

**La décima publicitaria cardenense en la prensa periódica del siglo
XIX.**

MsC: Lorena Martínez Faxas,

*Profesora auxiliar de la carrera Comunicación Social, Filial
Universitaria Municipal “Aida Pelayo Pelayo”, Cárdenas,
Matanzas*

*Especialista en literatura Casa de la Cultura Municipal
“Gonzalo Roig”, Cárdenas, Matanzas*

Resumen:

Un nuevo acercarse a la décima, su identidad e historia se asume en este trabajo que aborda cómo sirvió de soporte publicitario a muchos anunciantes, en la prensa cardenense del siglo XIX. Incluye una breve panorámica de la vida de la ciudad en dicha época. Enfocado desde la descripción exploratoria es una investigación de historia de la comunicación en Cuba dentro de los estudios cualitativos de la investigación, que puede clasificarse como interdisciplinaria al afrontar la décima, la publicidad y la historia el periodismo local en un mismo texto.

Palabras claves: Décima, identidad, publicidad, promoción, prensa periódica, cultura.

“... viajera peninsular,
¡como te has aplatanado...!”

Jesús Orta Ruiz.

*Para Milagros, esa guajira de Manicaragua,
que tanto ha querido inculcarme
la décima como tema de trabajo.
Para la Faxas y Alfonso Lucas.
Para Nena, Pepe, Juan y su hija
Olga Lidia Pérez.*

I

Viajera peninsular es la definición más certera de la décima, desde la poética, brindada por Jesús Orta Ruiz. Entre artes, islas, culturas, ciencias y sociedad es identidad y camino, comunicación y oficio; habilidad y sensibilidad, esencia de lo cubano, tanto en lo culto como en lo popular.

Como promotora, forma y soporte de la publicidad y la propaganda ha tenido un lugar destacado, aunque sea esta una arista poco estudiada de sus textos, sonos y desarrollo. Esta función se aborda en estas cuartillas desde lo local, a partir de su presencia en la prensa periódica de la ciudad de Cárdenas a lo largo del siglo XIX, tema de esta investigación, que gira alrededor del siguiente problema: A partir del análisis de la prensa periódica cardenense del siglo XIX, ¿cuál es la importancia; tanto para la cultura local como para la historia de la publicidad y el bien público cubano; el estudio de las décimas publicistas aparecidas en la misma?

A la misma tributan las siguientes *preguntas científicas*:

- ¿Qué caracteriza a la décima como estrofa lírica que la convierte en vehículo de identidad nacional?
- ¿Qué elementos publicitarios deben tenerse en cuenta para realizar un análisis de cómo se comporta en la prensa de una determinada localidad?
- ¿Qué características poseen las décimas localizadas que les permiten ser identificadas como ejemplos del desarrollo publicitario de la localidad en dicho siglo?

Se sitúa como *objetivo general*: demostrar la importancia del estudio de las décimas publicistas aparecidas en la prensa cardenense del siglo XIX, para el estudio de la cultura local y de la historia de la publicidad y el bien público en Cuba; de donde se desprenden como *objetivos específicos*:

- Caracterizar a la décima escrita en Cuba, como estrofa lírica que se convierte en vehículo de la identidad nacional.
- Definir los elementos publicitarios a tener en cuenta para poder vincular cultura – literatura y publicidad dentro del estudio de una determinada localidad.
- Definir las características de las décimas que les permiten ser identificadas como ejemplos del desarrollo publicitario de la localidad en dicho siglo.

Trabajo que, responde al paradigma cualitativo de la investigación. Con carácter descriptivo exploratorio, responde a los estudios integradores y teóricos de dos ciencias: cultura y comunicación, en la que se asume las siguientes tareas:

- Exploración, lectura y análisis de bibliografía especializada sobre la décima, la cultura cardenense del siglo XIX y vinculación de estas artes con la publicidad y sus técnicas y funciones fundamentales. Búsqueda en la prensa localizable del siglo XIX local de las décimas y estudio de las mismas
- Creación del sistema de conceptos necesarios para analizar dichos textos.

CD de Monografías 2011

(c) 2011, Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos”

- .Redacción del informe de investigación.

Estudio que se justifica a partir de la necesidad de integración de las ciencias sociales para analizar con una riqueza mayor la cultura local de cada territorio y de uno tan comercial como esta villa de cangrejos y coches, que ocupa un lugar singular dentro del estudio de la historia de la publicidad y el bien público cubano. Ayuda a definir una posible y aún no investigada identidad nacional tanto en la publicidad como en el bien público nacional elaborados a lo largo de la historia cubana de dichas ciencias,

A lo largo de su historia, primero lentamente, luego a pasos agigantados, la décima ha tenido que enfrentarse desde adentro y con sus por armas a la publicidad y el mercado quienes están en condiciones de definir, guiar y diseñar la un país: solamente indagando sobre las raíces culturales más auténticas, vigorizando oportunidades y fortalezas de la identidad y cultura nacional.

II

Décima, identidad e historia.

Estrofa poética de diez versos, preferiblemente octosílabos, cuyas variantes de mayor difusión a todo lo largo de su historia son la copla real y la espinela; metro que llega a la América con una larga historia de tradición, esplendor y (¿por qué no decirlo?) decadencia, dentro de la rica herencia de la literatura española de los siglos XIV, XV y XVI. Esa es la décima.

En ella destaca la simbiosis de lo culto y lo popular, lo improvisado con lo escrito; integración cultural única que, por obligatoriedad, tendría que ocurrir en territorios mezclados y nuevos. La definen además, las casi infinitas permutaciones de su habitual rima: *abbaaccddc*, una armonía clásica, espíritu burlón, el posible uso de la consonancia, las redondillas, y el necesario descanso o pausa al terminar la primera redondilla, como introductor de la anécdota, reflexión de que se trate, el cual será desarrollado, completado, concluso o no, en las restantes líneas, ayudado por los versos quinto y sexto que funcionan como enlace.

Composición que brinda un acentuado carácter melódico en de sus rimas, agrupadas en cuatro pareados interiores y dos versos libres (apertura y cierre) aconsonantados, considerados por el crítico y escritor cubano Cintio Vitier como "cuentas de un collar". (Vitier 1970: 54)

La puntuación aguda, con una pausa respiratoria a mediados de cada línea de verso, le da un toque peculiar, complementado con el uso habitual del encabalgamiento como parte de su estructura clásica referencial. A más de un lingüista ha llamado la atención cómo el habla habitual del cubano, sobre todo del campesino, se ajusta o adapta a las consonancias del verso.

Sus funciones sociales son múltiples: educativas, lúdicas o de divertimento, a las cuales en el caso que nos suscribe, se une la publicitaria como línea específica dentro de lo comunicacional.

Por esa manera intrínseca de formular una idea completa en solamente diez líneas (estrofa breve), lo similar a su forma coloquial del habla entre otros factores culturales de mucha extensión para verse aquí es que la décima se convierte en vehículo de expresión del campesino y del cubano; posibilidad poética de expresar todos sus sentimientos, pesares y anhelos de una manera más general y nacional prácticamente dentro de toda su cultura artística.

Reflejo de ese ajiaco cultural que somos, su estructura permite acomodar tanto lo improvisado, "repentista"; popular, como el texto escrito, donde suele ganar un mayor aliento lírico. En ambas formas retruécanos, juegos de palabras, ironías, tono satírico o burlesco "a lo cubano", no se hacen esperar.

El sabroso acontecer callejero, chismoso o de doble sentido: informativo constante, de protesta o intimismo, amor o tristeza, sensualidad del trópico, sentencioso o ligero como la espuma es parte de la infinidad de temas que ha desarrollado entre nosotros. Gracia criolla, urbana o rural, a veces un poco de culterana magnifica las ansias de libertad, el amor a la mujer, al paisaje cubano, a la patria

Todo se integra en una comunicación signada por el "ahora", donde lo cualitativo expresa resortes conceptuales donde sentimientos, valores, belleza, criollismo y defensa de lo propio se mezclan como parte de un infinito abanico. Desde su llegada a Cuba integra la tradición oral, principalmente campesina, fenómeno propio del arte universal anterior a la poesía escrita.

Lo oral campesino representa una mutación tropical llena de frescura, que se mantiene desde hace más de cuatro centurias, muchas veces con recursos propio del folclore, adecuados a funciones, objetivos, época y entorno. Permite la apertura hacia una cultura que asimila a un público heterogéneo. Al decir del estudioso, crítico matancero Fernando García:

"Levantando desde el folklore, con el esfuerzo de algunos y la indiferencia de muchos, oscuro festín de guajiros iletrados, (la décima LM) avanza redescubriéndose y auto encontrándose día a día... Folclor en sí, no muere, afianza su estructura a disímiles contextos de supervivencia y se adapta, extrapolada desde la infinita

*sabana salpicada de montes al set diminuto y refrigerado de la televisión...*¹

Sea en un discurso oficioso o juguetón, lírico o henchido de hojarasca, conceptista o natural, es la décima opción de poetas que, de una u otra manera, no es válido obviar.

A partir del Siglo de Oro la décima española, como género decayó, teniendo solo momentos transitorios² de éxito. Sin embargo, en América figuras como Sor Juana Inés de la Cruz, Juan Ruiz de Alarcón o Juan Villas dicen de su creciente desarrollo sea en la vertiente lírica, popular, teatral o satírica. Fructificó cuando ya languidecía en la metrópoli.

Mientras para Virgilio López Lemus³, el metro alcanzó una evolución singular, para el poeta matancero Fernando García décima e improvisación son un arte en sí mismo, unido y autónomo, requerido de talento y oficio. Sus protagonistas están convocados al acto de comunicar en múltiples sentidos. Implica un acercarse a la identidad nacional.

De ahí que desde sus inicios sea poesía del contexto, inexpresada, estrofa cautiva en el reflujo de tensiones que transitan, incitando: " se siente: décima muda, fundida y apresada en el magnetismo de dos emociones simultáneas "...⁴

Al terminar los siglos XVI y XVII imponía prestigio en los campos cubanos⁵, hasta alcanzar su afianzamiento definitivo en las últimas décadas del siglo XVIII. Es a mediados del siglo XIX⁶, que realmente la décima se viste de poblana y empieza a circular entre los habitantes de la ciudad. No obvia la jocosidad, la sátira sino al contrario, es un elemento fundamental que la tipifica.

El movimiento ágil y oportuno de sus ocho sílabas métricas, la levedad de los diez versos le permite asumir una variedad temática muy amplia. Entre estas últimas variaciones se encuentra el tránsito del canto a la naturaleza cubana percibida hasta convertirse en símbolo de cubanía, la transformación de la mujer de virgen clásica a la sensual belleza de la criolla.

Implica la aparición, con toques propios, del tema amoroso el cual alcanza tonos femeninos; convierte lo idílico en real, llama a la rebeldía; incluye no una mirada pintoresca de los acontecimientos locales, sino una reflexión sobre ellos.

La décima matancera, improvisada o escrita, inicia a principios del siglo XIX un desarrollo singular que abarca, en lo femenino, las voces de Catalina Rodríguez, Rafaela Vargas y Luisa Molina, esta última, una de las primeras repentistas cubanas junto a Juana Pastora, o la mambisa Sofía Estévez.

Desde entonces, comienza a ser para los criollos un instrumento de comunicación de verdades propias, donde la trascendencia estética tenía una importancia ínfima con respecto al código creado para informar lo sucedido, como crónica de corte popular. De ahí lo disímil de sus niveles estéticos. Destaca la rapidez de lo improvisado; su paisajismo descriptivo por sobre la belleza lírica de sus estrofas, las cuales muchas veces descansaban sobre la sátira o escarnio de alguna cualidad física o espiritual de los contendientes.

Los resultados de cualquier controversia, muchas veces, no eran muy agradables para los propios repentistas o sus bandos acompañantes. En estos " combates " cada improvisador o repentista empieza a diseñar un lenguaje propio, de comunicación no verbal que le acompaña e identifica en cada canturía, que

¹ Ver artículo de García Fernando: " De La Décima improvisada o de repente " parte de su libro inédito " La huella de la décima en Matanzas."

² Estas recaídas gloriosas no son objetivo de las presentes cuartillas y pueden encontrarse en cualquier historia de la décima o de la literatura española.

³ Poetas y ensayista cubanos inmerso en el estudio de la décima y su historia.

⁴ Ver artículo referido: " De La Décima improvisada o de repente ".

⁵ Observa Adolfo Menéndez Alberdi en su obra " La décima escrita ". (1986: 83) Destacar la importancia que este autor da al Padre Capacho, a los textos en décima, para el teatro de Santiago Pita y a otras personalidades que utilizaron dicho metro en dicha época.

⁶ Recordar las décimas humorísticas y satíricas presentes en la improvisación de Manuel Socorro, en la obra de Zequeira, uno de los tres Manueles neoclásicos cubanos y cómo las mismas aparecían, de alguna manera, en la discutida " primera " obra de la literatura cubana " Espejo de Paciencia ", atribuida a Silvestre de Balboa.

le permite expresar gestualmente aquello que con sus textos no le convenía decir⁷. Con ello, llega a crearse una tradición familiar y local del repentista que llega casi intacta hasta la actualidad.⁸

En el caso de la décima citadina matancera, predomina la jocosidad, tono epistolar, relato de acontecimientos, unido a su oralidad intrínseca⁹. Es una poesía que tiende más a la comunicación popular, mera versificación ingenua y no a la emoción lírica mayor.

Ejerce gran influencia en creadores, quienes además de destacarse por sus textos escritos, eran conocidos improvisadores, como Gabriel de la Concepción: "Plácido, cuyas composiciones honran cualquier antología de esta índole".¹⁰

Desde pleno siglo XIX, la décima, defiende su autonomía sin romper lazos con el resto del país o la tradición que le precede. Otra de sus características es el uso mesurado de los encabalgamientos, costumbre solamente rota por los octosílabos de José María Heredia, durante su estancia en la ciudad.

Mantiene el interés por lo cotidiano, lo que acontece en el entorno habitual del poeta. Puede llegar a alcanzar acentos líricos tan fuertes como los en los Milanés, en el bardo esclavo Juan Francisco Manzano o Miguel Teurbe Tolón... No puede obviarse la existencia de las llamadas décimas bozales, vulgares y costumbristas, denigradoras del negro en lo popular cubano.

Dentro de los diferentes tipos de décima que se desarrollan en Matanzas, siglo XIX, se encuentra la de corte amoroso, la enaltecedora de la belleza del paisaje cubano, la romántica y escasas de corte patriótico, muchas de ellas bautizadas con sangre en la manigua mambí.

Esta décima de guerra o mambisa influyó en la forja de la nacionalidad e identidad del cubano, cristalizando en la ingeniosidad, lo popular humorístico, exaltación del amor patrio y a la amada, unido a la solidaridad, generosidad y hospitalidad. Utiliza constantes juegos de palabras, agilidad mental, y un criollísimo de doble sentido. Atacó con la correspondiente saña al enemigo, anticipó las ansias del criollismo, politizando la décima y defendiendo la recién fundada identidad.

No faltó la décima femenina¹¹. A la par que las repentistas señaladas, hubo poetizas de la estrofa escrita como Cecilia Porrás Pita, autora del primer canto a la bandera (1850).

Se auspició un movimiento ciudadano, que llevó a representar controversias en algunos de sus teatros¹², perdiendo su carácter natural e ingenuo. Es utilizado en volantes, anuncios e impresos que podían aparecer bajo cualquier pretexto por la ciudad.

Existen rumores que se refieren al uso de la décima, durante el siglo XIX, como anunciadora en ferias comerciales. A pesar de que no puede ser tomado estrictamente en cuenta, permite asegurarse que la décima en la localidad se abría caminos, creciendo sus funciones dentro de la sociedad colonial. Durante todo el siglo XX, la función publicitaria se fortaleció con la aparición de la radio, entre otros medios¹³.

⁷ Ver Trabajo de Fin de Estudios Universitarios (Tesis) de Orismay Hernández Ramírez "La comunicación no verbal y su relación con el repentismo." SUM Limonar. Universidad de Matanzas 2008.

⁸ Ver Trabajo de Fin de Estudios Universitarios (Tesis) de Damaris García Sánchez "Dos apellidos, una tradición." Facultad de Estudios Socio Culturales (inédito) Universidad de Matanzas, 2008. y Trabajo de Fin de Estudios Universitarios (Tesis) de Dayneris Naranjo Facundo "La influencia de la familia colombina cultora del punto cubano en la transmisión de esta tradición." Facultad de Estudios Socio Culturales (inédito) Universidad de Matanzas, 2008

⁹ Recordar las décimas de Diego campos dedicadas al obispo Morell de Santa Cruz a que se refiere López Lemus en su libro *Décima e identidad: siglos XVII- XVIII*.

¹⁰ Ver artículo de F. García: *La cultura artística campesina en Matanzas: tradición y presencia*.

¹¹ Recordar el memorial en décimas que enviaron un grupo de habaneras capitaneada por Dolores Santa Cruz la Marquesa de Justiz de Santa Ana, el 25 de agosto de 1792 como protesta por la rendición de dicha capital a las tropas inglesas. Aunque carentes de valores literarios y excesivamente extensas esta "Dolorosa métrica o espresión del sitio y entrega de La Havana", de veinticuatro estrofas en forma de décimas es la primera composición poética que se conserva de mujer en nuestras letras

¹² La autora de este trabajo recuerda haber leído, no recuerda en que diario cardenense del siglo XIX alusión a la controversia a presentarse en "El Salón" primera sala de teatro de la villa, pero no ha podido volver a dar con dicho suelto en la bibliografía re- revisada por lo que tiene que conformarse con esta "notilla" vista sin fe de acuse.

¹³ Ver libro de Oscar Luis *La historia de la radio en Cuba* Editorial Letras Cubanas La Habana 2007

En los primeros años revolucionarios, se conservó la décima en la provincia, con mayor altura lírica en la vertiente escrita. Dentro de la ciudad de Cárdenas, nunca tuvo un gran desarrollo, si se exceptúan textos de Argilio Rodríguez y las décimas dedicadas a su ciudad del periodista y escritor Roberto Bueno. No volvió a asumir un lugar destacado en el territorio hasta la llamada renovación de los años 80 y sus autores.¹⁴

Publicidad: principios elementales.

La publicidad, forma de comunicación persuasiva/ sugestiva es una herramienta para la promoción de productos y servicios. Instrumento capaz de: "comunicar a muchas personas el mensaje de un patrocinador a través de un medio impersonal..."¹⁵, construye realidades ficticias a través de su expresión y lenguajes con gran rapidez y eficacia que responden a los intereses de un anunciante.

Representa una forma dominante, muy específica, de la cultura: utiliza mecanismos para crear necesidades ficticias y deseos que solo se satisfacen mediante la adquisición de los productos publicitados. Busca emitir mensajes de impacto, reiterativos, veloces. Se considera eficaz cuando cambia actitudes y actuaciones de los receptores.

Sus mensajes suelen ser de interesada complacencia y estímulo, para lograr una determinada reacción de los receptores. Se clasifica de acuerdo a la manera en que reproduzcan una imagen compleja de los atributos del producto¹⁶.

Aunque existe casi desde el inicio de los tiempos, no es hasta el surgimiento de la ciudad como núcleo comunitario y el arribo de la burguesía como clase social que empieza, realmente, a crecer y a transformarse.

Se publicita para influir en el público mediante un modelo de concientización de las acciones o por evocación de situaciones y anhelos. Vender seguridad, auto-confianza, satisfacción, amor, belleza, sensación de poder y de arraigo son atributos propios. Sensaciones, experiencia y persuasiones le son vitales¹⁷.

Tanto a nivel internacional como en una floreciente villa matancera del siglo XIX, la publicidad debe ante todo, llamar la atención, sorprender, captar, ayudar a la memoria, reactivar las viejas informaciones y adecuarlas a las novedades del mensaje, siendo creativa, novedosa y con determinadas metas de calidad. Implica una filosofía creativa y, a la vez, previsión, comprensión, flexibilidad junto a posiciones negociadoras en todo momento.

Un buen mensaje publicitario responde a principios de la novedad, síntesis y simplicidad, buena promesa de venta, uso óptimo de los recursos, claridad, adaptación a las circunstancias del entorno y al canal en que se desarrolle.

Mantener un solo objetivo, una idea, despertar deseos, con fuerza emocional, se unen a una función de informar, persuadir y comunicar son parámetros que no puede soslayar.

*Cárdenas, cultura e historia*¹⁸

¹⁴ Ver proyecto de libro y Curso de Fernando García García "La huella de la décima en Matanzas y su Antología de la décima en Matanzas".

¹⁵ En Fundamentos de la publicidad. Editorial Félix Varela Toirac/ Muñoz 2005: 55)

¹⁶ Existen infinitudes de clasificaciones de los medios y mensajes publicitarios, pero teniendo en cuenta que este es un marco teórico para el análisis de un producto cultural decimonónico la presente responde cómodamente a los objetivos e intereses de la autora.

¹⁷ Para los fines del presente trabajo entenderemos sensación como el proceso sencillo de relación del hombre con su entorno y percepción a la manera en que es recibida a través de la sensación es el puente entre estas y el pensamiento. Cada persona percibe un mismo objeto de manera diferente dependiendo de su experiencia, conocimientos, actitudes y aptitudes, tiempo, intereses, ilusiones, puntos de vista...

¹⁸ Los documentos y referencias para este capítulo parten de los documentos y notas de Ernesto Álvarez Blanco, Historiador de la Ciudad, quien nos ha cedido la información para este trabajo. Nuevamente muchísimas gracias, Ernestico.

Desde mucho antes de la llegada de los españoles a la zona, vivieron en ella comunidades aborígenes en su extensa red cavernaria de abrigos rocosos y una ancha faja de costa, junto a una bahía abierta y poco profunda.

Luego de la colonización, no es hasta el siglo XVIII que se inicia la explotación intensiva de las potencialidades económicas del territorio. La instalación, entre 1810 y 1837 de varios ingenios, inició el despunte como una de las zonas azucareras más importantes de la isla.

Los beneficios económicos propician la fundación del poblado de San Juan de Dios de Cárdenas., el 8 de marzo de 1828. El influjo del puerto y el ferrocarril permite a sus naturales estar al tanto de lo que ocurría en la capital y el país. Tenían cementerio y cárcel, sistema de correos, telégrafo.

El comercio era muy activo. Había que anunciar cada producto. El 15 de marzo de 1859 se inaugura la Plaza del Mercado. Cárdenas se transformó en una más bonitas, cultas e ilustradas ciudades coloniales, cuyo título recibió, firmado por la Reina Isabel II, el 28 de diciembre de 1866.

Industrias menores surgen como resultado del desarrollo azucarero, y del aumento de la población. Los almacenes de depósitos se extendían a lo largo del litoral. Existían instituciones educacionales y culturales, el teatro fue una de las plazas fuertes del público cardenense, al igual que las retretas musicales, en la Plaza de Spriu.

El trazado de sus calles es perfecto: rectas, desde cualquiera de ellas puede verse el mar. Viviendas de canto y mampostería, con un estilo uniforme, con puntales de seis varas y falsas azoteas y grandes rejas propias del neoclásico. Tal es la prosperidad, que muchos autores denominan a estos años como “período de oro cardenense”.

Los esclavos llegan a constituir el 70% de la población total. Sus luchas por la libertad, llegan a clímax cuando “La conspiración de la Escalera”. Se conoció al año 1844 cómo el Año del Cuero”.

Es la ciudad seleccionada por Narciso López en su intento anexionista del 19 de mayo de 1850 que trajo como saldo positivo que la ciudad sea la primera en que ondeara la bandera cubana.

En 1860 llega a vivir al lugar Gertrudis Gómez de Avellaneda, dándole un fuerte impulso cultural a la zona. Bajo “su reinado” se develó, el 26 de diciembre de 1862, la primera estatua a Colón hispanoamericana, costeadada por suscripción popular.

Desde la década del cuarenta los cardenenses solicitan el permiso para imprimir diferentes publicaciones. Cuando al fin le fue autorizado, múltiples volantes, diarios, libros y múltiples publicaciones circularon por toda la ciudad.¹⁹

Circulan por el territorio, además de diarios oficialistas o particulares, muchas publicaciones punzantes como *El Fufú* (1856) de corte gastronómico y satírico), *Campanote y/o Capiroto* (1861), *La Algarabía*” (1879), “*La Navaja*” (1885 un poco más costumbrista) y “*El Zorro*” (1892), de las mayoría no existe, al parecer, ni su polvo enamorado,

Únicamente aún se encuentra a disposición del investigador literario, “*El Padre Cobos*”, donde la sátira y la ironía, el costumbrismo a la manera de Buenaventura Ferrer se pone de manifiesto.

Sin mermar, aparentemente, su esplendor la ciudad cambiaba. La escasa participación en la guerra del 68, preparó el camino para el surgimiento de una activa Brigada Cárdenas, que en los años de la tregua fecunda y durante la guerra de 1895 luchó por la independencia.

La décima publicista en los diarios cardenenses del siglo XIX.

La publicidad colonial cubana, integrante de la cultura cubana decimonónica, no ha sido muy estudiada, a pesar de su riqueza. De ahí que el estudio de la décima, como soporte de la publicidad cubana del siglo XIX, puede convertirse en un hecho singular.

¹⁹ Ver en anexo 1 con los nombres de las principales publicaciones periódicas de mayor importancia de la ciudad

Esta publicidad colonial se desarrolla a través de vidrieras, muescas, anuncios identificadores y exposiciones de productos; un incipiente uso de las relaciones públicas, uso de señalética en paredes y fachadas de edificios, pintura mural, pero sobre todo, en los anuncios de prensa.

Es comprobado que entre latines y peloteros habaneros comienza la décima cubana sus avatares en el mundo de la comunicación, la misma no podía estar ausente de las publicaciones periódicas de esta localidad. Su uso constante refleja la aceptación que tenía, aunque su función promocional no estaba tan extendida en Cárdenas, como en otras publicaciones provinciales²⁰.

En esta localidad se asume la décima por su estilo irónico, liviano, burlesco y festivo, que admite todo tipo de asuntos ya sean femeninos, amorosos, religiosos, humanistas, de doble sentido, de costumbres o epigramáticas.

El tema fundamental de la décima en los diarios cardenenses es el galanteo amoroso y la jocosidad, el ataque cortesano, en momentos de gran desarrollo comercial se convierte en vehículo de comunicación publicitaria, manteniéndose un estilo homogéneo como si su emisor, fuera siempre la misma persona, cuestión que por el carácter anónimo de estas publicaciones no es posible comprobar.

Al permitir libremente el chiste narrativo, lo anecdótico se convierte en un eficiente instrumento de comunicar, capaz de llamar poderosamente la atención. Cada frase es impulsada por un motivo anterior que conduce a la búsqueda de información sea en el establecimiento promocionado, despertando un deseo en el receptor.

Son textos que no tienen ningún valor literario, " ripios " que definen su filiación a la estrofa por el mantenimiento clásico de los diez versos y la rima, principalmente.

Se omite todo tipo de armonías, es notable la ausencia de giros literarios, el uso de la consonancia es arbitrariamente libre, no se respeta la pausa obligatoria o descanso al cierre del cuarto verso. Los versos quinto y sexto muchas veces pierden su carácter de enlaces, otras el pareado es quien define su estructura.

Se mantiene una introducción seguida de un desarrollo donde se anuncia el producto, seguido de una solución o desenlace a la situación. Muchas veces pierden el acentuado carácter melódico de la décima. Los encabalgamientos son forzados y solo vehículos de la narración popular.

Sus permutaciones responden a obligaciones del texto o deficiencias líricas, pero que logran atraer con su mensaje, con lo cual son eficientes, más allá de otro tipo de razones. Interesa ser oportuno, gracioso e interesante y no la regularidad pura de los octosílabos. Métrica, rima y vuelos literarios perecen en este proceso de caza, se busca al comprador. Se advierte en ellas una función utilitaria evidente. Con un lenguaje simple y utilitario, que muy poco aporta en cuanto a la función lingüística del mensaje.

Al leerlas sonreímos con ellas, divierten sus propuestas que parten de lo ingenuo popular, reflejo de ese ajiaco cultural que somos. Hilvanan el acontecer callejero, chismoso, de doble sentido: informativo constante como materia del discurso publicitario local.

Emocionales, humanistas, irónicas, jocosas o satíricas reflejan la idiosincrasia del cangrejero, desde su nacimiento. Ahí radica, considero, su punto de impacto, su gancho que parte de la jocosidad y del reflejo de escenas y situaciones reales de la sociedad. Los productos promocionados ofrecerán de una u otra forma solución al problema.

Lo necesario es demandar, persuadir al receptor para que concurra a nuestros servicios. Aparecen claramente especificados los principales actores de la comunicación publicitaria: canal: periódico, anunciante el productor, emisor anónimo, receptor público.

La vulgarización de la estrofa no preocupa, lo necesario es que llegue la información, integrándose a su estrategia de venta. Añade valores o atributos al producto, los cuales giran alrededor de la calidad, costo y/o belleza.

Las décimas ofertan información, ayudan a recordar, sugieren, persuaden a los lectores, utilizando muchas veces como leitmotiv, elementos humanos de manera satírica. Carrillo el pescador, por ejemplo, se aprovecha irónicamente de la situación precaria de sus cuentas:

²⁰ Las mismas casi no aparecen, por ejemplo, en la Aurora de Matanzas, Colección de la Biblioteca General y del Monte, Matanzas.

... no olviden a Carrillo
que ha dejado el baratillo
y está vendiendo pescado
en la Plaza del mercado
sin un peso en el bolsillo
sabrán que hasta a real sencillo
doy la libra de pescado,
porque me encuentro arrancado
y no tengo ni un cuartillo.

Se brinda mediante “una sumatoria de virtudes”, un valor agregado o extra al producto: la viveza de la cubera en el barril, el pargo y “la chernita” que como buenos amigos esperan, ofertando la facilidad de pasar por el domicilio del cliente si este no puede ir por la plaza.

Redactar textos publicitarios implica construir una realidad recreada y creada para captar la atención, promocionar. Es excepcional la manera en que se logra, con aquella alegría casi ingenua con que se ofrecen los peces en el barril de Carrillo, donde:

Se ve que la cuberita
de manera muy sencilla
retoza con la cabrilla,
con el pargo y la chernita.
Alegre la mojarrita
forman con deseo un coro

Por crear valores agregados a la mercancía, también destacan los anuncios de Benito Castiñeyra, el Matancero; quien invita a las personas elegantes acostumbradas a fumar a su tabaquería, imponiéndole a su estanco un valor añadido: la distinción.

Cada una de las series de décimas trabajadas se construye alrededor de un eje, encargado de organizar el resto de los mensajes, con una idea y un objetivo determinado e único, independientemente del grado de imaginación o fantasía del texto, su vinculación a escenas cotidianas, la ironía o cualquiera de las maneras o formas de hacer del mensaje publicitario.

El recurso de Carrillo de engancharnos con sus problemas económicos, el cuidado, frescura y limpieza que mantiene en su puesto; no es único, el referido Matancero alude no sólo a la elegancia, sino a la cantidad de marcas de su tabaquería y es igualmente calamitoso al informar que su dueño se ha repuesto de una grave enfermedad y necesita volverse a situar en el mundo de los negocios.

Por otra parte Peláez aspira impresionar con la calidad y cantidad de surtidos de su tienda o el propietario de El Café del Oriente, con la amabilidad. El “ex enfermo” utiliza como talismán al eje de lo **Bueno**, **Bonito** y **Barato**:

¿Para qué decir de más?
si la arranquera del pueblo
es cosa tan colosal
que **Bueno**, **Bonito** y **Barato**
tan solo quieren comprar .
Y por eso veis que lucho
día y noche con afán...

Los atributos utilizados, connotados o no, permiten crear una red sistemática de referencias al receptor, que genera deseos y significaciones de acuerdo a las identidades de cada quien.

No puede negarse que intentan (¡y debieron lograr!) de manera muy concienzuda captar la atención de los públicos con otras imágenes para sus productos respaldadas por elementos de la vida cotidiana, como ocurre con la alusión a la explosión de los polvorines, ocurrida en esa en la ciudad y que es aprovechada en el anuncio de Peláez dedicado a El Palacio, exposición permanente de novedades:

...Volaron los polvorines

CD de Monografías 2011

(c) 2011, Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos”

y la fábrica de gas
y yo he volado también
con rumbo a la capital....

La sorpresa: se completa mediante el PRRUM!! con que cierra el titular, simulando el ruido de los polvorines que estallan, de los clientes que irrumpen...

Se mantiene un mensaje publicitario con objetivos de comunicación definidos y directos, en la décima totalmente irregular de La Rosa Cubana²¹, cuando revela las novedades traídas de Europa y de La Habana, sita entonces en Coronel Verdugo no. 56.

Crea nuevas necesidades a los usuarios, quienes tendrán que ir a dicho lugar, donde, se supone, encontrarán productos que si antes no buscaban, a partir de ahora necesitará. Hace énfasis muy especial tanto en las muchachas como en los jóvenes amantes del buen vestir:

El joven más elegante
que gusta vestir al día
que se dirija triunfante
para servirle constante
estaré en la sastrería.

...

Por último en Novedades
la niña que se engalana
venga a ver mis novedades
v las mil preciosidades
que hay en La Rosa Cubana

El valor agregado del buen trato, la siempre presencia y de la elegancia son asumidos por el anunciante para su establecimiento, que brinda el placer de brindar dichas facilidades a sus usuarios:

... para alcanzar
el placer, aquí vendréis
muy gustosos a comprar
y siempre me han de encontrar
en Verdugo 56...

Como mensaje publicitario persuade a los consumidores de emprender acciones sobre los productos que publicita. Profundiza en los conocimientos que tiene el comprador sobre el mismo, le ayuda a describir e identificar, recordar las mejores marcas que se venden, mediante la repetición, aunque no sea de muy buen gusto:

...Ahora voy a reseñar
las marcas aquí existentes
hay Partagás de patente,
Cabañas y El Siboney
El Yambú de buena ley
y también, el Gran Oriente.

...

Tres Gracias, El Dos de Mayo,
también la Joven Pilar,
mi Negro es particular,
Los Artesanos y El Gallo....

Como ex redactora publicitaria, no quiero ni pensar en el trabajo que pasó el anónimo emisor para lograr rima-enunciar las más importantes marcas junto a canapés, brevas, lonchas y otras exquisiteces que intentan reducir frenos a la compra, influir en la demanda del consumidor.

²¹ Tienda que aún en otro lugar y con diferentes características aún perdura en la ciudad

Otros recursos promocionales que pueden encontrarse descansan en la descripción de los productos para visualizar sus contenidos, uso de adjetivación, repeticiones, ejemplificación, humanización donde las palabras hacen función de imágenes.

El verbo entonces, informa, persuade, comunica mediante apelaciones verídicas, creíbles, tangibles y apropiables, adaptadas de las circunstancias en que se vive.

El Matancero, cuando se hace cargo de El Café del Oriente busca no perder la relación entre sus establecimientos, apelando para ello a anteriores evocaciones del metro:

Con que ya tenéis presente
público amable y querido
que siempre estoy decidido
a servirlos complaciente:
en el café del Oriente
es donde yo los espero.
No crean que es de Agüero
el que los lleve a invitar
soy vuestro amigo jovial:
El antiguo
MATANCERO.

Priman las relaciones de identidad entre el mensaje y el producto: Carrillo relaciona, describe y cuantifica su mercancía sin compararla con la de otros mercaderes, al igual que El Matancero, Peláez o el desconocido dueño de La Rosa Cubana.

Los anunciantes utilizan el recurso de las novedades para captar el público. Los mensajes, desde el punto de vista retórico, están en tránsito entre lo referencial y lo implicativo, exaltan al producto y buscan referirse al receptor, enaltecándolo para acercarlo a lo suyo:

En esta tabaquería
puede el público encontrar
cuanto llegue a desear
aunque sea fantasía...

Es una realidad que construye verídica y oportunamente, sin descartar la presencia de la anécdota. El énfasis descansa en convencer, apelando ya sea a la solidaridad ante las desgracias pasadas por el anunciante o a los propios receptores. No hay tono imperativo, aunque aparece de manera mediada cierta "publicidad de personalidades".

Los textos analizados, con su carácter popular, único y eficaz se encuentran muy cercanos al costumbrismo y a la identidad local. Representan una forma específica de la cultura social, de la literatura local en la cual están implicados todos ellos.

Expresan, desde etapas tempranas, en la necesidad estética, creativa y comunicacional de crear mecanismos y necesidades ficticias al receptor, que solo debían ser satisfechas mediante la adquisición de dichos bienes.

Son mensajes de interesada complacencia y estímulo, que usan la décima como vía para lograr una determinada reacción de los receptores. Acentúan su vinculación con el entorno, persuaden e intentan manipular, de muy ingenua manera, a los públicos. Con sus deficiencias y limitaciones, no niegan la historia literaria de la décima territorial sino al contrario, la enriquecen, llenándola de nuevas funciones con su accionar.

III

Viajera promocional llega a su conclusión y se mantiene apostando por la integración de las ciencias sociales, en esta ocasión a través de la literatura y las ciencias de la comunicación., buscando analizar con una riqueza mayor la cultura local de cada territorio.

Se convierte en puente de lo literario y lo comunicacional durante la prensa cardenenses del siglo XIX, enfoque multicultural y de ver a este tipo de monografías como realizadas al " conjunto de las formas de la actividad humana que se manifiestan en el interior de todas las actividades sociales y en sus relaciones

..²²

Revela la importancia de las décimas publicitarias coloniales de Cárdenas; deja ver la manera en que el cangrejero de hace ya dos siglos, asumía lo picaresco, en la manera de alimentarse, sus relaciones humanas, públicas y sociales, en los mecanismos de promoción y venta, respondiendo a sus preguntas científicas al demostrar como la misma era la estrofa lírica ideal para convertirse en vehículo de la identidad nacional; definir importantes elementos publicitarios que permiten conocer más evidentemente las características publicitarias de los textos .

Al recordar algunas de las principales características de Cárdenas durante el siglo XIX, explica los referentes culturales y del contexto en que aparecen las décimas, en uno de los medios masivos redifusión más utilizados en la ciudad: la prensa.

Reconoce a la décima publicitaria cardenense como simple, poco elegante, largamente repetitiva, llena de lugares comunes, de versos mal hilvanados y peor rimados que los invalidan como obra literaria; pero que si funcionan en el campo comunicacional para el que realmente fueron creados.

Como parte de lo anterior, divulga la existencia de los textos, olvidada entre papeles y documento ya casi irrecuperables, analiza sus posibilidades comunicativas, manifiesta la importancia, interés y necesidad de este tipo de estudio, investigando integrándolo al desarrollo panorámico de la décima escrita en Cuba, que en esta línea de desarrollo ha sido muy poco estudiada.

²² Ver Cultura Cubana T. I de Sonia Almazabal y Mariana Serra 126: 2006.

Fuentes Bibliográficas

- ALMAZÁN, SONIA/ SERRA MARIANA: *Cultura Cubana Colonial* Editorial Félix Varela. Ciudad de La Habana, 2006. Tomos 1 y 2.
- ALVAREZ, ERNESTO: *Oscar M. de Rojas*. Editorial Matanzas, Matanzas, 1998.
- BACHILLER, ANTONIO: *Historia literaria del origen de la décima* Cuba Literaria. La Habana. Tomo I, segunda edición.
- BEIRO, LUIS: *Soldado del tiempo*. Editorial Letras Cubanas, Ciudad de La Habana, 1990.
- BELLO, TOMÁS/ COMAS ARLENE/ PEÑA, SARA: *Reflexiones sobre Propaganda*. Editorial Félix Varela Ciudad de La Habana, 2001.
- CRESPO, ERNESTO: *El tiempo que nos impulsa*. Editorial Oriente, 1989.
- COLECTIVO DE AUTORES: *Comunicología: Temas de actualidad*. Editorial Félix Varela Ciudad de La Habana, 2006. Tomos 1 y 2.
- COLECTIVO DE AUTORES: *La décima escrita en Matanzas*. Editorial Matanzas 1985.
- COLECTIVO DE AUTORES: *Toda luz y toda mía*. Antología. Editorial Luminaria. Santi Spíritus, 1997.
- FEIJOO, SAMUEL: *La décima culta en Cuba*. Universidad de las Villas, 1963.
- _____: *Cuarteta y décima*. Editorial Letras Cubanas, Ciudad de La Habana, 1977.
- _____: *Sobre los movimientos poéticos cubanos hasta 1856*. Universidad de las Villas, 1963.
- _____: *Crítica Lírica*. Editorial Letras Cubanas, Ciudad de La Habana, 1984.
- FERRER, RAÚL: *Viajero del retorno*. Ediciones Unión, Ciudad de La Habana, 1979.
- CHANITO, ISIDRÓN: *Manuel García rey de los campos de Cuba*. Editorial Letras Cubanas, Ciudad de La Habana, 1989.
- GARCÍA, ARACELI: *Índice de Revistas Cubanas del Siglo XIX*. Biblioteca Nacional 1969.
- GONZÁLEZ, WALDO: *Viajero intacto del tiempo*. Editorial José Martí. Ciudad de La Habana, 1995.
- GONZÁLEZ, RONAEAL: *Funesta eternidad*. Editorial Unión, 2000.
- GUTIÉRREZ, ANTONIO: *Hitos de la décima en Cuba*. Editorial Sanlope. Las Tunas, 1994.
- GUILLÉN, NICOLÁS: *El libro de las décimas*. Editorial UNEAD, Ciudad de La Habana, 1980.
- HELLBERG, CARLOS: *“Historia Estadística de Cárdenas. 1893”*. Talleres “El 2 de mayo”, Cárdenas, 1957.
- HERNÁNDEZ MAYRA: *Hombres necios que acusáis*. Editorial Oriente, Santiago de Cuba, 2001.
- LEZAMA, JOSÉ: *Antología de la poesía Cubana* Tomo II Editora del Consejo Nacional de Cultura La Habana, 1965.
- LÓPEZ, VIRGILIO: *La décima renacentista y barroca*. Editorial Pablo Ciudad de La Habana, 2002.
- _____: *Décima e identidad Siglos XVII- XVIII*. Editorial Academia Ciudad de La Habana, 1997.
- _____: *La décima constante*. Fundación Fernando Ortiz Ciudad de La Habana, 2000.
- _____: *La décima cubana: Notas sobre su desarrollo*. En Revista de CD de Monografías 2011 (c) 2011, Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos”

- Literatura Cubana 4 (6) Enero- Junio.
 _____: *Aguas tributarias*. Editorial Unión, Ciudad de La Habana, 2003.
- MAÑACH, JORGE: *Historia y estilo*. Editorial Minerva. La Habana, 1944.
- MARTÍN, CONSUELO/ DÍAZ MARTHA: *Psicología social y vida cotidiana*. Editorial Félix Varela Ciudad de La Habana, 2006. Tomos 1 y 2.
- MARTÍNEZ, URBANO: *Historia de Matanzas (siglo XVI- XVIII)* Ediciones Matanzas, 1999.
- MUKAROVSKY, JAN: “*La obra poética como conjunto de valores*”. En *Textos y contextos*. T1 Editorial Ciencias Sociales. La Habana, 1986 pp. 325-336
- NÁPOLES, JUAN: *Poesía Completa de El Cucalambé*. Editorial Arte y Literatura. Ciudad de La Habana, 1974.
- ORTA, JESÚS: *Décimas para la historia* Editorial Letras Cubanas, Ciudad de La Habana, 2004.
- _____ : *Décima y folclore*. Editorial Unión. Ciudad de La Habana, 2004.
- _____ : *Viajera peninsular*. Editorial Letras Cubanas, Ciudad de La Habana, 1990.
- MENÉNDEZ, ADOLFO: *La décima escrita*. UNEAC. Ciudad de La Habana, 1986.
- PADRON SILVIA/ JUNET, MAGALYS “ *Un guajiro que pensaba en décimas...* Editorial Capiro, Santa Clara 2001.
- PORTELL, ALEJANDRO: *Revalorización de la estatua de Cristóbal Colón en la ciudad de Cárdenas*. La Habana 1948.
- PORTELL, HERMINIO. “La fundación de Cárdenas. Hoy es el aniversario de la misma”. En Periódico “El Herald de Cárdenas”. Cárdenas, 8 de Marzo de 1926. Pág. 1.
- _____ : “*Historia de Cárdenas*”. La Habana, Talleres Gráficos “Cuba Intelectual”, 1928.
- _____ : “ *La decadencia de Cárdenas*”. Imprenta El tiempo, La Habana, 1929
- ROJAS, OSCAR M DE, “Notas biográficas para la historia de Cárdenas”. Cárdenas, (Inédito), S/f.
- _____ : “Para los anales y necrología de San Juan de Dios de Cárdenas”. Cárdenas, (inédito), S/f. III Tomos
- _____ : “Iconografía de Cárdenas”. Cárdenas, (inédito), S/f. T. I.
- RODRÍGUEZ, ARGILIO: “Diccionario de la literatura cardenense” (inédito) *Cárdenas, historia y poesía*, Cárdenas, 1985
- RODRÍGUEZ, GREGORIO: *Metodología de la investigación cualitativa*. Editorial Félix Varela Ciudad de La Habana, 2003.
- SPIROLA, SAN AGUSTÍN. *Nueva Defensa o Elogio de las Mujeres*. La Habana, 1823.
- TEURBE TOLÓN, EDWIN: *Breve historia de la bandera* Ediciones del Centenario. La Habana, 1953.
- TOIRAC, YANET/ MUÑOZ ROSA *Fundamentos de Publicidad (Selección de Lecturas)* Editorial Félix Varela Ciudad de La Habana, 2005.
- TRELLES, CARLOS: “*Bibliografía de literatura de la gente de color* “Revista Ilustrada Cuba y América 1908.
- _____ : “*Bibliografía de publicaciones del siglo XIX cubano*” 6 tomos. Imprenta Quirós, Matanzas 1913.
- VITIER, CINTIO: *Lo cubano en la poesía* Editorial Letras Cubanas, La

CD de Monografías 2011

(c) 2011, Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos”

Habana 1980.

_____ : *Los versos en el Papel Periódico de La Habana*. Editorial Letras
Cubanas, Ciudad de La Habana, 1990.

Fuentes documentales:

Publicaciones periódicas del siglo XIX en el Archivo Histórico de Cárdenas, Centro de Veteranos de Cárdenas, Biblioteca del Instituto de Literatura y Lingüística y Fondos de la Sala Cubana de la Biblioteca Nacional José Martí:

La Juventud, Semanario literario de modas y actividades de 1884, dirigido por Ricardo Rossi

Boletín mercantil, Diario de avisos sociales, marítimos, mercantiles económicos 1866. S/D

La crónica liberal, Órgano del partido Liberal autonomista. Diario Político y de Intereses generales 1884. Director: Ramón Pages. Diario Real No. 116.

Diario de Cárdenas, Periódico político- mercantil y de intereses generales. 1883/1884 Director Rafael Villa. Diario excepto los lunes. Real No. 16.

El Fufu, Semanario gastronómico, burlesco, docente (aunque impolítico) 1883 S/D. Semanal Calle Real No. 16 y 43. Piso 4 Estante 5 Miscelánea 2 (No está.

El Independiente, Diario de intereses generales. Varadero 1898. Administrador: Aurelio Martínez. Semanal Apto 43 Correos. Piso 4 Estante 5 Miscelánea 2

El Padre Cobos, Semanario costumbrista y de sátira social, 18_____

El Liberal, Diario Autonomista 1897 Director Alejandro escoto s/d Piso 4 Estante 5 Miscelánea 2

Bueno Roberto " La primera décima a la bandera " Revista Cangrejo de papel.
Enero-Julio 1985

Gutiérrez, Milagros: "Esbozo sobre la evolución literaria del municipio de
Cárdenas". (Inédito) Julio 2003

Hernández, Orismay: " La comunicación no verbal y su relación con el
repentismo." Trabajo de Tesis. Facultad de Comunicación
Social. "SUM Limonar. Universidad de Matanzas 2008.

García Damaris " Dos apellidos, una tradición. " Trabajo de Tesis.
Facultad de Estudios Socio Culturales (inédito).
Universidad de Matanzas, 2008.

Martínez, Lorena: *Notas del Postgrado* " Historia de la publicidad en Cuba. "
ACCS. (Inédito), Matanzas 2008.

_____ : " Poesía con nombre de mujer " Ponencia para el Evento
Iberoamericano de Comunicación y Género. La Habana, 2008.

Martínez, Lorena/ Gutiérrez, Milagros: " Sencillamente mujer. Poesía femenina
en el siglo XIX cardenense ". (Inédito) Cárdenas, 2006.

Naranjo, Dayneris: " La influencia de la familia colombina cultora del Punto
Cubano en la transmisión de esta tradición. " Trabajo de Tesis. Facultad de
Estudios Socio Culturales (inédito) Universidad de Matanzas, 2008

Fuentes y documentos digitales:

García Fernando: " La cultura artística campesina en Matanzas tradición y presencia " (Inédito)
Materiales digitales cedidos por el autor. Matanzas 2008.

_____ : " De la décima improvisada o de repente.

_____ : Palabras de recibimiento a Jesús Orta Ruiz, el Indio Naborí, en ocasión de su
visita a Matanzas en la Feria del Libro 2005:

_____ : "Antología de la décima en Matanzas" Editorial Matanzas, 2007.

_____ : Proyecto de libro" La huella de la décima en Matanzas"

_____ : Curso La huella de la décima en Matanzas Impartido en Matanzas 2007/
2008.

CD de Monografías 2011

(c) 2011, Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos"

Martínez Urbano: “La Atenas De Cuba” Material digital cedido por el autor. Matanzas 2008.