

Dossier monográfico

## El arte que nos salva o el reto de salvar las Romerías de Mayo

### Arts Save us or the Challenge to Save the Romerías de Mayo

Dailene Dovale de la Cruz<sup>1\*</sup> <http://orcid.org/0000-0000-0000-0000>

<sup>1</sup>Universidad de La Habana, Facultad de Comunicación. La Habana, Cuba.

\*Autora para la correspondencia: [dailene.susel@gmail.com](mailto:dailene.susel@gmail.com)

#### RESUMEN

Las Romerías de Mayo por primera vez se realizan de forma virtual por la Asociación “Hermanos Saiz” mediante una estrategia multiplataforma, a través de la convergencia de diversas plataformas digitales y medios de comunicación. Dicha experiencia constituyó un aprendizaje fundamental en cuanto a las posibilidades que brindaría una estrategia transmedia en la labor de la organización en la promoción de sus eventos y de sus escritores y artistas.

**Palabras clave:** Romerías de Mayo; multiplataforma; estrategia transmedia.

#### ABSTRACT

Las Romerías de Mayo for the first time are carried out virtually by the Asociación Hermanos Saiz through a multiplatform strategy, through the convergence of various digital platforms and media. This experience constituted a fundamental learning regarding the possibilities that a transmedia strategy would provide in the organization's work in promoting its events and its writers and artists.

**Keywords:** Romerías de Mayo; multiplatform; transmedia strategy.

Recibido: 20/09/2020

Aceptado: 11/11/2020

## Introducción

Es 11 de marzo. El país da conocer los primeros pacientes contagiados por la COVID-19. En el salón de Mayo del Pabellón Cuba transcurría el Taller y Concurso de Periodismo Cultural Rubén Martínez Villena. La Asociación Hermanos Saiz (AHS) desplegaba su tradicional cronograma de eventos, talleres y acciones comunitarias. Dicho cronograma implicaba traslado de equipos, tecnologías, personal técnico, artistas y públicos a lo largo del país. El SAR-Cov-2 y su propagación por todo el mundo, incluida Cuba, conllevó a un reto mayor para la organización. De un plan que priorizaba eventos y acciones presenciales, en el espacio físico, se vieron obligados a trasladar y re-inventar en el espacio virtual todas las acciones previstas.

Diversos certámenes se realizaron de forma online, entre ellos la Jornada de la Canción Política, el tercer Coloquio de Periodismo Cultural (Camagüey), los Juegos Florales y el concurso de narrativa La llave pública (Ciego de Ávila), la Jornada 13 de agosto (Pinar del Río), el evento literario Portus Patris (Las Tunas) y el Festival de la Radio Joven Antonio Lloga in Memoriam (Santiago de Cuba).

Fue una etapa de creación. Surgieron El Potaje, Del agua que bebemos y Una vez al año, con el objetivo de promocionar becas, oportunidades y la labor de escritores y artistas, en especial músicos. Paréntesis continuó su producción esta vez en el Salón de Mayo. El objetivo era encontrar en el arte y la creación una forma de ayudar a vivir mejor el confinamiento, volverlo una etapa productiva y un espacio para la reflexión. Entre estas iniciativas se incluye Activos desde casa, audiovisuales realizados por la filial de la AHS. Estos materiales se enfocan la obra de los creadores que hayan experimentado en las redes sociales la creación y difusión de sus obras.

El trabajo de la Asociación Hermanos Saiz y el de las instituciones culturales en general, estuvo marcado por la necesidad de trascender los problemas causados por la pandemia y la imposibilidad del encuentro físico. Escritores, artistas y creadores confluyeron en el espacio virtual para reconocerse, contarse unos a otros qué sentían y dialogar con sus públicos con las fronteras entre creador y audiencia cada vez más difuminadas. En este contexto destacaría a inicios de mayo el Festival Mundial de las Juventudes Artísticas: Las Romerías de Mayo.

**Dossier monográfico**

Las Romerías son consideradas el evento más relevante y abarcador de la Asociación Hermanos Saiz, con impacto en el quehacer del arte joven nacional e internacional. En medio de un contexto marcado por la imposibilidad de reunirse en galerías o realizar conciertos, destacó por ser una primera experiencia donde se combinaron esfuerzos de medios tradicionales (televisión, radio, prensa impresa), como de medios digitales y las plataformas digitales de la Asociación con presencia fundamental en su sitio web y plataformas de redes sociales.

En estas últimas destacaron Facebook, Instagram, Youtube como una forma de difundir materiales diversos, desde imágenes, textos, carteles promocionales, en el primero caso y materiales audiovisuales de corte promocional y la difusión de conciertos, realizados muchos de ellos en contextos desafiantes en cuanto producción. De igual forma se incluyó Whatsapp para el debate en espacios como Memoria Nuestra, columna teórica de las Romerías.

A este enfoque institucional en la producción y difusión de contenidos, se sumó el reto de los internautas y usuarios afines al festival de recordar mediante imágenes, textos, enlaces y audiovisuales ediciones pasadas de las Romerías. Resultaría un relato colectivo marcado por la nostalgia que antecedió al cronograma más tradicional de conciertos, presentaciones de libros, blogs entre otros micro-proyectos bajo el macro-evento de las Romerías.

La edición 2020 del festival resultó un salto a la virtualidad, a contar con estrategias multiplataforma, a pensar en formas de involucrar diferentes audiencias. Aun cuando la organización incluyera con anterioridad proyectos de corte híbrido como las Bloguerías, nunca antes había priorizado estrategias pensadas desde y para internet. ¿Qué aprendizajes se obtuvieron de esta experiencia? ¿Cómo articular otra forma de hacer llegar a mayores públicos el relato contrahegemónico que implica el Festival de Juventudes Artísticas? ¿Qué oportunidades pudiera ofrecer las narrativas transmedia a la Asociación Hermanos Saiz como eje central no solo de eventos culturales, sino de la difusión de los artistas y escritores jóvenes, así como la cultura nacional?

El presente artículo tiene como propósito fundamental describir algunas pautas de trabajo multimedia que se pueden obtener a partir de la experiencia de las Romerías de Mayo virtuales. Dicha intención se consigue a partir de la revisión teórica sobre las concepciones de estrategia transmedia y multiplataforma y en el análisis del trabajo

**Dossier monográfico**

multiplataforma desplegado por la organización durante la gestación y realización del evento.

## **Desarrollo**

El presente artículo monográfico exploró esas posibilidades a partir de la revisión bibliográfico-documental y la sistematización en cuanto a narrativas transmedia y multiplataforma, así como la revisión de materiales publicados sobre la pasada edición de las Romerías. Esta información se complementó con la entrevista a Rafael González y Yasel Toledo, presidente y vicepresidente de la Asociación Hermanos Saiz.

### **¿Narrativa transmedia, crossmedia o multiplataforma?**

Resulta común encontrar cualquiera de los siguientes términos, narrativa transmedia, crossmedia o multiplataforma en las acciones comunicacionales de instituciones, medios de prensa u organizaciones. Por ello se partirá de una sistematización básica y diferenciación de dichos conceptos para poder insertar y valorar el trabajo de la Asociación Hermanos Saiz en su justa medida.

Acorde a la sistematización teórica de O'Connor (2019), las principales diferencias se establecerían en relación con el lenguaje-forma y la forma de expresarse a través de diversas plataformas. Las estrategias multiplataforma consistirían en un relato contado a partir de diversos medios y soportes, tanto tradicionales como digitales: Una única historia adaptada a los distintos lenguajes en dependencia de las plataformas. Las variaciones establecidas serían solo en cuestión de forma, no de contenido. Mientras tanto la narrativa crossmedia implica un nivel superior de articulación al establecer una narración integrada a partir de diversos medios y canales. El relato no estaría completo sin la experiencia de cada mensaje en plataformas independientes.

Para Minuti (2015) en las narrativas crossmedia convergen o se hibridan medios, formatos, servicios o recursos. Sería este aspecto fundamental para llegar a una estrategia productivo-comunicativa conocida como transmedia, que permite diseñar y gestionar el sentido relato de tal forma en que el prosumidor forme parte activa de su creación.

**Dossier monográfico**

“La narrativa transmedia representa un proceso donde los elementos de una ficción se dispersan a través de múltiples plataformas mediáticas con el propósito de crear una experiencia de entretenimiento coordinada y unificada” (Jenkins, 2006, p7)

La historia dependería de la contribución de cada medio. Se tejería con trama, personajes en expansión. Existe consenso en cuanto a las posibilidades y beneficios de las narrativas transmedia a la hora de crear universos ficcionales. En cambio, el Periodismo o de forma general los relatos de no-ficción también tienen dichas estrategias una oportunidad de empoderar el mensaje y acercarlo a distintas comunidades.

El periodismo y los relatos no ficcionales, en general, según Ainara Larrondo (2016) podrían encontrar aliados en la convergencia de tipo narrativo, en referencia a relatos como los reportajes, las crónicas y los documentales en sus versiones multimedia, interactivas y transmedia. Esto es dado debido a las posibilidades multimedia, interactivas e inmersivas de la web. Conlleva también el reto de saber cómo fragmentar la historia en múltiples formatos y las potencialidades de cada uno para construir un relato innovador y, sobre todo, participativo.

Para Scolari y Piñón (2016) el protagonismo de las audiencias resultaría crucial en cualquier estrategia transmedia, sea de ficción o no. En ellos incluyen la creación de contenidos en todas sus variantes: parodias, recaps, finales alternativos...

Parte de esta experiencia de apropiación en cuanto a la relación audiencias-obra se experimentó en Cuba durante la transmisión de la novela “El rostro de los días” que conllevó a la producción constante de memes, grupos de debate en plataformas digitales o la creación de podcast, con la trama, sus aciertos y desaciertos como eje fundamental y provocación de la creatividad colectiva.

### **Romerías de Mayo y la cultura que nos salva**

“La vida en línea no es una vida separada de la interacción física. Ya no vivimos en un mundo físico o virtual, sino en un mundo híbrido” (Castells, citado en Pérez, 2014, p.124).

El desarrollo de eventos culturales, así como sus estrategias comunicativas deben partir de ese carácter híbrido entre entorno virtual y físico para establecer su relato.

Durante el 2020, la Asociación Hermanos Saiz demostró su capacidad para adaptarse a una virtualidad impuesta. Las Romerías de Mayo, casi de forma paradójica alcanzaron mayor relevancia en el discurso público del país. En el texto “La cultura en tiempos de

**Dossier monográfico**

Covid-19, entre retos y sueños”, el vicepresidente de dicha organización, Yasel Toledo (2020) delimitaba los principales logros y cambios en la forma de pensarse y organizarse la asociación ante los desafíos.

Destacó cómo esta fue la edición en que más artistas participaron, debido a la eliminación de las limitaciones geográficas; se propició la participación e interacción con miles de internautas y existió correlación entre esas actividades en línea con una programación especial pensada para medios tradicionales donde destaca la televisión mediante entrevistas, cápsulas promocionales, concierto y programas al estilo de Destrabando la Trova, que simulaban, suplían y replanteaban las formas de realizarse las Romerías con anterioridad. De circunscribirse en su mayoría a las calles de la ciudad de Holguín, pasó a aliviar el confinamiento de personas de todo el país y el resto del mundo.

Esta forma de pensarse el arte y su difusión se relaciona con un paradigma donde prima la interacción horizontal que marca la relación entre individuos y grupos: “Muchos rasgos del paradigma de información contienen también rasgos culturales como son la interconexión, la porosidad y la flexibilidad” (Campos, 2014, p.21).

Precisamente, las Romerías de Mayo estructuraron una serie de iniciativas de los artistas y escritores que surgieron de forma espontánea a raíz del SAR-Cov-2. Los resultados fueron estimulantes, según Rafael González (comunicación personal, mayo de 2020), porque respondieron a una necesidad de unión y expresión de los miembros de la organización que permitió alimentar la producción de contenidos para las plataformas de redes digitales y los medios tradicionales, como la radio, la televisión y la prensa impresa. “El miércoles 15 de abril publicamos la convocatoria en la página oficial de Facebook de la AHS y en menos de 24 horas tenía miles de likes, Prensa Latina y la Agencia Cubana de Noticias la volvieron viral” (R González, comunicación personal, 14 de mayo de 2020).

Un aspecto crucial fue la interactividad con sus públicos, ya sea mediante forodebates en el sitio web de la organización o con el reto en Facebook, “Mi foto en Romerías” que buscaba en primer lugar recopilar la mayor cantidad de imágenes posibles del evento, pero que trascendió ese objetivo de carácter más instrumental, para convertirse en fuente de historias, nostalgia y eventualmente en la producción de contenidos propios relacionados con la marcha del evento online.

**Dossier monográfico**

Un medio tradicional de amplio alcance como la televisión amplificó el evento para todo el país. El dos de mayo se transmitió por primera vez en la historia del evento el concierto Pre-Romerías en horario estelar por Cubavisión. El día tres, recrearon en la revista matutina de la TV “Buenos días” el clásico desfile inaugural y hasta la Loma de la Cruz llegó un reducido grupo de artistas. Resultaría un relato híbrido, construido a partir de las diversas plataformas digitales, los medios de comunicación, pero también los espacios más tradicionales como la Periquera y la Loma de la Cruz, símbolos de Holguín y de especial significado para los romeros. Esta relación espacio físico-online se complementó con la entrega de una credencial online entre la madrugada del seis de mayo y siete a los artistas y escritores participantes, que devino un signo de orgullo e identidad, al punto de convertirse en la imagen de sus perfiles personales.

Otro cambio sustancial constituyó el nuevo lema. El habitual “porque no hay sin ayer” fue sustituido por otro, atemperado a las circunstancias: porque no hay mañana sin hoy. Intentaban en medio de las dificultades, mantenerse como un símbolo de vida, creación y esperanza. Además de cumplir con las funciones de promoción de artistas y escritores, ahora creadores desde sus casas.

Según Yasel Toledo (comunicación personal, de mayo 2020), las Romerías incluyen eventos como Babel, dedicado a las artes visuales; Palabras Compartidas (Literatura), Cámara Azul (Audiovisuales); Rockmerías (Rock); Electrorromerías (Música Electrónica), Fotofest (Fotografía), Quiero una canción (Trova); Teatro callejero, danza en espacios urbanos; Bloguerías (Encuentro de blogueros y activistas de redes sociales) y el Memoria Nuestra.

Era un gran reto repensar la mayoría de estas actividades y mantenerlas o dotarles otros atributos en una edición virtual. Desde las plataformas de redes sociales, la Sección de Literatura de la AHS en Holguín y Ediciones La Luz, cooperaron con las diferentes editoras de organización juvenil (Sed de Belleza, Aldabón, Áncora y Reina del Mar Editores) para que los contenidos producidos como parte de “Palabras Compartidas” llegaran a nuevos públicos.

Esta colaboración permitió la diversidad de productos y plataformas entre ellas postales, libros digitales del catálogo de La Luz, videopoemas de autores de La joven Luz: Entrada de Emergencias. Además este fue el espacio preciso para la publicación de “Selección de

**Dossier monográfico**

poetas en Holguín, el primer ebook de esta casa y que cuenta ya con un audiolibro. También podcasts con producciones autóctonas y audios de Eliseo Diego” (Prego, 2020). El entorno físico del café holguinero y la presentación literaria se convirtió en podcast y materiales audiovisuales. Los conciertos cambiaron los parques de la ciudad Holguín por múltiples pantallas. Repensar desde una estrategia multiplataforma sería la forma de mantener un evento, que se caracteriza por mezclar la tradición con la modernidad.

El evento Memoria Nuestra, columna teórica de las Romerías, entrañaba una dificultad mayor por tratarse de un encuentro académico de alto rigor. La solución encontrada se basó en una estrategia multiplataforma: forodebates en el sitio web de las AHS en las mañanas y presentaciones de ponencias e intercambios por las tardes en un grupo de Whastapp. Se destacó la importancia de mantener la organización entre participantes, organizadores y las plataformas.

La virtualidad permitió que los forodebates fueran gestionados desde puntos distantes donde destacaron España y dentro de Cuba, La Habana y Santa Clara. Por otro lado en la mañana del día ocho, las Blogerías de mayo activaron a muchos blogueros del país, quienes junto a jóvenes de la FEU, del Movimiento Juvenil Martiano y los Instructores de Arte realizaron un twittazo por la vida y contra el Bloqueo. “En la tarde nos reunimos vía internet los miembros del Comité Gestor Internacional desde diez países”. (R González, comunicación personal, 14 de mayo de 2020).

### **Saltar a la virtualidad: retos y oportunidades**

La Asociación Hermanos Saiz encontró el camino para salvar y a la vez renovar su evento más importante y aglutinador. La virtualidad impuesta por el confinamiento y las medidas de distanciamiento social llevaron a la organización y a sus miembros a innovar en las maneras de crear y transmitir el arte. Esta experiencia demostró las posibilidades que brindan las estrategias multiplataforma para transmitir contenidos y un relato común a diferentes audiencias; para compartir un mensaje de arte contrahegemónico en circunstancias desafiantes y contrarrestar así los efectos negativos de la situación pandémica sobre las personas confinadas en sus hogares.

Resultó ser una experiencia aleccionadora. Organizadores, artistas, escritores se apropiaron de las plataformas virtuales para transmitir su trabajo: el arte. A partir de ese momento casi inédito en el evento, sería provechosa la reflexión posterior en al menos

**Dossier monográfico**

tres sentidos: lo imperioso de un cambio de paradigma en las formas de pensarse y articularse los eventos culturales, así como sus estrategias comunicativas; la necesidad de incentivar la participación de los públicos cada vez en roles más activos y las posibilidades que brinda pensar con una estrategia transmedia, más allá de la narrativa multiplataforma desplegada.

Dicha estrategia trascendería el uso de las redes sociales y plataformas digitales para la difusión de contenidos y tomaría en cuenta a los internautas como participantes activos, no necesariamente miembros de la organización. Una buena forma de apelar a esos usuarios sería emplear un reto diario, tomando como ejemplo al inicial: “Mi foto en Romerías”. Las posibilidades de participación no se restringirían a una única plataforma, como Facebook, o al debate establecido en el sitio web de la organización.

La Asociación Hermanos Saiz, de esta forma estaría aprovechando las posibilidades que brinda Internet para articular tanto flujos de horizontales como verticales y la articulación entre producciones artesanales y profesionales; entre lo local y lo universal (Zuamy, 2014).

“Debemos seguir pensando las redes sociales no solo como una oportunidad de reflejar lo que pasa en los sitios físicos, sino más allá, constituyen una mega plataforma, con amplias posibilidades de interacción” (Toledo, 2020, comunicación personal). Resultaría a su vez, una manera de posicionar el arte y la literatura en diversos públicos y una manera de difundir las obras que realizan cada año los miembros de la organización.

“El mayor reto radica en mantener muchas de esas experiencias. Debemos continuar diseñando más y mejores campañas comunicacionales también para el exterior, realizar más alianzas con artistas y organizaciones de otras partes del mundo que nos permitan llegar más lejos” (Toledo, 2020). Un cambio que implica también incrementar las habilidades de los miembros de la organización y, en especial, de sus líderes en cuanto a las diferentes plataformas digitales.

Los aprendizajes y aciertos conllevan a cambios en la organización de eventos futuros. Por ejemplo, en lo adelante cada evento contará con programación digital, en correspondencia con el anhelo de desafiar los límites geográficos y de atraer a nuevos públicos de todo el mundo. “Debemos compartir más contenidos en otros idiomas, además del Español”, (Toledo, 2020).

**Dossier monográfico**

De igual forma, la organización se propone mejorar su trabajo, sobre todo en plataformas de redes sociales: a partir del estudio de mejores horarios de publicación para públicos determinado, y analizar datos como edades, sexo, ciudad de residencia. “No se trata de inundar los sitios de contenidos, sino de brindarlos de una manera creativa y sugerente, y hacer luego una labor de promoción para esos propios materiales”, (Toledo, 2020).

Las Romerías de Mayo son consideradas una utopía hecha realidad desde su fundación por Alexis Triana en los años noventa. Desde su surgimiento no ha dejado de enfrentar retos. La actual situación, marcada por el SAR-Cov-2 impone otros desafíos. Quedarán los conciertos online, la programación de acciones culturales en plataformas digitales, las exposiciones virtuales y la realización de audiovisuales para internet; y también la importancia de la articulación de creadores, medios de comunicación e instituciones culturales en la conformación de una estrategia transmedia.

### **Consideraciones finales**

La experiencia de las Romerías de Mayo del presente año aporta numerosos aprendizajes en las formas de concebirse eventos culturales y su proyección comunicativa. Constituye un ejemplo de adaptabilidad y flexibilidad, dado que la imposibilidad de encuentros físicos multitudinarios, como amerita el evento, la Asociación Hermanos Saiz desplegó una estrategia multiplataforma a partir del trabajo en diversas plataformas digitales y la coordinación con instituciones culturales y medios de comunicación.

Dicho evento marcaría la ruta a seguir a lo largo de todo el año, en el cual se ha realizado eventos digitales, acciones comunicativas pensadas para internet y en específico, las redes sociales digitales; pero podría significar también un cambio más profundo en la manera de concebirse, planificarse los eventos y acciones culturales y su proyección comunicativa: de una mirada tradicional que prioriza solo el intercambio presencial y su difusión por medios de prensa a modelos híbridos entre espacios físicos y digitales.

## Referencias bibliográficas

Campos Padilla, Z (2014) *Cartografías de la (Des)Conectividad. Acercamiento a las principales condicionantes que intervienen en el acceso a internet en cuba*. Tesis de Diploma de la Facultad de Comunicación de la Universidad de la Habana.

Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. Nueva York, Estados Unidos: New York University Press.

Larrondo Ureta, A (2016) *El relato transmedia y su significación en el periodismo. Una aproximación conceptual y práctica*. Trípodos, número 38, 31-47.  
[http://www.tripodos.com/index.php/Facultat\\_Comunicacio\\_Blanquerna/article/view/324](http://www.tripodos.com/index.php/Facultat_Comunicacio_Blanquerna/article/view/324)

Minuti, I. R. (2015, 21 de Febrero). ¿Existe diferencia entre Transmedia, Cross-Media y T. Storytelling? Recuperado de EpiReality. Del pensamiento a la producción postdigital: <http://wp.me/p4M9xQ-bT>

O'Connor Barrios, M C (2019) *Narrativas transmedia en la radio. La nueva sonoridad del medio en el siglo XXI*. Tesis de diploma.

Pérez Alonso, B (2015) ¿Mi perfil soy yo?: Acercamiento a las concepciones sobre la construcción de identidad en los servicios de redes sociales en internet. *Revista Alcance*. Vol. 4, Núm. 7. <http://www.alcance.uh.cu/index.php/RCIC/article/view/48/48>

Prego, L. (2020). Palabras y hashtags compartidos en Romerías. *Ahora*. <http://www.ahora.cu/es/cultura/8462-palabras-y-hashtags-compartidos-en-romerias>

## Conflicto de intereses

La autora declara que no existe conflicto de intereses