney, 2011; Orihuela, 2011; Porto y Flores, 2012; Tognazzi, 2012; Scolari, 2013; Luizzi, 2014; Peñafiel 2016, tratan el término Periodismo Transmedia.

Todos concuerdan en que es una forma de lenguaje periodístico que expone distintas plataformas, con diversos lenguajes y narrativas, mediante múltiples medios y dirigido a una gran audiencia, exponiendo relatos que se expanden de un medio a otro en busca de la participación de los prosumidores, para enriquecer la historia.

Gracias a ellos, el periodismo transmedia se posicionó como una manera interesante y novedosa para la presentación de los contenidos periodísticos, como es el caso de Proyecto Rosa, de la Silla Vacía de Colombia, 2012; Snow Fall, del New York Times en 2012; #BringBackOurGirls, 2014, del New York Times; La tierra esclava (2017) de Eldiario.es y El Faro, e Indestructibles, 2019 de los españoles Xavier Aldekoa y Alfonso Rodríguez, son algunos de los trabajos periodísticos de corte transmedial realizados en el mundo.

En el ámbito internacional existen variedad de estudios encaminados al periodismo transmedia, como es el caso de *Manual de Periodismo transmedia: Introducción y orientación al desarrollo de reportajes periodísticos transmedia*, de Santiago (2017), el cual aporta herramientas prácticas para la realización de un producto periodístico transmedial. También están las investigaciones de Moloney (2011) con la proyección de los principios que rigen el periodismo transmedia; y Renó y Flores (2012) proponen métodos de trabajo para la producción de narrativas transmedia de no ficción.

Por otra parte, Martín y Rodríguez (2017) elaboran un Manual de Periodismo transmedia que agrupa los conocimientos teórico-prácticos de varios autores, para aplicarlos en la realización de reportajes transmedia, y Lovato (2014, 2017) plantea las pautas y principios descritos por investigadores, comunicadores y especialistas en el tema para exponerlas en un material que ofrece una plantilla de diseño para narrativas

transmedia de no ficción. Todas estas bibliografías representan parte de los referentes teóricos y prácticos para comprender las dinámicas de la producción periodística transmedia (Sarmiento, 2021).

La Escuela de Cine y Televisión de San Antonio de los Baños, fue una de las primeras instituciones en Cuba en incluir dentro de sus planes de estudio la creación de productos transmedia, y aunque no cuenta con los recursos necesarios para desarrollar estos trabajos, algunos de los proyectos han podido elaborarse fuera del territorio nacional, como es el caso de “La vida no vale un cobre”, de la estudiante peruana Zevallos (2018).

También está la propuesta de Rodríguez (2018), quien presenta las narrativas transmedia de ficción a través de la temática de las tradiciones y la narración oral y así llevar el universo de un personaje literario al teatro, la radio, la televisión y la web.

En los últimos años se realizaron investigaciones dirigidas a profundizar los fundamentos teóricos de este tipo de periodismo y su implementación en la producción, como son las investigaciones de De la Paz (2019), Sánchez (2020), Hernández (2020) y Sarmiento (2021). Estos autores consideran las características de las narrativas transmedia presentes en los medios cubanos, y ofrecen pautas y procedimientos para impulsar la producción transmedia en el país.

Aún cuando existen investigaciones que sustentan esta nueva manera de presentar productos comunicativos, todavía queda un vacío con respecto a su creación en el ejercicio periodístico. De ahí que esta investigación siga otro rumbo, diferente a lo que ya se ha plantado antes en las tesis consultadas. Y no es más que la exposición del periodismo transmedia a través de productos comunicativos que expongan la cultura histórica de la provincia holguinera, pues la autora considera que la principal función de esta nueva manera de ejecutar la producción periodística, es informar de tal manera, atractiva, actual e interesante, que pueda atraer a todo tipo de público.

Medios oficiales como Granma, Juventud Rebelde, Cubadebate y Radio Rebelde, han incursionado en la elaboración de productos comunicativos transmedias, sin embargo responden mayormente a características multimediales, no transmediales.

En la provincia Holguín, los medios han buscado incrementar su presencia en las diferentes plataformas de Internet a través de sitios web y las redes sociales, mediante la incorporación de productos comunicativos como infografías interactivas, imágenes 360, líneas de tiempo, entrevistas online, podcast y videoperiodismo.

Sin embargo, el Periódico **ahora!** no ha incursionado en la narrativa transmedia a pesar de las múltiples herramientas con las que cuenta, como son los equipos de trabajo destinado a la producción de contenidos para Internet y un local con las condiciones para llevarlos a cabo, además de investigaciones sobre como implementar la producción periodística transmedia en el medio; también existen factores como sus rutinas productivas, que inciden en que la producción de contenidos se limite a narrativas multimedia.

El procedimiento elaborado por Hernández (2020), propone la conformación de un Grupo de Periodismo Transmedia en la Casa Editora **ahora!** y su capacitación para la producción. Por otra parte, Sarmiento (2021), en su investigación, ofrece una guía para la producción de contenidos transmedia en el mismo medio, pero aún así no se practica este tipo de producción periodística.

La autora consideró oportuno el periodismo transmedia para realizar los contenidos que se exponen en esta investigación porque las características y elementos de esta nueva forma de presentar al periodismo permite que la audiencia conozca de una manera interesante cualquier tema, incluso puede volver atractivo al menos interesante.

Siendo realistas, existen múltiples deficiencias en el periodismo holguinero, no solo cuando de cuestiones técnicas se habla, sino también los temas abordados y de la forma en que se tratan. Tal es el caso del Patrimonio Cultural, un tema de marcada

importancia para el territorio, no solo por la carga histórica que contiene, sino también por el potencial turístico que representa.

Los medios de comunicación son la fuente principal de información del país, sea de la índole que sea, sin embargo, la importancia que le dan a temáticas sobre el patrimonio aborigen de la provincia es escasa, y está prácticamente destinado a la noticia del día, ya sea un hallazgo o efemérides relevante. Sin embargo, son temas que requieren de profundización porque son piezas claves de lo que ha conseguido la provincia contada desde sus cimientos.

Por ello, la investigadora propone fusionar lo nuevo con lo viejo, y emplear las novedosas herramientas del periodismo transmedia para visibilizar los antecedentes históricos de la provincia, el patrimonio sociocultural y los antiguos modos de vida de nuestros antepasados de una manera atractiva e interesante, que permita que la información expuesta en productos llamativos, pueda llegar a la generación digital, la cual en su mayoría, carece de conocimientos sobre las bases históricas de su tierra, lo que hace que cada día sea más difícil recordar de donde venimos, y de cierto modo perjudica a donde iremos.

Como es lógico, al no adentrarse en la producción transmedia, tampoco han realizado trabajos de este tipo con enfoque cultural, los reportajes que existen con respecto a la identidad cultural que posee la provincia, son meramente multimediales, lo que no le aporta la riqueza que ofrece un contenido transmedia y la visibilidad que requiere un tema como este.

Al hablar de patrimonio cultural, se refiere al conjunto de bienes materiales e inmateriales que representan la herencia cultural de una sociedad: monumentos, sitios arqueológicos, obras de arte, documentos, tradiciones orales, danzas, música, gastronomía y cualquier otra manifestación cultural que permita conocer y comprender nuestra historia, identidad y raíces culturales, para fortalecer el sentido de pertenencia y la cohesión social dentro de una comunidad.

La provincia de Holguín cuenta con un rico patrimonio aborigen, que revela la presencia de las culturas indígenas que habitaron la región antes de la llegada de los colonizadores españoles. Este legado se refleja en la cultura actual de la región, pues muchas comunidades locales mantienen vivas las tradiciones indígenas a través de festivales, la música, danza y artesanía, lo que contribuye a fortalecer la identidad holguinera, promover el turismo cultural y promocionar la diversidad cultural.

La ciudad de los parques es rica en cultura, por las historias que contiene, la arquitectura, arqueología y la propia idiosincrasia de sus habitantes, más allá del potencial artístico que representa para el país, es fuente inagotable de temas idóneos para elaborar productos transmedias de calidad.

Por eso, es asumida la elaboración de productos transmedia como una modalidad de comunicación que responde a la necesidad de los lectores, oyentes, televidentes y usuarios de recibir y ofrecer contenidos de distintos medios y de distintas formas, enfocada en los contenidos transmedias para la Casa Editora **ahora!**

Durante el diagnóstico previo realizado por la autora para la presente investigación, se detectó, en los diferentes períodos de prácticas laborales e investigación en este medio, que el periodismo transmedia pese a las investigaciones dedicadas a él, presenta las siguientes insuficiencias:

- Insuficiente producción de este tipo de periodismo.
- Deficientes competencias profesionales en los periodistas y comunicadores para asumir una producción de contenidos transmedia estables.
- Predominio de rutinas productivas que no propician la generación constante de estos contenidos.
- Escaso aprovechamiento de los medios y plataformas (sitios web, redes sociales, plataformas de audio y video), para atraer a las nuevas generaciones.
- Escasa motivación hacia este tipo de producción periodística, fundamentalmente por parte de la generación más experimentada.

- Limitaciones para lograr la adaptación adecuada de los contenidos a las características de los distintos medios y plataformas.
- Poca sistematicidad en la aplicación de las investigaciones realizadas.

Lo antes planteado posibilita formular el siguiente **problema científico**: ¿Cómo preservar el patrimonio aborigen de la provincia de Holguín mediante la producción de contenidos transmedia en el Periódico **ahora!**?

Por tanto fue pertinente enmarcar el **objeto de investigación** al Periodismo transmedia, por lo que se estableció como **campo de estudio** la producción periodística transmedia en el ámbito histórico-cultural. El **objetivo de la investigación**: Elaborar un proyecto transmedia para preservar el patrimonio aborigen de Holguín en el Periódico **ahora!**

En este momento se presentan varias **preguntas de investigación**, como:

- 1- ¿Cuáles son los fundamentos teóricos-metodológicos que sustentan al periodismo transmedia?
- 2- ¿Qué características presenta el patrimonio aborigen en la provincia de Holguín?
- 3- ¿Cuáles son las condiciones del Periódico **ahora!** para asumir la producción de contenidos transmedia en el ámbito histórico-cultural?
- 4- ¿Cómo preservar el patrimonio aborigen de Holguín mediante la producción de contenidos transmedia en el Periódico **ahora!**?

Estas preguntas inducen al planteamiento y solución de las siguientes **tareas de investigación**:

- 1- Sistematizar los referentes teóricos-metodológicos que sustentan al periodismo transmedia.
- 2- Caracterizar el patrimonio aborigen de la provincia de Holguín.
- 3- Analizar las condiciones del sitio web www.ahora.cu para asumir la producción de contenidos transmedia en el ámbito histórico-cultural.

- 4- Elaborar un proyecto transmedia para perpetuar el patrimonio aborigen de Holguín en el sitio web www.ahora.cu.

El tema que se aborda requirió el empleo de la triangulación metodológica, pues en esta investigación se tuvieron en cuenta fundamentos de la teoría comunicológica, estética y psicológica.

Para lograr la obtención de resultados, esta investigación se apoyó en el empleo de diferentes métodos de investigación científica, tanto de nivel teórico como empírico, tales como:

Métodos teóricos:

- Histórico-Lógico: permite analizar el proceso de evolución de la producción transmedia como fenómeno mediático hasta su inserción en la producción periodística contemporánea.
- Análisis-Síntesis: para determinar el problema, lo que permitió una profundización en los conocimientos sobre la producción transmedia, e interpretar y procesar toda la información obtenida a través de la aplicación de los instrumentos y la bibliografía consultada.
- Inductivo-Deductivo: para inferir relaciones existentes a partir de hechos particulares, y así conducir a la investigación en la lógica de lo general a lo particular.
- Sistémico-Estructural-Funcional: para analizar al Periódico **ahora!**, conocer sus limitaciones y potencialidades y sobre esas bases elaborar un proyecto para favorecer la producción transmedia en sus diferentes plataformas.

Métodos empíricos:

- Análisis de contenido: para evaluar y caracterizar la presencia de contenidos transmedia en otros medios de prensa nacionales y locales.

- Revisión documental: se utilizó para la obtención de datos recogidos en trabajos precedentes, encontrados en revistas, periódicos y documentos, en soporte tradicional y materiales activos en Internet, sobre las narrativas transmedia y su relación con el periodismo.
- Entrevistas a informantes claves: dirigidos a profesionales del medio. Su valor estuvo en el grado de detalle y la singularidad de las respuestas de especialistas en la producción hipermedia y transmedia de no ficción.
- Observación científica: basada en la observación de los productos periodísticos transmedias para determinar elementos esenciales de su diseño y producción.
- Observación no participativa: al ser la investigadora un agente externo a los medios de comunicación.

El **aporte práctico** de esta investigación radica en la exposición de la cultura histórica de la provincia de Holguín, con la producción de materiales transmedia, con carácter flexible, abierto, dinámico, sistémico, con enfoque a la potencialidad, valorativo y contextualizado, y de esta manera, no solo mejorar la redacción en el contexto digital y beneficiar la integración del conjunto conformado por la información, la estética y lo deontológico, la productividad y el posicionamiento del medio, sino también motivar la interacción de las nuevas generaciones con sus antepasados.

La **novedad científica** radica en la elaboración de un proyecto transmedia sobre los asentamientos indígenas holguineros, para que su legado se conserve con el pasar del tiempo, y de esta forma, contribuir a potenciar la producción de contenidos transmedia, lo que permitirá la adopción de las medidas necesarias para elevar la calidad de los trabajos publicados en el Periódico **ahora!**.

CAPÍTULO I: FUNDAMENTOS TEÓRICOS-METODOLÓGICOS QUE SUSTENTAN EL PERIODISMO TRANSMEDIA

1.1 Narrativas Transmedia: Base del Periodismo Transmedia.

Con el paso del tiempo podría considerarse reiterativo hablar sobre las narrativas transmedia, porque aunque en los últimos años se han asentado sus bases con el desarrollo de la tecnología, al poder incorporarse, gracias a estas, a diferentes sectores en la industria del entretenimiento, es un fenómeno que es estudiado desde inicios del siglo XXI. En el 2003 Henry Jenkins confirmó que habíamos entrado en la época de la convergencia mediática donde era inevitable el flujo de contenido a través de múltiples plataformas.

Sola De Pool, en 1983 fue de los primeros investigadores en proponer un concepto sobre convergencia mediática: una fuerza de cambio en el seno de las industrias mediáticas, considerándola como una combinación de códigos lingüísticos y soportes de difusión. Sin embargo, para Ramón Salaverría (2010), no era más que un proceso de solapamiento de medios y contenidos facilitados por la naciente tecnología digital.

El desarrollo de las Tecnologías de la Informática y las Comunicaciones (TICs), permitió que la convergencia mediática se convirtiera en tema de debate en el campo académico y profesional, en los que se manejan diversas interpretaciones.

En los primeros años del 2000, la convergencia tenía una gran fuerza en cuanto a un sistema plenamente integrado, sin embargo, diversos investigadores opinaban que estaban ante un proceso evolutivo.

En el modo de convergencia en los medios de comunicación, el entorno laboral tiende a interpretar la convergencia mediática como el proceso donde se integran las redacciones de dichos medios, como una solución organizacional y de avance. Pero este proceso va más allá, pues los ejes fundamentales son la cooperación y la

colaboración entre sus redacciones y el resto de las partes de la empresa periodística y su forma de incorporar las herramientas que ofrece la tecnología.

La creación de redacciones integradas, hizo accesible el uso de los nuevos recursos disponibles para crear relatos más completos para el público, lo que causó un avance en la manera de producir y consumir la información de los medios, trajo un rompimiento en los paradigmas ya pautados, ahora “somos espectadores activos del impacto entre los medios masivos y los medios sociales, donde productores y consumidores alternan roles relacionándose de formas impredecibles” (Liuzzi, 2015), dando cabida al desarrollo de las narrativas transmedia.

En 1975 el término transmedia aparece en la historia por primera vez de la mano de Saunders Smith, el cual creó el término trans-media music para denominar sus obras musicales, en las que fusionaba diferentes melodías en una misma composición. Dieciséis años después, Marsha Kinder, aplicó el término en el campo de la comunicación, al mencionar la existencia de una intertextualidad transmedia, concepto que hacía referencia a la concepción original de Bakhtin como una polifonía, pero en esta nueva acepción, el concepto trans, no sugiere una jerarquía en el proceso de construcción y lectura del contenido.

Desde la aparición de este término, los investigadores del área de la comunicación han querido acotarlo, pero es un fenómeno relativamente actual y abarcador, que se encuentra en constante cambio y evolución, al tener como principios fundamentales a la narrativa y a la tecnología, dos elementos que se encuentran en desarrollo, lo que provoca que la narrativa transmedia evolucione a la par de estas.

Fue en el 2003 cuando Henry Jenkins planteó su definición de narrativa transmedia o transmedia storytelling, como un fenómeno que “se desarrolla a través de múltiples plataformas mediáticas, y cada nuevo texto hace una contribución específica y valiosa a la totalidad. En la forma ideal de la narración transmedia, cada medio hace lo que mejor se le da.”

Jenkins, al ser el primero en plantear el mundo transmedia, fue considerado el padre del término, pero otros investigadores continuaron profundizando en dicho concepto y agregando nuevas características. Uno de ellos fue Carlos Scolari, el primer investigador español de estas narrativas, quien en 2009 agregó que se trata de “una estructura narrativa particular que se expande a través de diferentes lenguajes [...] y medios”.

La aportación de Scolari permite comprender que emplear las narrativas transmedia no es llevar de un medio a otro: del libro a la película, porque cada plataforma presenta lenguajes y estructuras diferentes, sino que es encontrar un equilibrio en cada medio, tomar lo mejor de cada uno y exponerlo de tal forma que cada uno aporte en la creación del mundo narrativo.

Por su parte, Srivastava (2012) encontró mayor interés en el papel de los usuarios y los soportes, dándole otro enfoque al concepto. Afirmando que es “extensión de una historia [...] en diferentes plataformas mediáticas, que pueden ser digitales o lo que llamamos ‘tradicionales’, [...] y la intención es permitir a la gente participar, escribiendo la historia junto a ti, y también crear más oportunidades para que la gente entre en el universo de tu historia”.

Esto propuso un nuevo rol para los consumidores, dejar de ser agentes pasivos ante el flujo de información, ahora podían formar parte del proceso de creación y expansión del proyecto. El proceso de comunicación dio un giro al incorporar un nuevo elemento, consumidores que producen, los prosumidores.

En el proceso de circulación del contenido una herramienta importante son las redes sociales, porque allí los usuarios se relacionan entre sí con elementos comunes, interactúan de diferentes formas, al compartir o comentar. Por lo que también podría considerarse un factor importante al permitir que la retroalimentación de la información sea constante, un hecho fundamental cuando se habla de narrativas transmedia en la creación de nuevos contenidos que expandan el relato.

El aprovechamiento de las herramientas digitales y de gestión de contenidos de los usuarios, para potenciar su participación en los relatos transmedia, también puede

hacerse mediante identificación de líderes de opinión, influencers y figuras públicas que contribuyen a la difusión de los contenidos generados para estas plataforma, pues tienen el poder de construir procesos comunicacionales con la fuerza suficiente para sostener los temas de su interés.

Claudia Ardini (2018) asume una posición interesante y sintetizada. Hace énfasis en la manera de contar una historia colectivamente, con participación de los prosumidores, para expandirla en distintos medios y plataformas con distintos objetivos y consecuencias. Expone que la experiencia transmedia debe pensarse para la mayor cantidad de usuarios, de tal forma, que se expongan diversos puntos de vista en la construcción del relato, condición con la que serán capaces de comprometer a los prosumidores. Así deja claro los tres ejes sobre los que gira la producción transmedia: narrativo, tecnológico y participativo.

Según lo expuesto por Miguel Ángel Osorio (2017), en su tesis doctoral, la narrativa transmedia está compuesta por: el mensaje global, formado a partir de las partes repartidas en diferentes medios; las plataformas en las que dicho mensaje es consumido, los formatos y el mundo. Lo que hace que estas sean instrumentos válidos para obtener historias profundas, ricas en contenido y que perduren en el tiempo.

Partiendo de que las Narrativas Transmedia se han desarrollado con la llegada de la era digital, podría confirmarse que es un fenómeno destinado a incursionar y explorar las implicaciones de la tecnología en el desarrollo de las distintas formas que ahora existen para comunicarse, buscando que los escenarios comunicativos se renueven cada día, planteándose la relación del medio con la audiencia.

Desde hace muchos años, las masas que consumían los materiales periodísticos se convirtieron a su vez en comunicadores, pues los lectores activos y locales comenzaron a enviar cartas a las redacciones con sus opiniones sobre los contenidos ofrecidos o proponiendo nuevos temas, y aunque en aquel entonces no se dominaba el término prosumidores, sí eran tomados en cuenta sus criterios y así convertían a la audiencia en colaboradores.

Las investigaciones dedicadas a esta faceta de la comunicación, han evidenciado la constante evolución de los espectadores con el paso del tiempo. La audiencia ha tenido un desarrollo similar al del cine, primero fue mudo, luego obtuvo color, más tarde efectos especiales, y ha llegado a tal punto de avance que ahora podemos sentir cada sensación, solo con usar unas gafas especiales, gracias a la tecnología 3D. Igualmente sucedió con la audiencia, pasaron de ser simples lectores o escuchas de relatos a interactuar con ellos e incluso crear un relato mejor partiendo de la historia inicial.

El concepto de prosumidor fue establecido por Alvin Toffler, quien lo plantea como un sujeto independiente, cuya capacidad de búsqueda le atribuye el poder de decidir qué hacer con la información que recibe.

La labor de un prosumidor es, a partir de un contenido que haya consumido, ser capaz de desarrollar otros materiales, teniendo como base el producto que consumió, que puede seguir el mismo curso o darle otro enfoque para así aportar nuevos matices a lo que se cuenta.

Sin embargo, aunque podría parecer sencillo no lo es, no es simplemente crear un producto transmedia, lograr que el público comience a interactuar con él y establezca el papel de prosumidor. Los investigadores y los creadores de estas narrativas se percataron de la importancia de delimitar que tipo de audiencia pueden encontrarse en cada plataforma y a qué comunidades de usuarios va dirigido cada proyecto transmedia, por lo que propusieron un término al que llamaron call to action, que representa la necesidad de establecer los resortes que podrían garantizar el compromiso del público con la propuesta transmedia y estimularlos a convertirse en prosumidores.

Además del importante valor que le da a los prosumidores, otro elemento particular de la narrativa transmedia es que si bien su contenido forma parte de un mismo mundo narrativo, su sentido permanece intacto si apreciamos los componentes de forma independiente. Esto da la oportunidad de que el material sea consumido de forma

autónoma, con el objetivo de que cada formato o plataforma sirva para dar cabida a distintas audiencias.

Atendiendo a los intereses de esta investigación y a la necesidad de reunir en un solo concepto las características principales de la narrativas transmedia, la autora la propone en la definición operacional como un proceso donde se transmite un mensaje, a través de diversas plataformas, mediante diferentes formatos (fotos, videos, textos y otros), cada uno hace un aporte al relato, que pueden ser entendidos por separados, pero que juntos constituyen una historia en expansión, donde la audiencia tiene un papel enriquecedor en la narración: obteniendo información, interactuando con ella y creando contenidos.

Por otro lado, es importante explicar una confusión existente con respecto a tres conceptos que tienen relación entre sí: transmedia, crossmedia y multimedia, aunque se complementan, existe una clara diferencia entre ellos. La transmedia expande la historia utilizando diferentes medios y el crossmedia expone la historia transmitida por diferentes medios, mientras que la multimedia es la integración de diferentes recursos digitales para la producción de dichas historias.

En el artículo *The Revenge of the origami unicorn: Seven principles of Transmedia Storytelling*, Jenkins expone por primera vez los 7 principios que, según sus investigaciones, deben cumplir los relatos transmedia:

- La expansión de un relato es la muestra de la circulación de los contenidos, mediante el compromiso de la audiencia de propagarla en las diferentes plataformas y soportes digitales. La profundidad se contrapone a la expansión, porque representa el fanatismo de algunos internautas en ir a buscar los contenidos
- La continuidad es la necesidad que poseen los consumidores de encontrar una concordancia en el mundo narrativo independientemente del medio o la plataforma. Esto significa, a grandes rasgos, que los personajes poseen un modo de actuar igual tanto en una película como una historieta. En

contraposición a la continuidad, la multiplicidad es la creación de experiencias narrativas que no guarden relación en apariencia con la obra original.

- La experiencia inmersiva hace partícipes a los consumidores del mundo narrativo. Sin embargo, para interactuar con determinados elementos del relato en la vida real, es necesario un proceso de extracción de varios de ellos del material original.
- La complejidad de los diferentes mundos creados debe permitir que la historia pueda ser expandida con la interacción de los prosumidores. Esto se logra mediante la incorporación al relato de datos verosímiles.
- La serialidad se basa en la relación que exista entre cada pieza que constituye el material transmedia, distribuido en diversas plataformas, y son los consumidores quienes al acceder e interactuar con ellas, a través de la hipertextualidad, van creando una experiencia narrativa.
- La subjetividad no es más que el esfuerzo que debe realizar el consumidor con el fin de construir su mundo narrativo, debido a la polifonía generada por la constante recombinación de fragmentos del relato.
- La ejecución es el proceso donde los relatos adoptan el carácter transmedia, dado por el modo de actuar de los prosumidores al expandir el mundo narrativo.

Estas características han sido las bases de producción transmedia en los diferentes países que han asumido su desarrollo, pero en el caso de Cuba ha sido diferente, pues no es un secreto que la Isla ha tenido un despertar complejo ante la revolución tecnológica, debido a los obstáculos para acceder a las nuevas tecnologías, lo que ha significado grandes dificultades para los investigadores que se han interesado por el estudio de este campo. Sin embargo, el uso de las redes sociales y los diferentes sitios web ha hecho posible la creación de este tipo de trabajos.

A fin de lograr una mirada del fenómeno transmedia en Cuba, es necesario analizar la propuesta de Sánchez (2020) sobre la producción transmedia de ficción o no ficción, y lo que presenta como rasgos fundamentales para este tipo de narrativas, a partir de la fusión y reinterpretación de los postulados anteriores:

•Verticalidad inicial y horizontalidad eventual en la concepción del proyecto transmedia: Los contenidos se generan en una dirección de arriba-abajo, desde la concepción original de los productores y el equipo creativo hasta las contribuciones de los usuarios.

•Contenidos auténticos para cada plataforma: Las narrativas transmedia conjugan diferentes canales y lenguajes, cada uno de los cuales aporta contenidos originales y basados en las potencialidades de cada plataforma.

• Compromiso de los usuarios: La audiencia tiene un rol activo en el curso de la historia. Sin un núcleo duro de seguidores la transmediación carece de sentido.

Robert Pratten (2011), fundador de TransmediaStoryteller, una empresa de participación de audiencias, utiliza los juegos de realidad alternativa (ARG) para diseñar modelos de producción de relatos que puedan calificarse como transmedia. Resalta la multiplicidad de medios y plataformas para hacer que el relato crezca constantemente y penetre en la audiencia, a fin de elevar el compromiso de los consumidores con el material expuesto. Destaca el carácter interactivo entre los personajes y la audiencia, a la hora de establecer los mecanismos de personalización de la historia, para que la experiencia transmedia resulte una mezcla entre la realidad y el mundo ficticio.

Podría decirse que la narrativa transmedia es la técnica más antigua con la que ha contado el hombre para difundir un mensaje, desde pinturas rupestres hasta los cuentos populares que han sido el móvil de propagación de pensamientos, ideologías y leyendas, por diferentes canales de comunicación hacia la sociedad. Un hecho notable es que en la antigüedad, cuando no existía acceso a la literatura comercial, producción en masa de libros o revistas, para difundir historias, el ser humano se valió de pinturas, esculturas, construcciones arquitectónicas y símbolos.

Por otra parte, la llegada de la tecnología y la instauración de las diferentes plataformas de interacción social, permitieron que muchas personas comenzaran a generar contenidos para estos soportes, volviéndose youtubers, blogueros y tuiteros, los cuales

crean y comparten sus propios contenidos, muchos de ellos con una calidad y veracidad muy alta que luego es corroborada y se le da credibilidad en las redacciones de medios oficiales, de esta forma, el periodismo utiliza las informaciones brindadas por los ciudadanos mediante las redes sociales, convirtiendo a sus propios consumidores en generadores de información, lo que enlaza el periodismo con el mundo transmedial.

1.2 Periodismo Transmedia.

Los medios de comunicación no han sido suficientes cuando se trata de ofrecer a los usuarios interactividad y participación, pero con la evolución de las nuevas formas de ejercer el periodismo, se empieza a reconstruir el lenguaje y los formatos para llevar cualquier información a los consumidores, muchos de los cuales se encuentran inmersos en internet, donde cada día aumenta la contribución del ciudadano en la comunicación digital.

En la actualidad se han creado nuevas herramientas que han ampliado la manera de exponer el periodismo, puesto que una noticia puede salir hasta de un tuit de cualquier internauta, lo que provoca una expansión transmedia, con un inmediato flujo de información, que a su vez complejiza la labor del periodista.

Al tener en cuenta las diferentes formas que ahora tiene la audiencia de relacionarse con la información, mediante distintos soportes, fuentes y medios, queda claro que todos han sucumbido al amplio mundo de la Internet, donde se han resemantizado todas las posibilidades de compartir e interactuar con una noticia, así logran expandirla en su entorno provocando una comunicación personal, grupal, comunitaria y profesional. Entonces es posible hablar de una transmediación del discurso periodístico de una manera no articulada.

Para hablar del término periodismo transmedia, hay que tener en cuenta que las noticias deben ser presentadas con el objetivo de crear espacios para la participación activa de los consumidores, al insertar estrategias contemporáneas como los proyectos

de inteligencia colectiva, el *newsgaming* o el periodismo inmersivo, lo que sirve de complemento a las formas tradicionales de comunicación.

Durante años el periodismo ha realizado la función de informar y por supuesto esa se mantiene como su oficio primario, sin embargo cabe la posibilidad de analizar lo expuesto por Ardini (2018), que determina los elementos fundamentales para la confección de un producto periodístico transmedia: el relato, los medios y plataformas, y la participación de los usuarios, para crear un ambiente propicio a la retroalimentación de los contenidos.

La interacción con el usuario que suponen las estructuras hipermedia, dispositivos y plataformas digitales, no determina el compromiso de estos con la expansión de las historias. La aportación de los prosumidores en los contenidos periodísticos transmedia, se determina en la capacidad de estos para contribuir a la creación de mundos y experiencias narrativas, en un entorno global y diverso, con el fin de que cada historia sea expresada e interpretada por todos.

Renó y Flores en el 2012 establecieron que el Periodismo transmedia es un lenguaje que proporciona una construcción de noticias complejas y largas, por fragmentos presentados por ambientes multiplataformas, por medios distintos, independientes y relacionados entre sí, y que por una capacidad de expansión por estructuras hipermedia ofrecen una navegabilidad acompañada de experiencia lúdica. Al mismo tiempo, presenta una conexión por medios sociales y ocupa un espacio en dispositivos móviles, ofreciendo la retroalimentación *produsumidora* a los ciudadanos, desde ese momento coautores de dichos contenidos.

A pesar de que algunos autores consideran que el formato no es lo más importante siempre que exista una buena historia por contar, otros se preocupan por encontrar la novedad de interés para la audiencia y/o encontrar un modelo de negocio que sobreviva a los cambios constantes de la comunicación del siglo XXI.

Es importante resaltar que la expansión del relato en los diferentes medios y soportes, está dada por la posibilidad de navegar de una plataforma a otra, de un contenido a otro, en una misma historia, sin que eso suponga un quiebre en la comprensión del producto.

La aurora determina como referente para esta investigación, establecer el Periodismo Transmedia con el concepto ofrecido por Renó y Flores, y además agrega que como una forma elaborada de desarrollar el periodismo, se destacan como ejes principales la expansión narrativa y la cultura participativa de la audiencia, para interactuar con diferentes productos que guardan independencia narrativa y sentido completo entre sí.

Para Scolari, el periodismo transmedia afronta tres desafíos claves, el primero está relacionado con el diseño de estrategias donde cada medio aporta lo mejor que puede según sus características; el segundo es la necesidad de lograr la integración y articulación de las diferentes unidades de producción en las empresas periodísticas y el último es la promoción de la participación y generación de contenidos por parte de los usuarios.

También expone tres componentes que pueden ser un punto de partida para plantear las bases de la producción periodística transmedia, ellos son la geografía, la historia y los personajes y las relaciones entre ellos, elementos primordiales que permitirán ubicar al usuario en el relato.

José Luis Orihuela, en el 2012 planteó 10 parámetros básicos que adaptan las narrativas transmedia al periodismo:

- Los medios venden el contenido, pero no el soporte.
- El lenguaje es multimediático con numerosos canales.
- El contenido es producido en tiempo real y no diario o semanal.
- El espacio de datos es ilimitado.
- El medio es autónomo y dispensa el gatekeeper y la agenda setting.

- El proceso comunicacional es de muchos para uno y de muchos para muchos.
- Utiliza el hipertexto y no el lenguaje lineal.
- Ofrece interactividad al usuario.
- Ofrece información sobre la información.
- El usuario es parte del proceso y no solo audiencia pasiva.

Henry Jenkins instauró las bases de las características transmediales, su precisión y adaptabilidad a las narrativas de ficción. Por esto la autora acepta ese modelo como un punto de referencia para concebir las características del periodismo transmedia.

Por otra parte es importante analizar el criterio de otros investigadores, que guiados por las ideas de Jenkins, han contribuido al desarrollo del periodismo transmedia, al proponer nuevos principios y características, como es el caso de Moloney (2011), quien comparte con Jenkins la necesidad de la autonomía y originalidad de cada contenido y la exclusión de las adaptaciones como parte del relato transmedia.

Además expone que las experiencias transmedia deben crear espacios en la web, donde se facilite la interacción y la participación en la historia de los usuarios. Por ello se acoge a las características ya planteadas como la expansión, inmersión y exploración, que equivale a la profundidad, y adapta y agrega otras que permiten enriquecer la comprensión del fenómeno transmedia de no-ficción, tales como:

- En el periodismo, la serialidad o continuidad se enfoca en el tratamiento editorial o estilístico de un tema, sobre la coherencia de la historia y sus personajes, sin importar el medio en el que se exponga.
- Los diferentes puntos de vista tratan de elaborar un relato objetivo, para que la multiplicidad de intermisiones propicie un aporte progresivo en la narración.
- El periodista no debe crear un mundo para la exposición del relato, ese ya existe, solo debe explorarlo para que el público lo haga también.
- El público debe absorber la información que le brindan, no solo para interactuar con ella sino también para que le sirva de utilidad en algún sector de su vida.

- El periodista debe emplear métodos para impulsar al prosumidor a interactuar con el relato, el interés no llegará por sí solo, y tampoco hay que dejarle todo a la historia.

La autora concuerda con lo propuesto por Luis Núñez (2013), quien luego de analizar los principios establecidos por Jenkins, destacó que aunque son muy acertados para caracterizar la narrativa de ficción, no todos los elementos son válidos para emplearlos en el periodismo transmedia. Estas son las características planteadas por el investigador:

- Viralidad o capacidad de profundizar en la audiencia: representa la distribución de los contenidos noticiosos en las redes sociales, propiciando reacciones emocionales en los usuarios.
- La continuidad y simultaneidad: se expresa en la coherencia del lenguaje y las plataformas en las que sean esparcidas las historias. Cada medio social difunde un contenido específico que se alimenta y complementa con el resto.
- La objetividad desde múltiples subjetividades: las noticias deben ser comprobadas e investigadas a profundidad, para que la audiencia se sumerja en un escenario real, pero desde su imaginación como espectador, de esta forma es más fácil que conecten con la historia.
- Creación de mundo: la realidad debe tratarse desde diferentes puntos de vista y diversidad de opiniones subjetivas, para luego deducir la parte más objetiva de la noticia.

Luego de analizar todos estos parámetros, la autora ha determinado que basándose en el fin de esta investigación, se acogerá a las características expuestas con anterioridad, pero además agregará las siguientes:

Conexión entre plataformas: aprovechar las ventajas que ofrecen las redes sociales y otras plataformas digitales para difundir el contenido y llegar a un mayor número de personas, buscando sumergir al lector en la historia a través de elementos visuales, auditivos e interactivos.

Narrativa no lineal: la historia se desarrolla en diferentes plataformas o formatos, permitiendo al lector elegir cómo quiere consumir la información y seguir su propio recorrido.

Adaptabilidad: Se adecua a los cambios tecnológicos y las preferencias del público, aprovechando las nuevas herramientas disponibles para contar historias de manera innovadora.

Es importante señalar el concepto de mundo narrativo como “una estructura que soporta la creación de diversas historias o extensiones del producto principal, el cual debe tener alcance, profundidad y ser escalable, proveer metas, interés en personajes o sucesos que impulsen al público a interactuar, llevando la historia a facetas de su propia vida, rompiendo el rol de mero espectador pasivo (Acuña & Calogueria, 2012).

Esta definición es muy importante a tener en cuenta a la hora de impulsar una experiencia transmedia enfocada en diferentes audiencias, pues el interés en el producto depende, en primera instancia, del nivel de creación de dicho mundo narrativo, por lo que es necesario buscar formas creativas de elaborar contenidos cuyo fin es introducir al público en la interacción con el relato, y que esto desemboque en una construcción que sirva de continuidad a la historia.

Posterior al término storytelling surgió el historytelling, el cual es una práctica que desea construir conversaciones sociales y experiencias, en vez de narrativas o narraciones, como sucede en el primero, por lo que establece mayores condiciones de participación en su proceso de expansión, teniendo presente la integración de territorios físicos en el devenir de la experiencia.

Este nuevo concepto fue establecido por el periodista argentino Álvaro Luizzi (2014). Para él, el término nombra a las producciones transmediales de no ficción, como lo evidencia en sus productos: Malvinas 30 y Proyecto Walsh, los cuales recrean hechos históricos, en tiempo real, extendiendo el relato a través de diversos medios digitales con la participación activa de los usuarios.

La presente investigación se acoge a la transmedia historitelling para hacer referencia a los relatos en sentido social y no literario, pues sus características son acorde a lo que se propone proyectar con esta investigación, las cuales son:

- Las fuentes de inspiración están basadas en eventos históricos documentados y verificables.
- El público busca aprender sobre la historia y comprender mejor los eventos pasados.
- Emplea múltiples plataformas y medios para contar sus historias, como películas, libros, videojuegos, sitios web, redes sociales, etc.
- A menudo incluyen documentos históricos reales, fotografías antiguas y testimonios auténticos para respaldar la narrativa histórica.
- Se dirige a una audiencia específica y educada que tiene un interés particular en la historia y busca una experiencia enriquecedora y educativa.

Luego de realizar un análisis de conceptos y características expuestas en las diferentes investigaciones realizadas sobre la transmedia, la autora ha comprobado que muchas veces se le otorga la denominación de productos transmedia a contenidos periodísticos netamente multimediales, pues están compuestos por una articulación lógica y abarcadora entre los recursos que componen el relato transmedia, pero no presentan la hipertextualidad e intertextualidad necesarias, ni las vías de participación de los usuarios en la expansión de la historia.

Es un error pensar que los usuarios se sentirán atraídos inmediatamente por la historia y automáticamente comenzarán a generar contenidos, por eso es necesario realizar llamados a la acción para garantizar que una parte de ellos se convierta en prosumidores, especialmente en redes sociales.

Factores que imposibilitan la participación de los prosumidores, podrían ser la poca creación de espacios donde estos puedan obtener e interactuar con los contenidos. En este sentido, las redes sociales constituyen un importante catalizador de opiniones y plataforma ideal para que los usuarios comenten y surjan nuevos aportes a la historia.

A pesar de ser este un fenómeno relativamente joven, ya cuenta con cimientos teórico-prácticos que evolucionan y continúan estudiándose desde las academias y los medios de comunicación. Luego de analizar los referentes teórico-metodológicos que existen sobre este tema, se determina que la convergencia digital ha revolucionado la relación entre medios y usuarios, favoreciendo la interacción entre las audiencias en constante diálogo con los productores de la comunicación.

Puesto que una de las metas del periodismo transmedia es elaborar relatos periodísticos, más allá de simples noticias, crear historias complejas que no agoten su contenido en un solo medio o formato, es necesario que estos discurren entre la diversidad de canales que ahora existe, creciendo y enriqueciéndose con cada nuevo punto de acceso. También hay que brindar herramientas de construcción narrativa que vinculen y enlacen las historias expuestas en el resto de las plataformas.

Es necesario destacar que no es usar por usar los elementos transmediales, sino desarrollar contenidos infocomunicativos en consonancia con los nuevos hábitos de consumo para influir sobre las nuevas audiencias. La principal diferencia entre el periodismo transmedia y las formas anteriores de presentar el periodismo, es que la narrativa transmedia aprovecha las posibilidades comunicativas de la sociedad postmoderna, donde la interactividad tiene un papel importante, además de involucrar y atraer al receptor para la interpretación participativa del mensaje.

La inserción de los elementos transmedia en el periodismo, aún no ha llegado al punto donde se establezcan las rutinas productivas acordes con el nuevo método de generación de contenidos, pero sí existen planteamientos sobre la forma de construcción de la narrativa, los medios y plataformas, y la generación de estrategias que promuevan la participación de la audiencia.

Anahí Lovato, en su artículo *Diseño narrativo transmedia: hacia una metodología posible* (2018), propuso dos clasificaciones según la naturaleza inicial de los proyectos periodísticos transmedia:

- Proyecto transmedia proactivo: es pensado como transmedia desde el inicio.
- Proyecto transmedia retroactivo: es construido en base a un trabajo monomedia anterior. Esa pieza publicada con anterioridad marca las líneas del universo narrativo.

Esta investigación se acoge al criterio de proyecto periodístico transmedia proactivo, donde la finalidad es contar la realidad de manera atrayente y masiva, se hace necesario una planificación transmедиática amplia, desde el inicio, para lograr el objetivo comunicativo delimitado.

Además, Lovato elaboró una plantilla como referencia para el diseño de narrativas transmedia, en la cual se plantean y detallan las 4 características a tener en cuenta para el desarrollo de la producción transmedia:

- Narrativa: este es el primer paso para concebir los productos, en ella se define el mundo en el que se expondrá el relato, además de los ejes temáticos, personajes, escenarios, tiempos y conflictos en los que este se desarrollará.
- Experiencias: cuando esté delimitado el objetivo de la narrativa es propicio reconocer las audiencias y usuarios para pronosticar su comportamiento y así determinar cuales medios y soportes serán los adecuados para alcanzar el objetivo.
- Plataformas: determinar que contenidos serán contados en cada plataforma, teniendo en cuenta las características de cada una para garantizar la interacción de los usuarios en ellas.
- Ejecución: disponibilidad de los recursos necesarios para el desarrollo del proyecto, como la proyección de un cronograma de lanzamiento de los contenidos que conforman la experiencia transmedia.

Otro punto a tener en cuenta es la evolución de los géneros periodísticos, los cuales, como todo, han ido progresando a la par que se desarrollan nuevas tendencias comunicativas. Estos han ido cambiando sus características con el surgimiento de otras formas de hacer periodismo, pero sus bases continúan siendo las mismas, en el

soporte o medio en el que sea presentado. Por tanto, al tener en cuenta el espacio transmedia, se han adaptado los diferentes géneros a las características de este.

El documental y el reportaje se han alzado como los géneros más adecuados para realizar un producto periodístico transmedia, porque sus características posibilitan lograr un producto transmedia lo más acertado posible. Aunque esto es tema de discusión entre los académicos y productores, pues se cuestionan la estructura y la forma en la que los contenidos deben ser estructurados y organizados para mayor fluidez y aceptación ante los prosumidores.

Canavilhas (2006), al referirse sobre el reportaje transmedia, expone que la jerarquía de la noticia debe ser construida a partir de lo que el autor denomina “pirámide acostada”, o sea, todos en el mismo nivel jerárquico, relacionados por una navegación horizontal, para garantizar una mejor lectura del reportaje como tal.

El reportaje transmedia es una forma de contar historias que utiliza diferentes plataformas y medios de comunicación para transmitir la información de manera más completa y atractiva, aprovecha las ventajas de las nuevas tecnologías y los diferentes medios disponibles, pues tienen mayor cantidad de recursos que el tradicional y el multimedial, y que al igual que estos presenta características como:

- Narrativa multiplataforma: utiliza diferentes plataformas como la televisión, radio, internet, redes sociales, para contar la historia de manera más completa y llegar a diferentes audiencias.
- Participación activa del público: el público no solo es receptor pasivo de la información, también puede interactuar y participar activamente en el desarrollo de la historia a través de comentarios, votaciones o incluso creando su propio contenido relacionado.
- Contenido complementario: utiliza diferentes medios que enriquecen la historia principal. Esto puede incluir videos, audios, fotografías, infografías, entrevistas adicionales.

- Coherencia narrativa: a pesar de utilizar diferentes plataformas y medios, mantiene una coherencia narrativa en toda su estructura. Cada plataforma o medio utilizado aporta un elemento diferente a la historia pero todos están interconectados y forman parte de un todo.
- Experiencia inmersiva: busca sumergir al público en la historia a través de diferentes medios que permiten al espectador vivir la historia desde diferentes perspectivas y explorarla en mayor profundidad.
- Adaptabilidad: se puede ajustar según los intereses y características del público al que se dirige para lograr una mayor conexión e impacto.

Como es lógico, para llevar a cabo la creación de este tipo de reportaje hay que realizar una serie de pasos, como:

- 1- Definir la historia: tener claro el tema y la historia que se contará, identificar los elementos claves, los personajes principales y los puntos de interés.
- 2- Elegir las plataformas adecuadas: pueden utilizarse redes sociales, blogs, videos, podcasts, infografías, entre otros.
- 3- Crea contenidos específicos para cada plataforma: adaptar el contenido a cada plataforma es fundamental para aprovechar al máximo sus características y llegar a diferentes audiencias.
- 4- Diseñar una estrategia de distribución: planificar cómo se distribuirá el contenido en las diferentes plataformas mediante un calendario de publicaciones o lanzamientos para mantener el interés del público.
- 5- Fomentar la participación del público: crear espacios para que los espectadores puedan interactuar, comentar o incluso contribuir con su propio contenido relacionado con la historia.
- 6- Integrar las diferentes piezas: todas las partes de la historia deben conectarse entre sí y formar una narrativa coherente. Pueden emplearse enlaces o menciones cruzadas para guiar al público a través de las diferentes plataformas.

- 7- Medir el impacto y ajustar la estrategia: realizar un seguimiento del rendimiento del reportaje transmedia mediante métricas como el número de visitas, comentarios o compartidos en redes sociales.

En Cuba, el periodismo transmedia ha ganado popularidad en los últimos años debido al crecimiento del acceso a internet y las redes sociales, lo que ha estimulado el interés de los medios tradicionales cubanos para posicionar sus contenidos mediante las plataformas digitales para responder a las necesidades comunicativas e informativas de los usuarios y las tendencias actuales del periodismo. Esto ha permitido a los periodistas cubanos llegar a un público más amplio y diverso, así como también fomentar la interacción con los lectores.

Para ello fueron creados los sitios web y perfiles en redes sociales, ampliando de forma significativa las posibilidades de producción e interacción de los profesionales con la audiencia. Pero esto solo ha logrado crear un soporte y mayores herramientas, pues es escasa la incorporación de los profesionales en la elaboración de contenidos transmedia.

1.3 Patrimonio Cultural

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), establece que la cultura hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. Ella forma parte de la concepción del hombre, sus hábitos, costumbres, intereses, la forma en la que se expresa y toma conciencia de sí mismo. Por lo tanto se reconoce como un proyecto inacabado, pone, en cuestión, sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevos significados y crea obras que lo trascienden.

Cuando la Real Academia de la Lengua Española expuso el concepto de patrimonio lo estableció como la “hacienda que alguien ha heredado de sus ascendientes”, pero más tarde lo planteó como “conjunto de los bienes y derechos propios adquiridos por

cualquier título”, lo que se interpreta fácilmente como las posesiones, de cualquier índole, que se obtienen tanto de un individuo como de la sociedad.

Por otra parte, la RAE también propone el patrimonio histórico como “un conjunto de bienes que una nación ha acumulado a lo largo de los siglos, que, por su significado artístico, arqueológico, etc., son objetos de protección especial por la legislación”.

Analizados estos conceptos, es fácil reconocer el patrimonio cultural según lo planteado por la UNESCO, el cual establece todas las manifestaciones culturales y naturales que son consideradas valiosas y significativas para una sociedad, por lo que está comprendido como el conjunto de determinados bienes tangibles, intangibles y naturales que forman parte de prácticas sociales, a los que se les atribuyen valores a ser transmitidos y luego resignificados de una época a otra.

Este representa un proceso social y cultural donde se le atribuyen valores, funciones y significados, a determinados objetos y bienes resguardados, los cuales adquieren razón de ser en la medida que se abren a nuevos sentidos y se asocian a una cultura presente que los contextualiza, los recrea e interpreta de manera dinámica.

Inicialmente, la insignia de patrimonio se le otorgaba exclusivamente a los monumentos, pero paulatinamente ha incorporado nuevos elementos como el patrimonio intangible, etnográfico o industrial, los cuales han demandado nuevos esfuerzos de conceptualización de patrimonio cultural.

Para llegar a este consenso fue necesario establecer que el valor del patrimonio no se le atribuye a un pasado rescatado de modo fiel, sino al que permanece en el presente, y su relación con las personas y la sociedad, y como este influye en ella a través de su legado y huellas.

Esto trajo consigo que se le diera mayor atención a las representaciones artísticas y lingüísticas, a la música tradicional, a los sistemas filosóficos, espirituales y de información, que hoy son un gran aporte al patrimonio mundial.

Las creaciones materiales aportadas por personas, comunidades o la sociedad pasada, son reconocidas como bienes tangibles o irremplazables e inestimables, compuestas por objetos físicos y visibles que representan la cultura de una sociedad, las cuales pese a su antigüedad, son relevantes en la evolución social por la fortaleza histórico-cultural que aportan.

Este tipo de patrimonio está compuesto por bienes muebles e inmuebles. El primero hace referencia a las aportaciones físicas que se pueden trasladar o transportar de un sitio a otro, los cuales pueden ser objetos pequeños o incluso obras de gran formato. En cambio los bienes inmuebles son las creaciones que deben permanecer en su lugar de origen, como son las obras arquitectónicas o las creadas en la naturaleza, además las pinturas rupestres, pues su mayor valor se encuentra en el sitio al que pertenecen.

Estos bienes a su vez están compuestos por subcategorías integradas por:

- El patrimonio arquitectónico compuesto por las principales construcciones como edificios emblemáticos, casas antiguas o monumentos.
- El patrimonio arqueológico abarca la flora, la fauna, los fósiles y restos paleontológicos.
- El patrimonio natural representa las riquezas ofrecidas por la naturaleza en todas sus esferas, lo que incluye lugares protegidos, hábitat de especies animales y formaciones naturales.
- El patrimonio artístico e histórico tiene gran importancia en la presentación visual de las épocas históricas pasadas, donde se incluyen la vestimenta, accesorios, utensilios y recursos audiovisuales como pinturas y libros.
- El patrimonio industrial surgió como consecuencia de la Revolución Industrial, y la razón por la que es incluido como patrimonio es por su aportación a la hora de comprender los cambios que sucedieron en ese período histórico.

Otras características del patrimonio tangible están basadas en la relevancia histórica, cultural o natural que poseen. Este se puede cuantificar y medir al estar compuesto por objetos (obras de arte, libros, documentos, fotografías, utensilios de la vida cotidiana de

civilizaciones antiguas) o propiedades (sitios o construcciones fijas). Además aporta un testimonio único de una tradición cultural o de una civilización existente o ya desaparecida.

Por otra parte, el patrimonio inmaterial o cultural intangible representa las prácticas culturales vivas como el conjunto de tradiciones, técnicas, conocimientos y costumbres heredadas de generación en generación. Este fue establecido muchos años después que el material, debido a la necesidad de preservar la identidad cultural de una comunidad a través de factores importantes como las tradiciones y expresiones orales, artes, espectáculos, rituales, fiestas populares y creencias.

- Las tradiciones y expresiones orales comprenden las formas habladas por las que se transmiten valores y conocimientos culturales y sociales (leyendas, canciones infantiles, mitos, refranes o poemas, entre otros). El aporte más significativo de esta subcategoría es el idioma, pues es la base de la expresión oral, si se pierde, la tradición oral de una comunidad desaparecería.
- Las artes del espectáculo están compuestas por la música, obras de teatro, recitales de poesía, conciertos, danzas, entre otros, las cuales son las más aceptadas e interactuadas en la sociedad.
- Los usos sociales, rituales y actos festivos, son las costumbres que dotan a la sociedad de características específicas que fueron empleadas por los antepasados, pero trascienden a la actualidad. Los rituales eran utilizados para marcar fechas o acontecimientos relevantes y prevalecen hoy en día como símbolo de tradición cultural.
- Las técnicas artesanales, de forma general, se consideran como algo tangible, sin embargo, en esta parte se refiere al conocimiento teórico necesario para crear un producto artesanal que mantiene presente la identidad cultural de un grupo social.

A diferencia del patrimonio tangible, este no puede ser cuantificado, por lo que su valoración se mide desde el punto de vista simbólico. Ha sido preservado por cada

comunidad que documenta y protege su patrimonio pasado y actual y así fomenta la diversidad cultural, además de provocar un sentimiento de identidad y continuidad en las sociedades.

Tanto los bienes materiales como inmateriales son caudales fundamentales de cada sociedad, aunque su mayor similitud está dada por el aporte que realizan para el patrimonio de la humanidad, pues ambos, juntos, constituyen una suerte de herencia cultural que se va transmitiendo a lo largo del tiempo. Sin embargo, sus mayores aportes radican en las diferencias que hay entre estas dos categorías, pues representan la autenticidad de cada patrimonio, lo que los hace únicos y por tanto dignos de resguardar.

La diferencia principal entre ellos, como ya se expuso anteriormente, está en sus propios conceptos, donde queda establecido que el patrimonio material está determinado por las creaciones de grupos sociales o de comunidades en el pasado, podría decirse que está compuesto por objetos, siendo algo palpable, y el patrimonio inmaterial, es el legado cultural de un lugar o grupo social determinado, lo cual es algo abstracto y etéreo pues representa la cultura en su concepción más amplia, el acervo cultural.

Aunque es fácil interpretar el valor histórico patrimonial en cada categoría, no es un término implícito como tal en el concepto de patrimonio cultural, pero los componentes de este hacen referencia a él en cada una de sus características, como es el caso del patrimonio aborigen, el cual representa los cimientos de los bienes reconocidos como identidad cultural de las naciones.

Al mencionar patrimonio aborigen se refieren los valores culturales y naturales que pertenecen a las comunidades indígenas y que son de gran importancia para la identidad, historia y tradiciones de las naciones. Este tipo de patrimonio está representado por la mayoría de las características del patrimonio cultural, como:

- Arte rupestre: los aborígenes dejaron un legado artístico en forma de pinturas y grabados en cuevas, rocas y acantilados. Estas representaciones artísticas son una forma de comunicación visual que muestran aspectos de cómo era su vida cotidiana, creencias espirituales y mitológicas.
- Artesanía: los nativos de civilizaciones indígenas son conocidos por su habilidad en la creación de artesanías tradicionales como cestas, tejidos, cerámica, tallado en madera y joyería, piezas que reflejan su conexión con la naturaleza y su cultura.
- Lugares sagrados: consideran ciertos lugares como sagrados debido a su significado espiritual o histórico, donde se incluyen montañas, ríos, cuevas o sitios arqueológicos importantes, estos eran utilizados para realizar ceremonias religiosas y rituales tradicionales.
- Tradiciones orales: la transmisión de conocimientos e historias a través de cuentos, leyendas y canciones, transmitidas de generación en generación, son una manera de preservar las enseñanzas ancestrales.
- Medicina tradicional: legaron un profundo conocimiento de las plantas medicinales y técnicas curativas, las cuales eran utilizadas para elaborar remedios naturales y tratar enfermedades físicas y mentales, basándose en una estrecha relación con la tierra y sus recursos.
- Danzas y música: ambos son elementos centrales en las ceremonias aborígenes, pues cada tribu tenía sus propios estilos distintivos, que eran utilizados para celebrar eventos importantes como rituales religiosos o festividades comunitarias.
- Conocimientos sobre el medio ambiente: los aborígenes poseían un profundo entendimiento del medio ambiente en el que sobresalían: el clima, los ciclos naturales y los recursos disponibles. Este conocimiento se ha transmitido durante siglos e incluye técnicas sostenibles de caza, pesca y agricultura.

Algunos de los elementos patrimoniales que componen estas categorías son muy conocidos a nivel internacional y aunque otros no lo son tanto, todos representan un aporte invaluable, no solo para el país en el que se encuentran sino para la cultura

universal. Ejemplo de ellos, por citar algunos, se pueden encontrar entre las edificaciones la Gran muralla China, la Torre Eiffel, el Palacio de Alhambra, en España y Menfis y su necrópolis, en Egipto.

Entre los sitios arqueológicos cabe mencionar la Ciudad prehispánica de Teotihuacán, en México, muy visitada por habitantes de todo el mundo, al igual que Machu Picchu, en Perú. También existen lugares que representan bienes tangibles como es la Ciudad de Venecia, en Italia, el Centro histórico de San Petersburgo, en Rusia y la Ciudad de Cuzco, en Perú, por mencionar algunas.

La Mona Lisa o Gioconda de Leonardo Da Vinci, ubicada en el Museo del Louvres, en Francia, Fridha y Diego Rivera de Frida Kahlo en el Museo de Arte Moderno de San Francisco, la Última cena de Salvador Dalí expuesta en el National Gallery, en Londres, Reino Unido, son solo algunas obras de arte que forman parte del patrimonio cultural.

Dentro del patrimonio natural se encuentran Los Glaciares argentinos, los Alpes Suizos, Parque Nacional del Gran Cañón, en Arizona, Estados Unidos, las Islas Galápagos en Ecuador.

Por otra parte, podemos encontrar representaciones artísticas que evidencian el patrimonio intangible del mundo, como es, en el sector danzario el flamenco español, el tango argentino, la capoeira brasileña, la tumba francesa, en Cuba. En cuanto a música se puede concebir el Reggae, de Jamaica, el Fado portugués y el Canto bizantino de Chipre y Grecia.

Entre las festividades se encuentran los carnavales de Barranquilla en Colombia y la Fiesta de la Virgen de la Candelaria en Perú, de los rituales pueden mencionarse el Yaokwa desarrollado en Brasil y la Ceremonia ritual de los Voladores en México, además, la gastronomía de este último país también tiene acuñado el mérito de patrimonio cultural, por la exquisitez de sus platillos.

Un área que no se puede dejar de mencionar es el artesanal, pues cada región presenta características diferentes, por eso se han considerado patrimonio El trabajo

de la madera de los zafimaniry, obreros del país de Madagascar. También el fileteado, una técnica argentina muy llamativa, caracterizada por colores vivos y con líneas que confluyen en forma de espiral. Y la cerámica pintada tradicional de Kosiv, en Ucrania.

Así mismo, es innegable el valor patrimonial que tiene Cuba, muchos visitantes han expresado, después de viajar a la isla que es como viajar en el tiempo. No solo por sus edificios antiguos o los autos que circulan por las calles, sino también por el potencial histórico que conserva su población rural.

Una de las características más destacadas del patrimonio cultural en Cuba es su diversidad y riqueza. La isla ha sido influenciada por diversas culturas a lo largo de su historia, como son la indígena, española y africana.

El patrimonio arquitectónico es una de las principales manifestaciones culturales en Cuba. La Habana Vieja, es considerada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO debido a su arquitectura colonial española bien conservada. Otros lugares emblemáticos incluyen Trinidad, Cienfuegos y Camagüey.

La música también desempeña un papel importante en el patrimonio cultural cubano. Géneros como el son, el bolero, la salsa y el jazz afrocubano son parte integral de la cultura cubana al ser géneros musicales muy representativos del país. Incluso la salsa cubana ha ganado reconocimiento en ámbitos internacionales. La danza es otra forma de expresión cultural muy arraigada en Cuba y el ballet clásico cubano ha producido renombrados bailarines y compañías como el Ballet Nacional de Cuba.

Además, la gastronomía cubana también forma parte del patrimonio cultural del país. Platos tradicionales como el congrí (arroz con frijoles), el lechón asado (cerdo asado) y los tostones (plátanos fritos) son muy populares en las cocinas de cubanos que se encuentran dentro y fuera de la Isla.

Cuba tiene una vibrante escena artística que abarca desde el arte tradicional hasta las expresiones más contemporáneas, el arte visual cubano ha ganado reconocimiento mundial con artistas como Wifredo Lam y Amelia Peláez quienes han dejado un legado

importante en el arte del país. También la literatura ha marcado huellas significativas con escritores como José Martí y Alejo Carpentier.

No se puede dejar de mencionar las tradiciones populares arraigadas en su cultura, las celebraciones del carnaval, las parrandas, los rituales religiosos afrocubanos como la santería y las festividades relacionadas con la música y danza tradicional.

Estas características del patrimonio cultural cubano hacen que sea un destino turístico muy atractivo para aquellos interesados en sumergirse en una cultura rica y diversa. Por la diversidad cultural que refleja hace que el patrimonio cultural de la isla sea único y digno de ser preservado.

1.3.1 Patrimonio Nacional Aborígen en la provincia de Holguín.

La provincia de Holguín, ubicada en el oriente de Cuba, posee un patrimonio aborígen de gran importancia tanto a nivel cultural como histórico. Esta región de Cuba fue habitada por diferentes grupos indígenas antes de la llegada de los colonizadores españoles, y su legado ha dejado una huella significativa en la identidad y la historia de la zona.

En el territorio se encuentran importantes sitios arqueológicos como cuevas, petroglifos y cementerios indígenas, que son testimonios tangibles de la presencia y el desarrollo de estas culturas ancestrales. Estos sitios son valiosos para el estudio y la comprensión de las formas de vida, creencias y tradiciones de los antiguos habitantes aborígenes.

Holguín fue habitado por diferentes grupos indígenas, como los taínos y los siboneyes, quienes dejaron una huella importante en la historia y cultura local. Los conocimientos de los antepasados están reflejados en la actuar de la región, pues algunas comunidades locales mantienen vivas las tradiciones indígenas a través de festivales, danzas, música y artesanía.

Rosabel Reyes Portelles, museóloga especialista en arqueología, trabajadora del Museo Provincial La Periquera, ofreció la información del patrimonio aborigen con el que cuenta actualmente la provincia:

- Parque Monumento Nacional Bariay.
- Cueva Sao Corona.
- Cementerio Aborigen Chorro de Maíta.
- Sitio Natural Área de Sebruco.

Otros lugares con el crédito de patrimonio, son los monumentos locales siguientes:

- Cueva de Waldo Mesa.
- Cueva Jobo.
- Loma de Los Mates.
- Solapa camino de Yarín.
- Cueva de Santa Rita.
- Sitio Arqueológico El Yayal.

Por otra parte, también cuenta con tradiciones que constituyen el patrimonio inmaterial de la región, como el Proyecto Huellas de Batey, el cual mantiene vigente la cultura del tabaco en los poblados del municipio Rafael Freyre.

Además, el patrimonio aborigen de Holguín se refleja en la gastronomía local. Muchos platos tradicionales tienen influencias indígenas, como el casabe, que no es más que el pan hecho a base de yuca, y que aún se elabora en toda la zona, también está el ajiaco, un guiso hecho con diferentes tipos de carne, vegetales y viandas.

La artesanía es una parte importante del patrimonio aborigen de Holguín. Los indígenas taínos eran conocidos por su habilidad en la cerámica, la cestería y la talla en madera. Estas técnicas artesanales se han mantenido vivas hasta el día de hoy por muchos artesanos locales que continúan practicándolas.

Todos los lugares, monumentos y tradiciones son aportaciones al patrimonio nacional de Cuba, porque tienen su origen en la historia, la geografía y la cultura del país, por lo que poseen una relevancia histórica, estética, científica y económica, que no puede tasarse o evaluarse fácilmente. Además de no poseer un dueño, son propiedad de la sociedad, administrada por el Estado.

El patrimonio aborigen en Holguín es valorado y protegido por las autoridades locales y se promueve su estudio e investigación. Además, los sitios arqueológicos son fuentes de ingreso para el país, al ser visitados por turistas interesados en conocer más sobre la historia precolombina de Cuba y la cultura taína.

Por esto, es fácil comprobar que el patrimonio aborigen en Holguín se caracteriza por su diversidad cultural, arqueología impresionante, gastronomía tradicional y artesanía única, además de ser un tesoro invaluable que debe ser reconocido, valorado y protegido. Su legado es palpable en la contribución a la identidad cultural y la historia de la región, así como en el potencial que posee para el desarrollo turístico y la promoción de la diversidad cultural.

Al consultar las plataformas digitales de los medios de comunicación de la provincia, es visible la variedad de trabajos que hay sobre el patrimonio de Holguín, ya sean reportajes, entrevistas a fuentes especializadas, crónicas o simples notas por algún hallazgo en esos asentamientos, como el Chorro de Maíta, que representa el mayor referente arqueológico de la provincia o incluso los propios nombres de los municipios y sus localidades que muestran el lenguaje de sus antecedentes aborígenes.

Son numerosos los municipios holguineros que pueden ofrecer información sobre el tema que la autora pretende abordar, pues zonas como Báguanos, Banes, Gibara, Mayarí, Sagua de Tánamo, Rafael Freyre y otros, cuentan con registros de presencia aborigen en su tierra.

Si bien es cierto que todos representan parte importante para la cultura y bienes de la provincia, esta investigación va dirigida a la exposición de la población aborigen que

convergía en Holguín, al exponer sus costumbres, creencias, herramientas de trabajo, hábitos alimenticios, expresiones orales y otros elementos que constituyen un aporte a la identidad cubana. Por esto los sitios y tradiciones a tener en cuenta son:

Parque Monumento Nacional Bariay: ubicado en la bahía de Bariay, por donde desembarcó Cristóbal Colón en 1492, refleja el primer choque entre dos culturas muy diferentes: la europea (representada por una ruina neoclásica) y la aborígena (expuesta por réplicas de objetos, herramientas y utensilios que estos utilizaban). Los aborígenes que vivieron en el asentamiento de Cayo Bariay pertenecieron al tronco lingüístico Arauco, procedente de América del Sur. Su entorno natural ofreció gran variedad de productos alimenticios, provenientes del mar, y materias primas para la creación de útiles de trabajo y otros artefactos, fabricados en su mayoría por conchas de moluscos y fragmentos de madréporas. Las decoraciones corporales utilizadas por este grupo eran fabricadas de restos de animales marinos como los pendientes de *Oliva reticularis* (caracol de mar). Investigaciones dedicadas a este sitio han demostrado que no constituían un solo grupo homogéneo, sino varios, representados por diferentes lenguajes, culturas y economías que los dividían socialmente en clases.

Loma de Los Mates: se encuentra ubicada en San Gerónimo, municipio de Báguanos, en las alturas de Maniabón. Este lugar fue investigado desde la segunda mitad del siglo XX, en donde se encontraron varios restos dietarios y cerámicos, sumando un total de 20 mil fragmentos, los cuales presentaban características bastante desarrolladas, similares a la de los grupos sub-taínos. La cerámica tenía un nivel de conservación avanzado, a tal punto que varias fueran recuperadas intactas y algunas podían ser restauradas. Allí se encontró un ídolo de piedra de 16 cm con forma de rana y fragmentos de extremidades y petroglifo, lo cual planteó la posibilidad de que este lugar tuviera fines ceremoniales y religiosos. Con cada hallazgo encontrado se evidenciaba la presencia de grupos evolucionados y tardíos que demostraban el nivel alcanzado a nivel estructural y productivo. Además de los

restos de civilizaciones indígenas fueron encontrados objetos metálicos de procedencia europea. La Loma de Los Mates y en sí el resto de los sitios arqueológicos con potencial del municipio de Báguanos, como Alcalá y la Loma de Salazar I y II, son muestra viva de la existencia de cultura indígena en el territorio.

Cementerio Aborigen Chorro de Maíta: ubicado en el municipio de Banes, es un museo al aire libre, que exhibe una necrópolis aborigen donde se han descubierto más de mil esqueletos taínos y contiene más de 110 enterramientos de filiación agroalfarera, etnia Arauca, lo que representa una riqueza cultural y patrimonial excepcional. Es considerado un museo gráfico pues expone las principales formas de enterramiento usadas por estos aborígenes, en vitrinas empotradas, para conservar los hallazgos de estas etapas culturales. Además de que son exhibidos en los mismos lugares donde fueron encontrados, lo que ha permitido conocer la magnitud del proceso migratorio que estos llevaron hasta llegar a dichos asentamientos o circular dentro de ellos. Como parte de una atracción turística está la Aldea Taína, justo al frente del museo, una representación viviente de la cultura aborigen, que evidencia sus modos de vida. Por otra parte, también es conocido como un lugar de contacto indohispanico, dadas las evidencias arqueológicas encontradas por los especialistas en esa área, muestra del mix cultural del que venimos. Además, este sitio alberga numerosos yacimientos arqueológicos como restos de viviendas, petroglifos, cerámicas y otros objetos utilizados por los taínos.

Sitio Arqueológico El Yayal: esta es la primera zona holguinera donde se encontraron indicios arqueológicos. Los objetos rescatados ascienden a 5302, entre varios fragmentos, piezas completas, restos alimenticios, y otros. fue habitado por un grupo cultural agroalfarero conocido como subtaíno, en su fase tardía, que convivió con los españoles colonizadores. Investigaciones sobre estos descubrimientos han sido evidencia de que ejercían la agricultura como actividad económica y la complementaban con la caza, la pesca y la recolección. Al encontrar restos de cerámica se pudo determinar que era empleada para las decoraciones

(diseños zoomorfos y antropomorfos), que eran distintivas del resto de grupos aborígenes. Creaban los materiales de trabajo con elementos naturales como piedras, conchas (también utilizada con fines espirituales y corporales) y huesos animales. Otra característica detectada en investigaciones sobre este grupo es el desenvolvimiento que logró con respecto a sus ideas cosmogónicas y religiosas. Además existen objetos que evidencian la simbiosis cultural de los elementos de la isla, los cuales presentan atisbos de transculturación reportados por primera vez en el Caribe, como es el hacha petaloide de hierro. Es importante mencionar que los restos y objetos encontrados en esta región oriental, hasta este momento, son únicos en Cuba y en las Antillas.

Cada uno de estos sitios nos presentan un viaje en el tiempo, que nos permite conocer los primeros pasos que dio la población cubana, cómo fueron creando poco a poco los objetos que le facilitarían el trabajo o las labores domésticas, cómo mezclaban ingredientes y descubrían nuevos sabores, o incluso creaban pócimas curativas que hasta el día de hoy pueden prolongar vidas.

El patrimonio aborígen holguinero se caracteriza por su riqueza cultural y arqueología única, que contribuye a enriquecer la identidad del pueblo cubano, pues cuenta con numerosas cuevas y abrigos rocosos con pinturas y grabados rupestres como muestra del legado artístico de estas comunidades. Además desarrollaron una tradición alfarera muy importante, al heredarnos técnicas propias para crear vasijas, platos y otros objetos de cerámica decorados con motivos geométricos y figurativos.

Estos practicaban una agricultura avanzada para su época al cultivar maíz, frijoles y tabaco, lo que contribuía no solo a su alimentación sino también a su desarrollo económico. Tenían grandes conocimientos sobre las propiedades de las plantas y las usaban para sanar enfermedades y dolencias.

Todo esto demuestra el peso que contiene el patrimonio aborígen de la provincia para enriquecer la diversidad cultural del país. Las tradiciones, costumbres, rituales y conocimientos ancestrales son parte integral del acervo cultural cubano.

CAPÍTULO II. PROYECTO TRANSMEDIA PARA PRESERVAR EL PATRIMONIO ABORIGEN DE LA PROVINCIA DE HOLGUÍN

En este capítulo se acomete la tarea de proponer un producto transmedia, basado en el proceso de la comunicación en el ámbito histórico-cultural, en el cual se confeccionará una plantilla, para exponer los objetivos y las tareas a llevar a cabo para darle cumplimiento al desarrollo de los contenidos.

2.1 Periódico *ahora!*: panorama actual. Limitaciones y potencialidades.

La Casa Editora **¡ahora!**, fue fundada en noviembre de 1962, y desde entonces trabaja para satisfacer las necesidades informativas de la provincia de Holguín, por esto, la mayoría del público que consume los productos de este medio, lo representan lectores y usuarios del territorio.

Para que este asuma la producción periodística transmedia desde el enfoque que plantea esta investigación, es necesario identificar las limitaciones y potencialidades presentes en él. Para ello se tuvieron en cuenta los siguientes indicadores: medio y plataformas de la Casa Editora ¡ahora!, rutinas productivas, estructura del equipo de gestión multimedia, preparación de sus profesionales en periodismo transmedia, características de las audiencias/usuarios y redes sociales.

Medios y Plataformas

El semanario fue considerado durante muchos años como el producto comunicativo por excelencia de este medio de comunicación, cuando no habían incorporado las plataformas digitales. Como promedio se reproducen 60 mil ejemplares todos los sábados y tiene una audiencia fija de aproximadamente 40 mil suscripciones. Según estudios de recepción que datan de más de 10 años, alrededor de 5 personas leen cada periódico.

A este producto lo complementan dos suplementos más, que hasta el momento también se publicaban en formato impreso: la revista cultural *Ámbito* y la revista

Serranía, del Plan Turquino. Pero debido a la carencia actual de papel las publicaciones de ambos serán retomadas en soporte digital.

Desde los años 90, los medios cubanos comenzaron a abrirse paso en el ámbito digital de una forma paulatina. En el año 2000, el semanario **¡ahora!** inauguró el sitio web www.ahora.cu, con el que se dio el primer paso hacia la hipermedialidad de los contenidos y la mayor interactividad con el público con el que hasta ese momento contaba el medio.

El sitio actualmente es el producto líder del medio, por la amplia gama de contenidos que pueden publicarse en él, los cuales aportan integralidad a través de diferentes recursos en los que pueden exponerse la información, como las infografías interactivas, imágenes 360, líneas de tiempo, entrevistas online, podcast y videoperiodismo, que dan visibilidad a las informaciones por lo atractivo que resultan.

Además, el Periódico ahora! cuenta con perfiles en diferentes redes sociales: Telegram, Facebook, Youtube, X e Instagram, las que no solo replican los materiales del sitio web, sino que también cuentan con personal destinado a gestionar contenidos específicos para cada perfil, y dan seguimiento a acontecimientos nacionales e internacionales.

Rutinas productivas

El periódico impreso ha quedado en segundo plano debido a que en sus páginas solo aparecen las noticias más relevantes de la semana, trabajos dedicados a fechas relevantes o noticias de vital interés social. En cambio las plataformas digitales requieren de la constante generación de trabajos para satisfacer las solicitudes de las diferentes audiencias.

Las rutinas productivas y la redacción periodística en el Periódico **¡ahora!**, han cambiado de acuerdo a las exigencias del periodismo en la web y las necesidades informativas de los usuarios y lectores. Por esto, el medio se vio obligado a evolucionar hacia la creación de una redacción digital y un equipo multimedia, lo que trajo consigo la consolidación de la Casa Editora como una redacción integrada.

Actualmente existe una deficiencia de personal como consecuencia de la fuerte oleada migratoria, lo que deriva en el decrecimiento de la constante publicación de trabajos en algunas secciones del sitio, tarea que asumen los propios periodistas, lo que influye en sus rutinas productivas individuales, pero a su vez, los capacita como profesionales más preparados.

Equipo de Gestión Multimedia

El equipo multimedia estaba compuesto, inicialmente, por tres integrantes, los que lograron posicionar al sitio como uno de los mejores del país, por su constante publicación de contenidos, la estética y el fácil acceso, sin embargo esto no fue sinónimo de que fuera posible crear contenidos específicos para cada plataforma digital.

Con el paso del tiempo el equipo cambió de personal, provocando un descenso en las publicaciones y el resto de los recursos que fueron surgiendo con el transcurso de los años. Sin embargo, pronto lograron recuperarse y aumentar la creación de materiales como videoperiodismo, infografías interactivas, podcast y reportajes multimedia, que hasta el día de hoy se mantienen, a pesar de que no existe una plantilla firme que complete la estructura del equipo.

Preparación de sus Profesionales

Para caracterizar este indicador es necesario aclarar que no todos los trabajadores del medio son graduados de la rama que ejercen, pero han recibido la preparación debida para ello, además de la experiencia que aportan los años de labor. En su mayoría el colectivo tiene nivel universitario, de los cuales 8 periodistas son máster, requisito para ocupar las diferentes plazas.

Con el objetivo de conocer la preparación de los profesionales del periódico, fue oportuno aplicar una encuesta a 20 trabajadores del medio, entre los que se encuentran periodistas, editores, correctores, diseñadores y fotógrafos, para analizar como asumen la producción transmedia en el ámbito histórico cultural y de forma general. Los resultados fueron los siguientes (Anexo 1):

El 70% de ellos crean contenidos para el sitio web www.ahora.cu y emplean recursos hipermedia, en su mayoría fotografías, en detrimento del video que es sin embargo el recurso más consumido por el público.

Un 48% puede gestionar contenidos para redes sociales, y algunos lo hacen desde sus perfiles personales en las diversas redes, aún así es escasa en las diferentes plataformas, lo que impide el flujo de contenidos y la interacción de la audiencia, dos elementos necesarios para atraer al público actual que en su mayoría está sumergido en el entorno digital.

De forma general el 45% de los trabajadores maneja el software de gestión de sitios web y herramientas TICs, y a pesar de no ser una característica vital para la labor de un periodista, es oportuno que la mayoría cuente con esta preparación ante cualquier percance que surja en el equipo de gestión multimedia.

El 60% puede asumir la creación y edición de productos audiovisuales, el 36% puede realizar la edición de sonido, el 52% son hábiles con las herramientas de diseño y edición de imágenes y un 80% domina la escritura creativa.

Un 92% cree que la Casa Editora ¡ahora! cuenta con las herramientas propias para asumir la producción de productos periodísticos transmedia de cualquier índole, aún cuando no han puesto el empeño en llevarlos a cabo, a pesar de las investigaciones dedicadas a este fin.

El 89% afirma que está apto para afrontar la producción transmedia en el ámbito histórico cultural, sin embargo no existen indicios de productos transmedia en el medio y tampoco se busca darle mayor relevancia a los trabajos de esta temática.

Comportamiento de las audiencias

La directora del medio, Maribel Flamand Sánchez, apuntó que se ha logrado determinar mediante correspondencia, correos y comunicación directa, que la audiencia del semanario es diversa, pero en su mayoría la compone un público adulto,

holguineros que han seguido las publicaciones por varios años, y representantes y directivos que realizan un seguimiento de las informaciones que le competen a su organismo o entidad, y que es notablemente menor el público joven que se interesa por ella, casi siempre son personas vinculadas a familias que han estado suscritas por varios años al medio.

Al entrevistar a los directivos, periodistas y otros trabajadores del medio de comunicación se pudo obtener, como resultado de la retroalimentación y la comunicación espontánea de este con los lectores, que la mayor parte de la audiencia ronda los 40 años de edad, lo que representa una preocupación significativa, y se plantea como objetivo lograr un acercamiento de las temáticas abordadas a los intereses del público joven.

La audiencia que recurre a la información que se expone en el sitio web, son en su mayoría personas adultas, y cada vez es más complejo atraer al público joven. El diagnóstico realizado expuso que esta página es muy visitada por los holguineros, inmigrantes y también por los colaboradores internacionalistas de la provincia, los cuales aportan mayor interacción al obtener la información por esta vía, y dejan cientos de comentarios cuando acceden a la versión digital de la edición impresa de los sábados.

A través de la observación científica se determinó que las secciones más destacadas en cuanto al uso de recursos hipermedia y la interactividad con los usuarios son Punto de Mira e Impactos, dedicadas a la publicación de reportajes multimedia interpretativos y de opinión, con una amplia aceptación entre los usuarios por el abordaje crítico de los temas. En estos trabajos se potencia el uso de infografías, audiovisuales y fotografías como recursos multimedia, aunque escasean los hipertextos. Sin embargo no han podido actualizarse por estar las plazas vacantes del personal cualificado para esa labor.

El medio de prensa pretende posicionar a la provincia de Holguín como baluarte de su gestión editorial sobre la base de los criterios del usuario. Para ello, ofrecen en la

sección multimedia contenidos diversos como caricaturas, infografías periodísticas, fotorreportajes, videos y diferentes podcast, en los que predominan temas de interés social, económico, político, cultural, deportivo.

Desde la URL (Uniform Resource Locators) del sitio www.ahora.cu, se registran cada año un aproximado de 300 mil nuevos accesos, en países como Cuba, con más de 140 mil visitas, Estados Unidos con cerca de 80 mil, España con 9 mil y por último México y Canadá con 8 mil visitas a este sitio.

Los comentarios que se realizan al año en el sitio sirven como medidor de audiencias, los cuales han ido decayendo con el pasar del tiempo, las estadísticas determinan que estos rondan los 4 mil, dependiendo del tipo de información. Sin embargo, en los últimos meses han avanzado en este aspecto debido al aprovechamiento de las redes sociales, donde confluye la mayor parte del público, y el desplazamiento de los mayores niveles de interacción hacia esas plataformas.

Redes Sociales

Los diferentes perfiles en redes sociales con los que cuenta el periódico, son atendidos por dos personas, encargadas de gestionar contenidos específicos atendiendo a las características de ellos y de sus audiencias.

Como se constató a partir de la observación científica y la revisión documental, la Casa Editora ¡ahora! tiene un canal de YouTube con 715 suscriptores, una cuenta en X con 8 mil 231 seguidores, un perfil institucional en Facebook que ya posee 18 mil 029, Instagram con un total de 2 mil 331 y Telegram con 1 041 suscriptores, lo que representa una decadencia con relación a las cifras conocidas en investigaciones anteriores sobre esta plataforma, (todas las cifras fueron determinadas al momento de la investigación).

Los perfiles institucionales de las redes sociales del Periódico **¡ahora!** presentan rasgos distintivos muy peculiares, al igual que su audiencia, por eso es importante puntualizar sus características.

El canal de **YouTube**: Periódico ¡ahora!, tiene muy pocos suscriptores y contenido, aún así, cuenta con vistas acorde al número de personas que lo siguen. En el año 2020, con la pandemia como eje fundamental de la mayoría de los trabajos, surgieron videos didácticos como la serie “Diario de cuarentena”, lo que dio paso a otras series capituladas sobre temas provinciales, donde algunos videos superan las 5 mil visualizaciones. En esta plataforma predomina una audiencia joven, de edades comprendidas de 18 a 25, lo que representa cerca de un 30% y los internautas de 26 a 35 años el 70 % aproximadamente. Además cuenta con la interacción de habitantes de otros países como Estados Unidos, México y Colombia.

En **X** está expuesto como ahora.cu, y es su segunda red social con más seguidores, sin embargo no cuenta con muchas interacciones a pesar de las constantes publicaciones que se hacen diariamente, puesto que no todos acceden a ella, empezando por el propio equipo editorial del periódico, lo que no permite impulsar su alcance, además de que en su mayoría son los mismos post hechos en otras redes, por lo que el público no siente la necesidad de interactuar o buscar información en esta plataforma.

La página de **Facebook**: Periódico Ahora es la plataforma, de las redes sociales, más explotada por el medio, pues se ha corroborado de forma empírica que en ella es donde interactúa el mayor flujo de audiencia, que va de los 35 a los 65 años. Cuenta con alrededor de 18 mil seguidores, 4 mil de ellos fueron suscritos entre el 2021 y mediados del 2023. Las personas que interactúan en ella buscan todo tipo de información, puesto que aquí se presenta el lead, una foto y el enlace del trabajo al sitio web, una forma muy breve de captar al público y atraerlo hacia la información de su interés. Además es una mejor vía de conexión e interactividad, pues no solo pueden exponer su criterio a través de los comentarios, también pueden hacerlo con el resto de los internautas y así crear un debate. Por otra parte permite mayor visibilidad de las noticias sin la necesidad de que vayan directamente al sitio web, con solo abrir la aplicación para buscar otra información y deslizar, pueden aparecer los productos de esta página, lo que le confiere más comodidad a la hora de acceder a los productos. La

página se ha adaptado a los períodos de mayor intercambio en redes, los cuales son en las primeras horas de la mañana y luego de las 8 de la noche.

El perfil en **Instagram**: periodicoahora está abierto desde junio del 2017, pero en los últimos años ha alcanzado mayor número de seguidores y sistematicidad en las publicaciones. A pesar de que realizan post todos los días, la mayoría de ellos son réplicas de lo publicado en otras redes o noticias del sitio web. Además no logra alcanzar interacción de la audiencia, puesto que a lo máximo que ha llegado es a 13 likes y pocas publicaciones tienen comentarios. Esta es la aplicación más utilizada por los jóvenes por lo que sería propicio darle otro enfoque a la información que aquí se presenta.

Telegram es la única cuenta que ha tenido una pérdida significativa de seguidores. Según las investigaciones del propio medio es debido a que la audiencia que interactúa en ella es un público joven, para el que no se producen contenidos específicos, lo que es contradictorio, pues en todas las plataformas el principal objetivo es atraer a la generación digital, pero en esta red solo se publican enlaces de trabajos que se encuentran en el sitio web, sin aportar ningún otro tipo de contenido. Esta es una plataforma a la que pueden sacarle provecho a través de encuestas, utilizando la variedad de bot y creando publicaciones de audios y videos con un lenguaje apropiado para poder captar y conservar a las diferentes audiencias.

Luego de analizar todos los indicadores necesarios para poder establecer el diagnóstico del medio, es posible determinar cuáles son las limitaciones y potencialidades de este para asumir la producción de contenidos transmedia, lo que a su vez dará paso al tratamiento del tema planteado en esta investigación, la preservación del patrimonio aborígen.

Los factores que permiten la creación transmedia en este medio comunicativo son la disponibilidad de los diferentes medios y plataformas a los que da acceso, la diversidad de géneros y formatos que se realizan, el posicionamiento en redes sociales y la

identificación de sus usuarios, además de la presencia de un equipo de gestión de contenidos multimedia.

Por otra parte, son mayores las limitaciones a tener en cuenta, como la constante regulación de los materiales publicados por parte de la máxima dirección político-administrativa de la provincia con su sistema de organizaciones, instituciones, organismos y empresas, que influye en la política editorial del medio y la conformación de su agenda mediática.

También es limitado el acceso a la tecnología oportuna para la producción periodística, debido a que es una unidad presupuestada por el Estado, el cual no aporta el capital necesario para obtener las herramientas actualizadas, por lo que realizan el ejercicio periodístico con lo que tienen a la mano, a pesar de que son obsoletas o insuficientes para garantizar materiales de calidad.

Además, se comprobó que el medio requiere más estudios enfocados a su audiencia, puesto que cada día son mayores los medios y plataformas disponibles, es necesario potenciar los análisis de los públicos que consumen sus contenidos, caracterizarlos mediante indicadores sociales, hábitos de consumo, intereses, necesidades informativas y acceso tecnológico que posean.

Cada vez es más notoria la necesidad de capacitar a los profesionales del medio, pues en su mayoría son generaciones avanzadas, que requieren de guía para incursionar en el escenario tecnológico y dominar las herramientas que se ofrecen para la producción periodística.

Una vez investigados a profundidad los elementos positivos y negativos del Periódico ahora!, en sus plataformas digitales, es evidente que la mayor debilidad radica en la producción transmedia y el desarrollo de productos con enfoque histórico cultural, por lo que la temática aborígen, es un daño colateral.

2.2 Tan auténtico como las raíces: Producto Transmedia sobre cultura aborígen.

Dentro de las narrativas transmedia, se pueden encontrar productos de diversas temáticas que cautivan la atención de la audiencia por su profundidad, exposición en diferentes plataformas y otros elementos que han impulsado a que el público adopte actitudes favorables hacia la lectura interactiva, haciendo posible que se interesen por una amplia gama de contenidos, que en otras circunstancias no consumirían.

Actualmente, el fenómeno transmedial representa un magnífico aliado a la hora de difundir y preservar tradiciones de culturas inmateriales desde el periodismo, debido a su interactividad y reciprocidad con el mensaje documentado, lo cual ayuda al cumplimiento de uno de los pasos para salvaguardar el patrimonio, estando así en estrecha relación con el usuario.

Por lo tanto, la autora asume que las características transmediales son propicias a la hora de impulsar proyectos como este, donde el principal fin es la documentación de los asentamientos aborígenes de la provincia de Holguín para que, tanto el investigador como la sociedad, se relacionen por medio de relatos y recuerdos conectados por una temática, sin importar el formato o plataforma.

Para lograr el producto final propuesto, se han tomado como referentes los aportes teórico-prácticos analizados en los epígrafes anteriores y también dos aportes de la productora transmedia y docente Anahí Lovato. El primero es la *Plantilla de diseño para narrativas transmedia*, que será empleada para llevar a cabo la etapa de preproducción, la cual está dividida en cuatro secciones: Narrativa, Experiencia, Plataformas y Ejecución, para obtener una mejor comprensión del contenido.

El trabajo transmedia de esta investigación responde a la segunda contribución de Lovato, en su clasificación de proyecto transmedia proactivo, el cual establece que la historia se cuenta por primera vez, no se deriva de ningún trabajo ya publicado.

Con el proyecto transmedia, *Tan auténtico como las raíces*, se pretende impulsar y promover los conocimientos sobre el patrimonio aborigen de la provincia de Holguín, mediante las múltiples posibilidades creativas y estéticas que caracterizan a las narrativas transmedia, teniendo como eje principal la intervención de la audiencia que lo consume.

NARRATIVA

Título: *Tan auténtico como las raíces*

Lema: el patrimonio aborigen como emblema de la historia holguinera y aporte a la identidad cultural nacional.

Género: reportaje transmedia.

Tema o conflicto: en la actualidad el escaso conocimiento sobre la cultura aborigen, representa una de las debilidades culturales del territorio, no solo por la falta de interés de los consumidores más jóvenes, sino también por el poco aprovechamiento de los recursos que existen por parte de los medios de difusión, pues se basan siempre en la misma estructura narrativa, que ya han perdido cualquier interés en la sociedad.

Personajes y conexiones: esta temática tiene dos personajes principales en el universo narrativo, el primero es la comunidad aborigen, la cual cuenta su historia mediante las evidencias que han prevalecido a través del tiempo; y el segundo son los prosumidores, pues con sus aportaciones en la construcción del reportaje conducirán las líneas narrativas del proyecto transmedia.

Escenarios: la narración se desarrolla durante las indagaciones en los diferentes escenarios arqueológicos y tradicionales en la provincia de Holguín, con mayor énfasis en los municipios de Báguanos, Banes, Holguín y Rafael Freyre, además de las

consultas realizadas a trabajadores del Sitio de Monumentos y Patrimonios, todos escenarios reales.

Sinopsis narrativa: se contarán, de forma detallada, las características de los sitios arqueológicos y las tradiciones culturales que nos legaron los primeros pobladores de la isla y los inmigrantes españoles, que provocaron la incorporación de nuevos elementos a la identidad cubana, propiciando la transculturación y la diversidad cultural que hace a Cuba tan auténtica. También se hará referencia al valor simbólico, material y espiritual de este patrimonio basado en los descubrimientos arqueológicos documentados en las diferentes regiones holguineras.

Sinopsis funcional: tomando como punto de partida el reportaje *La cuna arqueológica de Cuba*, para el canal de YouTube del Periódico, el mundo narrativo se expandirá también a través del Podcast *Sabor a Identidad*, para el sitio web mediante la plataforma Sound Cloud. Además se utilizará la página de Facebook del periódico para compartir enlaces, videos de trabajos y curiosidades relacionados con este tema. Y para el soporte impreso una crónica sobre el Parque Monumento Nacional Bariay.

Elementos de la historia y remisiones entre plataformas y líneas narrativas

- Reportaje *La cuna arqueológica de Cuba*, concretado en un video para el canal de Youtube, abordará datos específicos sobre los hallazgos encontrados en el Chorro de Maíta, exposiciones de restos humanos que allí se encuentran, vasijas y utensilios que representan la mayor verificación de los asentamientos indígenas que existieron en Banes. También se mostrará la Aldea Taína, un lugar con fines turísticos pero que muestra como vivían los aborígenes, sus rituales, vestimentas, viviendas, actividad económica, y otros elementos, a través de la intervención de personas vivas encargadas de mostrar mediante expresiones corporales como danzas, música y rituales, como se manifestaban las primeras civilizaciones que convergían en Cuba.

- Crónica *La tierra más hermosa*: destinada al soporte impreso de cada sábado, narrará de manera atractiva y cercana el primer encuentro entre dos tradiciones, la llegada de Cristóbal Colón a la isla y el intercambio entre ambas culturas así como el proceso de adaptación de la una a la otra. Esta parte de la historia es una de las más conocidas si de comunidad primitiva se habla, por lo tanto serán expuestos datos pocos difundidos de una manera fluida para lograr captar la atención del público lector y que interactúen con sus recuerdos y contribuyan en la expansión del relato.

- Podcast *Sabor a Identidad*: este audio se subirá en el sitio web del periódico. En él se contará como José Luis Ríos Cordovés se apropió de los conocimientos de su abuelo, quien los obtuvo del suyo, para convertirse en elaborador de casabe y ser continuador de esta tradición culinaria, no solo familiar, sino también emblema de patrimonio. Cuenta la historia de la fabricación de este alimento, como fue cambiando con el paso de los años, pero a pesar de estos se sigue consumiendo entre las generaciones actuales sin saber que es una aporte aborígen de hace cientos de años.

- Perfil de Facebook Periódico Ahora: cada jueves, en un apartado llamado *Recorridos por tradiciones* será posteada alguna curiosidad sobre el patrimonio aborígen, enlaces a artículos, noticias e investigaciones sobre esta temática. Cada post, al igual que el producto en general, contará la historia de algún sitio histórico de la provincia, pero se les prestará especial atención a los asentamientos localizados en el Yayal y diferentes localidades del municipio de Báguanos, lugares que han sido expuestos a varias investigaciones en las cuales se han encontrado múltiples hallazgos con valor patrimonial. Entre las que se encuentran:

- 1- En la Loma de los Mates fueron encontrados más de 20 mil objetos de cerámica creados por los aborígenes, de ellos 949 eran decorativos, 3 469 con bordes, 13 787 sin borde ni decoración y 261 fragmentos de burén. Esto último no solo evidencia la fuerte tendencia agro-alfarera en la zona sino también la elaboración de casabe como hábito alimenticio.

- 2- Varios de los hallazgos encontrados en el Sitio Histórico El Yayal son considerados de procedencia europea, pero las técnicas utilizadas eran aborígenes. Tal fue el caso de un hacha fabricada con metal ferroso, vasijas de cerámica española y adornos corporales, todos elaborados bajo las tendencias indígenas, lo que demuestra que no solo hubo influencia española en la cultura aborígen sino también viceversa, aunque fuera como fuerza de trabajo.

Todas estas publicaciones se realizarán sin revelar el lugar, para que los usuarios intenten adivinar cual es, mediante referencias claves ofrecidas en las publicaciones. Esto facilitará la interacción con la audiencia.

EXPERIENCIAS

Audiencias / Usuarios: pretende captar la atención de todos los grupos de personas con acceso a Internet.

Objetivo: estimular la búsqueda de conocimientos sobre las culturas indígenas y de nuestros antepasados, para contribuir a la preservación del patrimonio cultural, tanto tangible como intangible e impulsar la producción transmedia en temáticas culturales, a través de la profundidad y expansión del mundo narrativo.

Participación: con el reportaje transmedia se pretende que las audiencias se conviertan en prosumidores del mundo narrativo, lograr la inmersión de estos en el relato original y, consecutivamente, la expansión de la historia desde su contribución.

Formas de participación: observación, exploración, acciones privadas, *role-playing* en comunidad y producción de contenidos.

PLATAFORMAS

El éxito del producto transmedia y de todos los elementos que lo componen, radica mayoritariamente, en el aprovechamiento eficaz de los recursos que puedan ofrecer las

diferentes plataformas y soportes. En este proyecto las principales herramientas serán el sitio web del Periódico ahora!, su soporte impreso, página en Facebook y el canal en YouTube, las cuales, con una estética transmedia facilitarán el reconocimiento de cada pieza que integra el universo de la historia, con relación y armonía entre ellas.

EJECUCIÓN

Luego de llevar a cabo los pasos anteriores para obtener el material concretado en un producto transmedia, es de gran importancia conocer el acceso a las plataformas empleadas en *Tan auténtico como las raíces*, además de establecer, con el equipo técnico que formará parte en la creación del material, el cronograma de trabajo para cumplir con las distintas etapas del proceso creativo.

Los diferentes productos que compondrán el proyecto transmedia deberán conectarse entre sí y formar una narrativa coherente, pero como lo establece el concepto expuesto por Jenkins, tendrán un aporte individual en la construcción de la historia. Se relacionarán mediante enlaces o menciones cruzadas para guiar al público a través de las diferentes plataformas (Anexo 5). Por tanto, es necesario establecer la secuencia que se le dará a este producto en las diferentes soportes en los que se publicará:

- 1- Reportaje Transmedia *La cuna arqueológica de Cuba*: evidenciará porqué al municipio de Banes se le denominó la ciudad arqueológica de la isla.
- 2- Crónica *La tierra más hermosa*: dedicada a exponer el Monumento Nacional Cayo Bariay, será el segundo debido a que fue testigo del proceso de descubrimiento de las civilizaciones indígenas que habitaban en Cuba.
- 3- *Recorridos por tradiciones*, post en Facebook: estos expondrán las características de los descubrimientos realizados en el Yayal, la Loma de los Mates, la Loma de Salazar I y II y en Alcalá. Siendo el primer sitio mencionado, considerado el primer lugar con presencia aborigen verificable.
- 4- Podcast *Sabor a Identidad*: servirá de testimonio de la preservación de la cultura culinaria aborigen.

Un elemento a tener en cuenta es que la audiencia holguinera podría responder de una forma regionalista, por lo que es necesario exponer la información de cada formato de forma neutral, con datos interesantes, tanto para el que no los conocía como para el que sí. La pieza más importante del trabajo es la expansión del relato mediante la contribución de los prosumidores, en esto radica la relevancia de que el público interactúe con todos los productos por igual.

Durante la presente investigación se ha comprobado, a través de los diferentes análisis realizados, que el mayor recurso para involucrar a los usuarios en los contenidos e incitarlos a que se vuelvan prosumidores, es el carácter novedoso que pueda ofrecer una noticia, para ello es propicio conocer los intereses y motivaciones de las diferentes audiencias.

En el caso del producto transmedia que ofrece la investigadora, será mediante la interacción de los usuarios donde se conocerán sus intereses con relación a este tipo de contenidos y la nueva forma de exponerlos.

CONCLUSIONES

- Las narrativas transmedia, que dan paso a un nuevo periodismo, cuentan con bases teóricas y metodológicas, las cuales evidencian que las herramientas de visualización que estas ofrecen facilitan que cualquier tema que se aborde constituya un material instructivo e interactivo, haciendo más amplias las oportunidades para que el público se sienta atraído por el contenido e interactúe con él.
- El patrimonio aborigen de la provincia de Holguín representa una temática sustanciosa para tratarse con más sistematicidad en el medio, pues representa parte de las raíces históricas y culturales del país, al poseer importantes hallazgos que exponen la diversidad cultural de la identidad cubana.
- El Periódico ahora! cuenta con los medios, soportes, y un equipo de gestión de contenidos multimedia que puede garantizar la creación de ellos para cada una de estas plataformas, lo que permite lograr la producción periodística transmedia, además de investigaciones dedicadas a este tema, solo necesita introducirse en la producción transmedial.
- El producto transmedia *Tan auténtico como las raíces*, encaminado a preservar el patrimonio aborigen de la provincia de Holguín, sirve de referente para promover la realización de futuros productos transmedia en el Periódico ahora!

RECOMENDACIONES

- Extender esta propuesta a las plataformas comunicativas del territorio para, mediante diferentes propuestas, mantener vigente la identidad patrimonial de la provincia, e incluir la producción periodística transmedia en su gestión comunicativa.
- Sugerir a la carrera de Periodismo de la Universidad de Holguín añadir al programa de la asignatura Taller de Producción Hipermedia la incorporación del periodismo transmedia como una temática más, y valorar este tema para una actualización en la maestría de Comunicación Social en el Departamento de Periodismo.
- Dar mayor tratamiento a temas que contribuyan a nuestro desarrollo como sociedad y así preservar la identidad cultural.
- Promover las investigaciones transmedia como posibles portafolios de culminación de estudios de la carrera y así favorecer la producción de estos contenidos, teniendo en cuenta las características de los medios de comunicación en Cuba.
- Referir los resultados de esta investigación en eventos científicos para evidenciar el potencial periodístico que representan las narrativas transmedia.

BIBLIOGRAFÍA

- 1- Ardini, C (2018). Contar (las) historias: manual para experiencias transmedia sociales.
- 2- Armesto, V (2021). Más allá del ciberespacio: propuesta de documental transmedia ¿sexo débil? [Tesis presentada en opción al título de Licenciado en Periodismo. Universidad de Holguín].
- 3- De la Paz, R. (2019) La narrativa transmedia en el género Nota Informativa de Radio Cadena Agramonte digital. [Trabajo de Diploma. Universidad de Camagüey].
- 4- Ford, S. (2007). Transmedia Journalism. A Story-Based Approach to Convergence. http://www.convergenceculture.org/weblog/2007/04/transmedia_journalism_a_story_b.php
- 5- Hayes, G. (2012). Cómo escribir una Biblia Transmedia. Una plantilla para productores multiplataforma: <http://guionactualidad.uab.cat/wp-content/uploads/2013/01/Como-escribir-unaBiblia-Transmedia.pdf>
- 6- Hernández, G. (2020) Procedimiento para favorecer la producción periodística transmedia en el periódico ¡ahora! [Tesis presentada en opción al título de Licenciado en Periodismo. Universidad de Holguín].
- 7- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. La cultura de la convergencia en los medios de comunicación*. Ediciones Paidós Ibérica, S.A. Barcelona.
- 8- Jenkins, H (2009). The Revenge of the origami unicorn: Seven principles of Transmedia Storytelling. http://henryjenkins.org/blog/2009/12/blue_revenge_of_the_origami_uni.html

- 9- Liuzzi, Á. (2014). Transmedia "Historytelling". En F. Irigaray, & A. Lovato, Hacia una Comunicación Transmedia. UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario.
- 10- Lovato, A. (2013). La proyección multimedia como herramienta en la comunicación, en Portal de la UNR. Universidad Nacional de Rosario.
- 11- Lovato, A. (2018). *Plantilla para diseño de narrativas transmedia*. DocuMedia. http://www.academia.edu/32665461/Plantilla_para_Dise%C3%B1o_de_Narrativas_Transmedia
- 12- Martín, M., & Rodríguez, S. (2017). Manual de Periodismo Transmedia: Introducción y orientación al desarrollo de reportajes periodísticos transmedia. [Trabajo de diploma. Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba].
- 13- Moloney, K. (2011) Porting transmedia storytelling to journalism. [A Thesis Presented to the Faculty of Social Sciences University of Denver. In Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree Master of Arts].
- 14- Renó, L. y Renó, D. (2013). Narrativa transmedia y mapas interactivos: Periodismo contemporáneo. Razón y Palabra. http://www.razonypalabra.org.mx/N/N83/V83/40_RenoReno_V83.pdf
- 15- Prádanos, E. (2012) *Cómo escribir una Biblia Transmedia. Una plantilla para productores multiplataforma*.
- 16- Renó, D. y Flores, J. (2014). Periodismo transmedia. Editorial Fragua. Madrid.
- 17- Renó, D. (2014). Transmedia Journalism and the New Media Ecology: possible languages. Periodismo transmedia, entre teorías y prácticas. Barcelona: Obierta Press.
- 18- Renó, D, y Renó, L. (2017). La narrativa imagética en el periodismo transmedia de formato largo: participación y navegación cognitiva. Obra digital.

- 19- Rodríguez, I (2019). *Báguanos Indígenas, arqueología y patrimonio*. Holguín : Ediciones la Luz.
- 20- Solano Castaño, M.J. (2018). *Proyecto de periodismo cultural transmedia para documentar el festival multicultural de los Montes de María en el departamento de Bolívar (Máster)*. Universidad de la Sabana.
- 21- Salaverría, R. (2009). *Los medios de comunicación ante la convergencia digital*. Depósito académico digital. Universidad de Navarra.
- 22- Salaverría, R., García, J. A., y Masip, P. (2010). *Concepto de convergencia periodística*. Convergencia digital.
- 23- Sánchez, M. (2020) *Transmedia en clave cubana. Pautas para la producción transmedia de concursos televisivos de RTV Comercial*. [Tesis en opción al grado de Licenciatura en Periodismo. Universidad de La Habana].
- 24- Sarmiento, L (2021), *Guía para la producción periodística transmedia en la Casa Editora ahora*.
- 25- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones: Elementos para una teoría de la comunicación digital*. Barcelona: Gedisa.
- 26- Scolari, C. (2012). *Hipermediaciones. Más allá de la ficción: el documental transmedia*. Recuperado de <https://hipermediaciones.com/2012/05/09/masalla-de-la-ficcion-el-documentaltransmedia/>
- 27- Scolari, C. A. (2013). *Narrativas Transmedia. Cuando todos los medios cuentan*. Barcelona: Centro Libros PAPF, S.L.U.
- 28- Scolari, C. A. (2014). *Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital*. *Anuario AC/E de cultura digital. Hacia dónde vamos. Tendencias digitales en el mundo de la cultura*. p.71 -81

- 29- Scolari, C. (2018) Transmedia Literacy (I) ¿Qué hacen los adolescentes con los medios? <http://hipermediaciones.com/2018/03/19/transmedia-literacy-i>
- 30- [Valcárcel](#), R & Pérez, H. (2014) Indios en Holguín. Holguín : Editorial La Mezquita.
- 31- Zevallos, M. (2018) La vida no vale un cobre. Recuperado en www.lavidanovaleuncobre.com

ANEXOS

ANEXO 1

Encuesta

La siguiente encuesta se realiza como parte de una investigación de la Universidad de Holguín, para conocer cómo asumen la producción periodística transmedia en la Casa Editora ¡ahora! desde el ámbito histórico cultural y de forma general.

Marque con una X según su respuesta:

5- ¿Usted genera contenidos para el sitio web www.ahora.cu?

Sí No

6- ¿Emplea recursos hipermedia en los productos que genera para el sitio web?

Sí No

7- ¿Ha gestionado contenidos para las redes sociales del medio? De ser afirmativa su respuesta, argumente.

Sí No

8- ¿Cree que el sitio web www.ahora.cu tiene las condiciones para crear productos periodísticos transmedia? ¿Por qué?

9- De la siguiente lista, marque con una X las competencias profesionales que usted posee.

Manejo de software y herramientas TICs.

Edición digital de audio.

Edición digital de video.

Gestión de redes sociales.

Gestión y edición de sitios web.

Gestión de audiencias.

Escritura creativa.

10- A su juicio, el personal encargado de la producción transmedia posee los conocimientos necesarios para enfrentar la realización de estos en el ámbito histórico-cultural.

Sí No

ANEXO 2

Guía de observación científica para el análisis de la producción transmedia

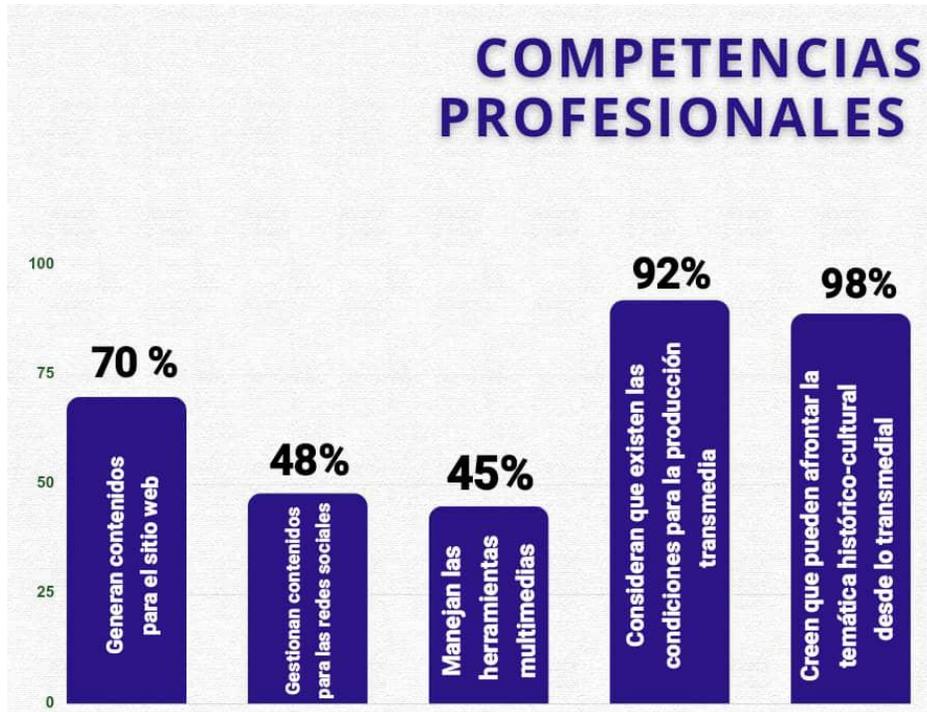
Objetivo de la observación: Identificar las limitaciones y potencialidades de la Casa Editora ¡ahora!, para desarrollar la producción de contenidos transmedia con temática aborígen.

Indicadores:

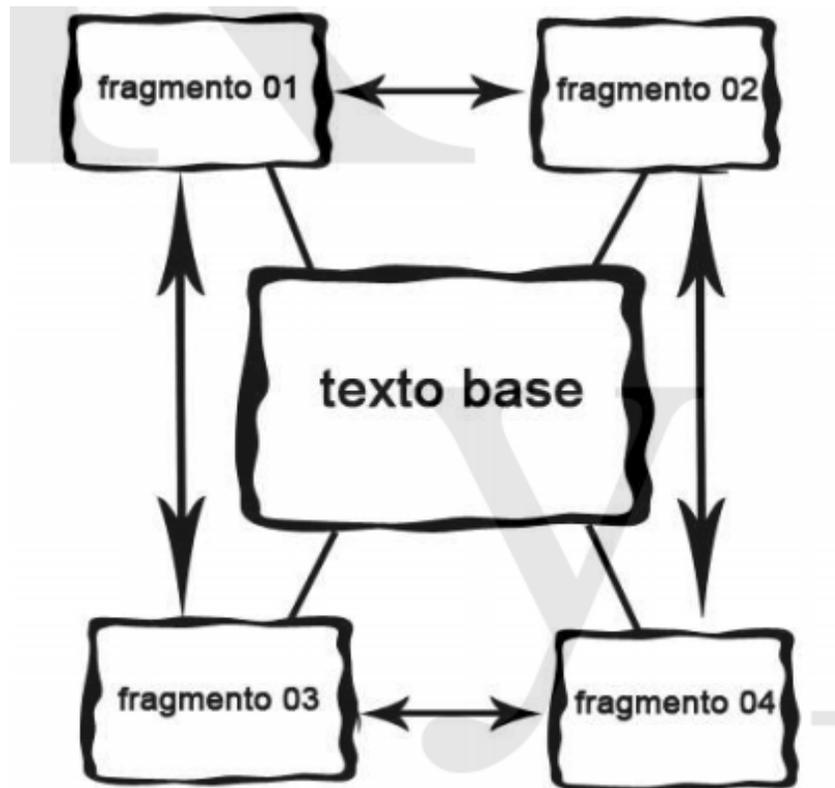
1. Medios y plataformas.
2. Rutinas productivas.
3. Estructura del equipo de gestión multimedia.
4. Audiencia a la que se dirige el relato.
5. Preparación de los profesionales en periodismo transmedia.
6. Características de las audiencias/usuarios.
7. Redes sociales.
8. Producción de contenidos en el ámbito histórico cultural.

ANEXO 3

Resultados de la encuesta aplicada a trabajadores de la Casa Editora ahora!



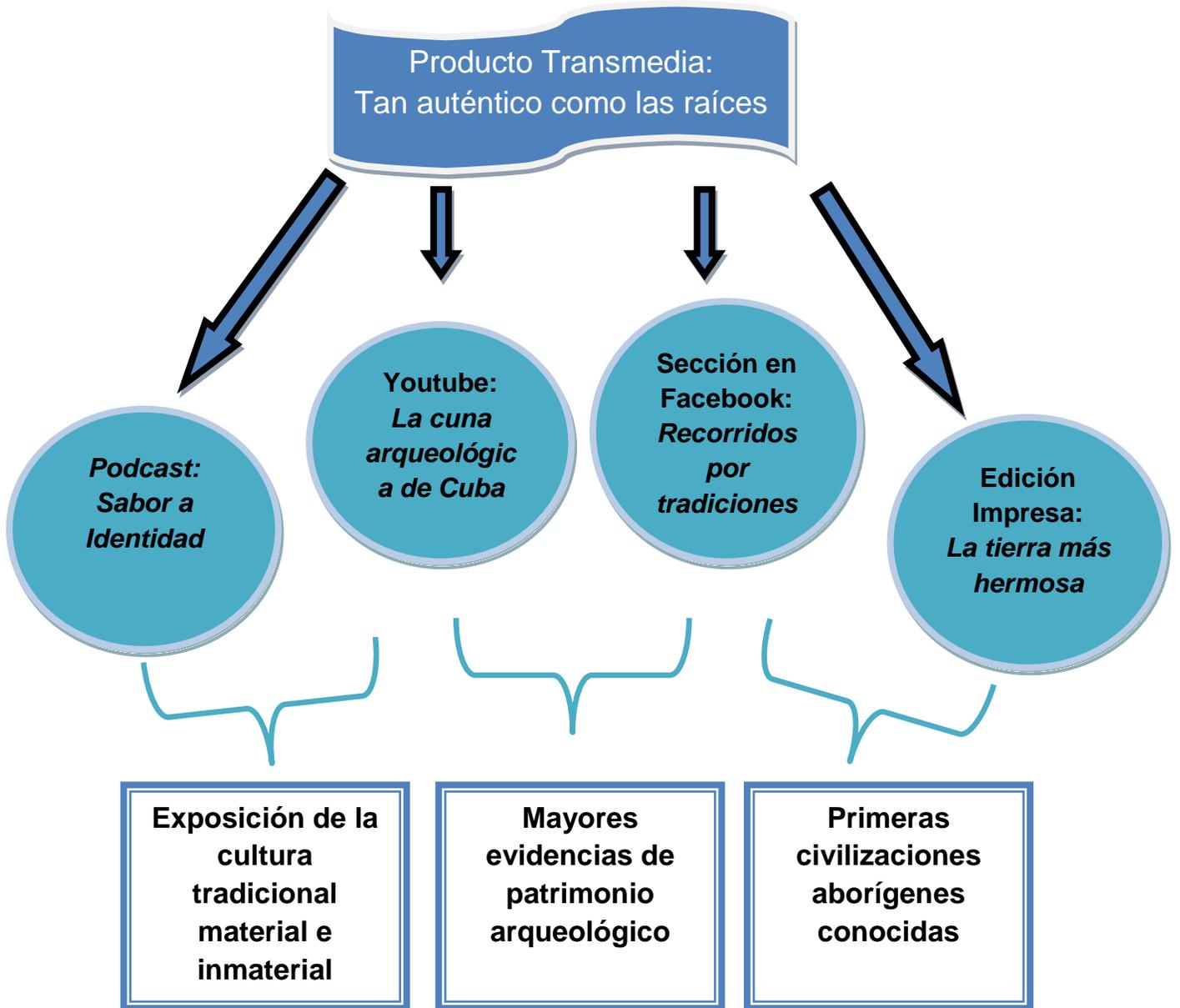
ANEXO 4



Flujograma Algorítmico Circular Rizomático (Renó, 2010)

ANEXO 5

Elementos de la historia y remisiones entre plataformas y líneas narrativas.



ANEXO 6

Entrevista a Maribel Flamand, Directora del Periódico ahora!

Objetivo: Conocer las características de las diferentes plataformas del medio para lograr el análisis más detallado de este.

- 5- ¿Cómo caracterizaría usted a la audiencia del Periódico ahora?
- 6- ¿Cómo asumiría el medio la producción de contenidos transmedia?
- 7- ¿Considera importante la utilización de la narrativa transmedia para tratar temas culturales?
- 8- ¿Cómo es el tratamiento, en el medio, de temáticas de índole histórico cultural como lo es el patrimonio aborígen?
- 9- ¿Qué nivel de preparación, de forma general, presentan los trabajadores de la Casa Editora ahora?
- 10- ¿Qué papel cumplen las redes sociales que posee el medio para la difusión de informaciones?

ANEXO 7

Evidencia del material aborigen encontrado en los sitios históricos de la provincia de Holguín.

La Loma de los Mates, Báguanos.



Ídolo: La Caguama. Está relacionada con los hitos taínos del origen de la raza humana.

Foto: cortesía del Museo Municipal de Báguanos.



Ídolo: Cabeza de Perro, aunque muchos señala que es un murcielago.

Foto: cortesía de Iván Rodríguez.



Rana de Cerámica, pieza votiva zoomorfa de cerámica.

Foto: cortesía de Iván Rodríguez.

Monumento Histórico Cayo Bariay, Rafael Freyre.



Monumento al encuentro de dos culturas.

Foto: Juan Pablo Carrera



Espectáculo para turistas en la Aldea Aborigen de Cayo Bariay.

Foto: Juan Pablo Carreras



Sitio Arqueológico de la Aldea Aborigen de Cayo Bariay.

Foto: Juan Pablo Carreras

Museo Arqueológico Chorro de Maíta y Aldea Taína, Banes.



Representación de rituales curativos.

Foto: la autora



Representación de las labores domésticas ejercidas por las mujeres de la aldea.

Foto: la autora



Necrópolis aborigen Chorro de Maíta.

Foto: tomada de internet

Monumento Local “El Yayal”, Holguín.



Hojas de metal no ferroso.

Foto: Roberto Valcárcel



Vasija indígena que imita un modelo europeo.

Foto: Roberto Valcárcel