

UNA AVENIDA, UNA HISTORIA

Memorias de un taller educomunicativo
con adolescentes de Centro Habana



UNA AVENIDA, UNA HISTORIA

**Memorias de un taller educomunicativo
con adolescentes de Centro Habana**



Una avenida, una historia

Esta publicación forma parte del Proyecto Avenida Italia, ejecutado por Unioncamere Piemonte, Gobierno Provincial de La Habana y Gobierno Municipal de Centro Habana con el apoyo financiero de la Agencia Italiana de Cooperación para el Desarrollo —sede de La Habana. AID 12497 Avenida Italia. Rehabilitación urbana integral para la valorización local y el apoyo a las economías innovadoras, orgánicas, sustentables, comunitarias, creativas y circulares.

Primera edición mayo 2024. Propiedad artística literaria reservada en todos los países. Queda prohibida cualquier reproducción, incluso parcial y la venta.

Diseño de cubierta y maquetación: Yuset Sama Leal

Compilación de textos: Suzet Soriano Pino

Edición: Rodolfo Romero Reyes

Corrección: Ayme Plasencia Pons

Textos, fotos y diseños: Adriana Pérez, Alegna González, Amanda Daniela Jova, Ana Beatriz Liens, Claudia Torrado, Iván Estévez, Lisbeth Rodríguez y Liset Rodríguez.

Coordinación del proceso: Suzet Soriano, Xabeth Suárez, Diana Rodríguez, Annie Zapata y Marian Molina.

Agradecimientos: Centro Comunitario de Salud Mental de Centro Habana

Esta publicación fue realizada con la contribución de la Agencia Italiana de Cooperación para el Desarrollo. Los contenidos son de responsabilidad exclusiva de los autores y no representan necesariamente el punto de vista de la Agencia.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN / 7

EL TALLER / 9

Así comenzó todo / 9

Breve recuento de los talleres / 11

Ejercicio de fotografía / 17

Otras imágenes del taller / 21

Implementando y evaluando / 27

UNA CAMPAÑA HECHA DESDE EL CORAZÓN / 33

Diseño de la campaña de comunicación / 33

Carteles / 37

Post en facebook e Instagram / 45

Artículos periodísticos / 55

EPÍLOGO / 61

INTRODUCCIÓN

Proponer un taller sobre campañas de comunicación para unos adolescentes parecía un tanto arriesgado. Es un tema que, incluso para los profesionales de la comunicación, resulta complejo en cuanto a estrategias y formas de hacer.

El proyecto Avenida Italia desarrolla importantes iniciativas que han contribuido a la transformación social en el municipio Centro Habana, algunas de ellas impactan directamente en la Avenida Italia, conocida por muchos como calle Galiano. A pesar de que la calle conserva su nombre actual desde 1917, en el imaginario popular pervive el nombre por el que se le conoció durante parte importante del siglo XIX.

En este contexto, Escaramujo¹ propuso desarrollar un proceso educomunicativo con el objetivo de desarrollar habilidades comunicativas en adolescentes para reforzar elementos de identidad cultural que contribuyan a su participación en el proyecto. Con el apoyo del proyecto Avenida Italia, Unioncamere Piemonte y la Agencia Italiana de Cooperación para el Desarrollo en octubre de 2023 comenzó a sesionar en el Centro Comunitario de Salud Mental de Centro Habana, el taller «Campaña de Comunicación» con ocho adolescentes.

¹ Escaramujo es un proyecto educomunicativo interdisciplinar que tiene como objetivo contribuir al desarrollo psicosocial de niñas, niños y adolescentes en Cuba, fundamentalmente en aquellos y aquellas que viven en condiciones de vulnerabilidad social, a partir de una práctica educomunicativa gestionada desde el ámbito universitario y concebida desde las concepciones y metodologías de la Educación Popular. En la actualidad, en él participan estudiantes, profesores y egresados de la Universidad de La Habana, la Universidad de Ciencias Pedagógicas Enrique José Varona y la Universidad de Oriente.

Durante varios días fuimos hablando de objetivos, nombres, propuestas de eslogan, plan de acciones, rasgos identitarios de la comunidad. Desde la coordinación se compartieron herramientas sobre fotografía, edición, investigación, entrevistas y redes sociales; todo lo necesario para conceptualizar, desarrollar e implementar una campaña de comunicación soñada por los propios adolescentes.

La comunicación es una herramienta poderosa que puede ser utilizada para inspirar, motivar y generar cambios significativos en la sociedad. En este libro se presentan breves memorias de un taller en el que ocho adolescentes se convirtieron en agentes de cambio al diseñar y ejecutar una campaña de comunicación con la intención de fortalecer los lazos de pertenencia entre las personas y su comunidad. Estas líneas acogen un proceso que pretendió fortalecer el vínculo entre la comunidad de Centro Habana y la Avenida Italia, y del cual los adolescentes fueron los verdaderos protagonistas.

SUZET SORIANO PINO
Febrero de 2024.

EL TALLER

Así comenzó todo



EL PROYECTO AVENIDA ITALIA, EL CENTRO COMUNITARIO DE SALUD MENTAL DE CENTRO HABANA Y EL PROYECTO ESCARAMUJO TE INVITAN AL:

TALLER CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

¡Atención, adolescentes creativos y curiosos!

¿Alguna vez has querido aprender sobre comunicación y hacer que tus ideas lleguen a más personas?

¡Tenemos el espacio perfecto para ti! Únete a nuestro Taller "Campaña de Comunicación para adolescentes".

Descubrirás cómo transmitir mensajes importantes de una manera creativa y efectiva. Aprenderás a desarrollar campañas de comunicación desde cero.

Formarás parte de un equipo de adolescentes que trabajarán juntos para crear una campaña que captará la atención de todas y todos. Aprenderás sobre el poder de las palabras, las imágenes y los medios de comunicación en tu comunidad.

Además, contarás con la guía de muchachas apasionadas a la comunicación que compartirán contigo técnicas y estrategias para hacer que tus mensajes lleguen a más personas.

Este taller es para adolescentes que deseen compartir sus ideas y aprender juntos. ¡Recuerda que tu voz es importante y puedes marcar la diferencia!

Logos of the organizing institutions: ESCRAMUJO, CENTRO HABANA, and others.

Convocatoria.

Breve recuento de los talleres

Una de las principales arterias del municipio capitalino Centro Habana es la Avenida Italia, popularmente llamada calle Galiano. Desde su construcción en 1834 su principal función ha sido residencial y de servicios, con instalaciones recreativas, culturales, productivas y de comercio insertadas en la trama urbana. Posee valores históricos, sincréticos-religiosos, culturales, que influyen en la identidad cultural propia de la ciudad. La centralidad y el dinamismo del eje lo sitúan como un espacio atractivo desde el punto de vista social, económico y cultural, y por ende receptor de población.

Precisamente como parte de una iniciativa urbana fue concebido el Proyecto Avenida Italia con el objetivo principal de revitalizar y mejorar la infraestructura y el entorno urbano. El proyecto busca transformar dicha zona en un espacio más amigable, seguro y atractivo para residentes locales, así como para visitantes y turistas que la transitan. Además de la renovación y embellecimiento de la infraestructura, la mejora de los espacios públicos, áreas verdes y recreativas y promoción del comercio local, dicha iniciativa busca también fomentar la participación ciudadana en el proceso de transformación urbana, involucrando a los residentes, comerciantes y otros actores locales en la planificación y ejecución de propuestas. Se espera que el desarrollo del proyecto, a través del despliegue de sus acciones, contribuya poco a poco a fortalecer el sentido de comunidad, mejorar la calidad de vida de los habitantes del municipio e impulsar el desarrollo sostenible de la zona.

Como parte de las acciones desplegadas en el municipio, el Proyecto Avenida Italia se vincula con el Proyecto Escaramujo para desarrollar un taller con adolescentes de la zona. Es así que un grupo de cinco estudiantes de Comunicación Social, integrantes todas de Escaramujo, diseñaron

un proceso educomunicativo sustentado en las concepciones y metodologías de la Educación Popular, que respondió a las necesidades comunicativas identificadas en los adolescentes, a la par que incorporó herramientas comunicativas que tributaron a la concepción de una campaña de comunicación, soñada e implementada por los propios adolescentes.

Dicho taller se trazó los siguientes objetivos:

- › Aportar elementos a la formación de la identidad de estos adolescentes, relacionados con el hecho de vivir en Centro Habana y específicamente en los entornos de la Avenida Italia.
- › Compartir los elementos básicos, teóricos y metodológicos de cómo hacer una campaña de comunicación.
- › Diseñar, implementar y evaluar la campaña de comunicación.

Cada sesión se estructuró de manera que existiera una combinación entre temas de identidad y formación de un sentido de pertenencia de dichos adolescentes por su comunidad, con la enseñanza de herramientas básicas para la concepción y desarrollo de campañas de comunicación.

En el mes de octubre se lanzó la convocatoria en los preuniversitarios y secundarias básicas de la zona con el objetivo de que se unieran al taller adolescentes que se sintieran motivados y curiosos con el tema. El grupo quedó conformado por Amanda, Adriana, Liset y Lisbeth del preuniversitario Sofield Riverón López; Alegna del preuniversitario Sergio González López; y Claudia del Colegio Universitario de Periodismo, todos de Centro Habana. Además se sumaron Ana Beatriz e Iván, quienes, a pesar de vivir en el municipio 10 de Octubre estaban interesados en el tema del taller.

Sesionamos jueves y viernes durante cuatro semanas consecutivas en un local del Centro Comunitario de Salud Mental de Centro Habana. Luego destinamos dos semanas al desarrollo de la campaña y por último tuvimos dos encuentros más de evaluación.

El 12 de octubre comenzó el primer encuentro. Integrantes del Proyecto Avenida Italia, La Agencia Italiana de Cooperación para el Desarrollo, el Centro Comunitario de Salud Mental de Centro Habana y el Proyecto Escaramujo se unieron para darles una cálida bienvenida a los participantes. Un encuentro lleno de dinámicas y técnicas que permitieron conocernos mejor ya que invitados, coordinadores y participantes provenían de contextos y realidades diversas. Además, se aprovechó para explicar y organizar los momentos en los que el taller estaría sesionando en las próximas semanas.





Ese mismo día se abordaron temas relacionados con el barrio y la escuela. Mediante diferentes técnicas de participación se pudo conocer la percepción tanto positiva como negativa de los adolescentes sobre su comunidad. Destacaron varias opiniones positivas como: el malecón, los niños jugando en las calles, lo sociable y la servicialidad de las personas. Por otra parte, identificaron aspectos negativos como el gran número de personas alcohólicas en la zona, el pregón del bocadito de helado a altas horas de la noche, los cestos de basura desbordados, poca higiene en las calles, los altos precios de los productos alimenticios, los piropos no deseados y desagradables que los hombres dicen a las muchachas en la calle, el maltrato animal y la falta de sentido de pertenencia de los habitantes con la comunidad.

Estos elementos fueron muy importantes a la hora de comenzar a compartir la manera de redactar objetivos generales y específicos de una campaña de comunicación, pues los ejemplos específicos que elegía iban muy a la par de esos aspectos negativos señalados en esa primera sesión.

En los siguientes cuatro encuentros ocurrió una avalancha de opiniones, conocimientos y creatividad. A través de más de 40 papelógrafos los participantes lograron plasmar todas sus ideas sobre el contenido relacionado con campañas de comunicación y sus percepciones sobre la realidad de Centro Habana, específicamente de la Avenida Italia.

Las sesiones se enfocaron en aprender e incorporar los pasos a seguir para la realización de una campaña de comunicación: temas, eslogan, objetivos generales y específicos, plan de acciones, plan de medios, creación de mensajes y herramientas para diseñar productos comunicativos como las aplicaciones de fácil acceso: Canva, Inshot y Capcut.

En esta etapa también invitamos a un diseñador que les brindó a los participantes conceptos básicos de diseño como la jerarquización de la información, tipografía, teoría del color, sensación y percepción. Siendo este, uno de los contenidos más atractivos para los adolescentes al igual que el momento de planos fotográficos y práctica con la cámara.

Una vez concluida esta etapa de elementos básicos y herramientas, comenzó la conceptualización de la campaña de comunicación pensada por los propios adolescentes. No constituyó un proceso engorroso ni tardío, pues muchos coincidían que uno de los problemas fundamentales era la falta de sentido de pertenencia que existía entre la población de Centro Habana y su comunidad.



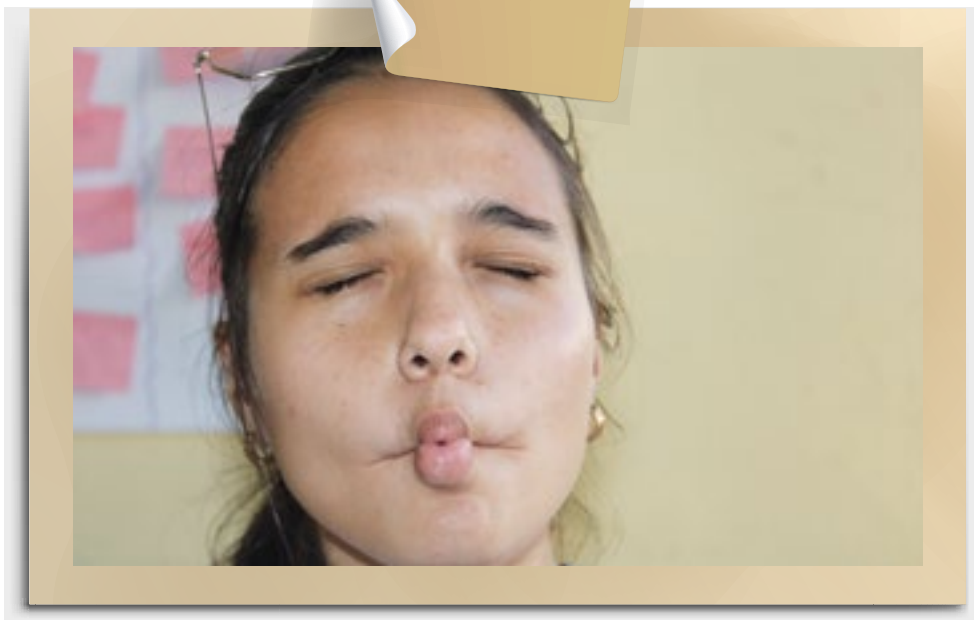
Ejercicio de fotografía



Plano medio.



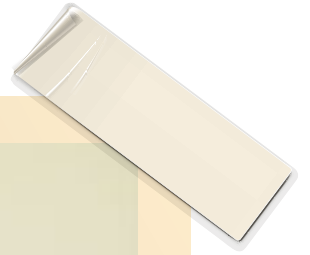
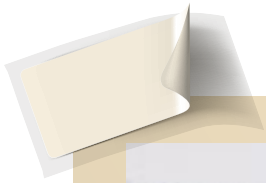
Plano detalle.



Primer plano.



Plano entero.

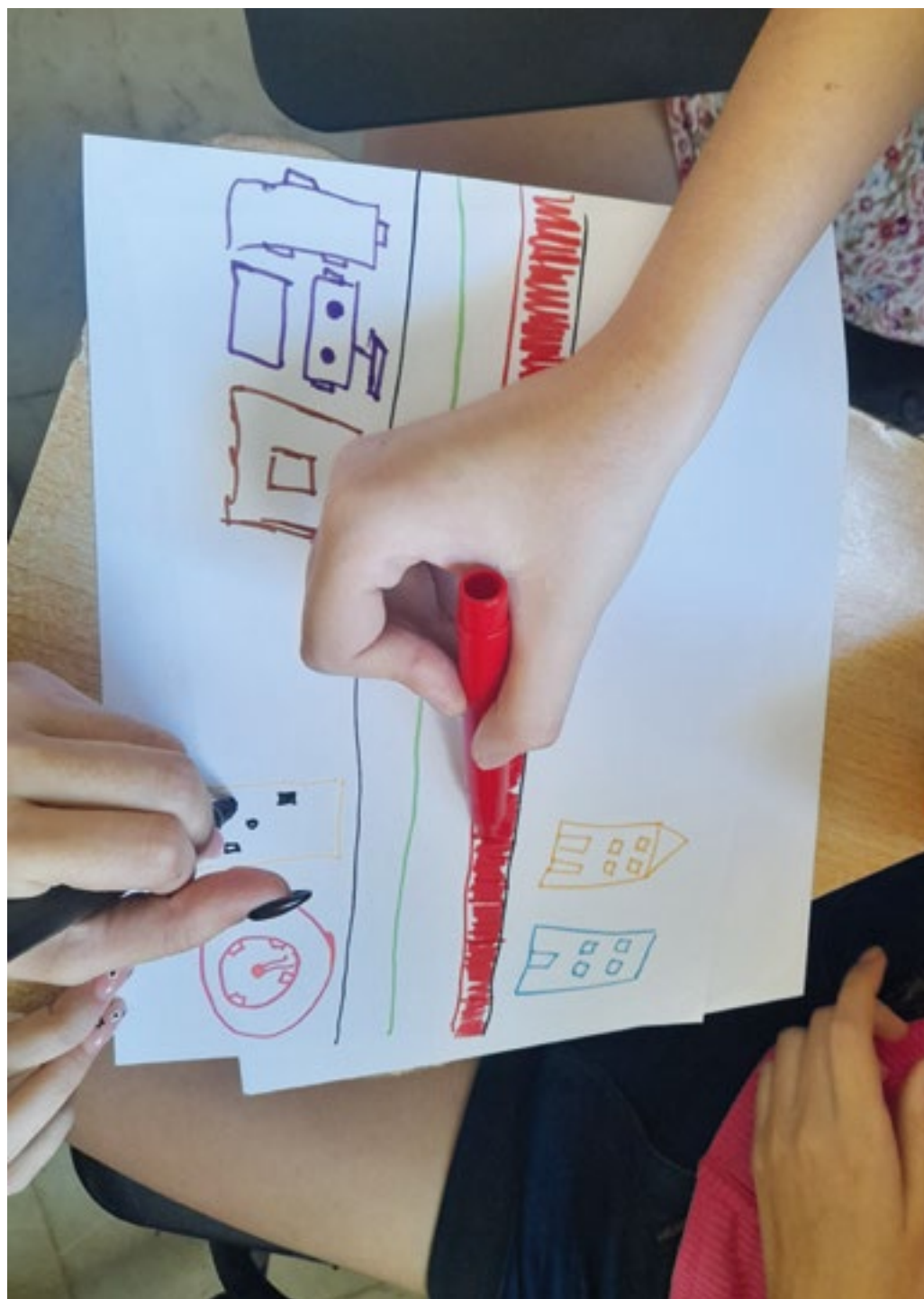


Plano entero.

Otras imágenes del taller



Ejercitando el diseño de carteles.



Dibujo-boceto de uno de los carteles.



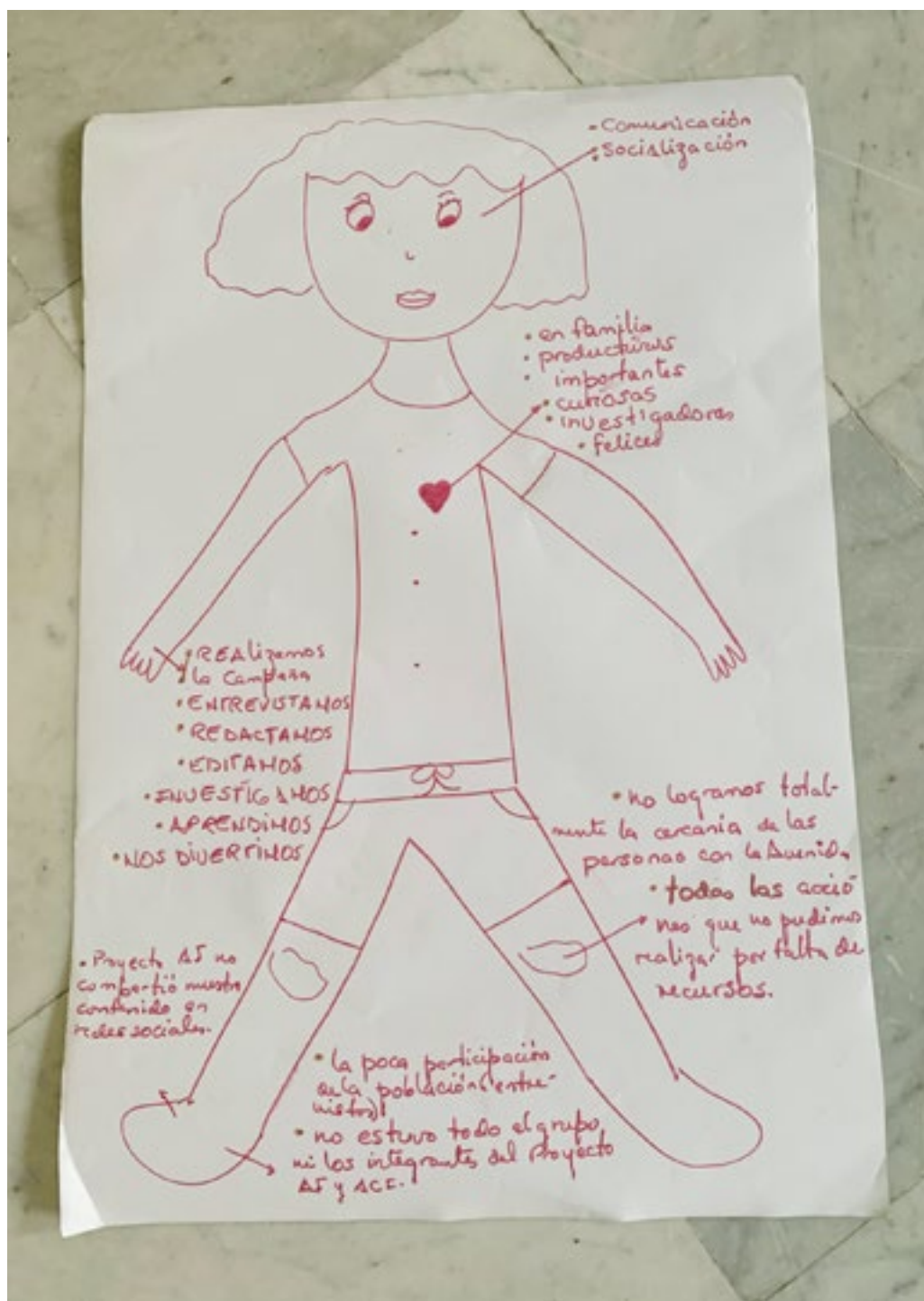
Haciendo los diseños en subgrupos.



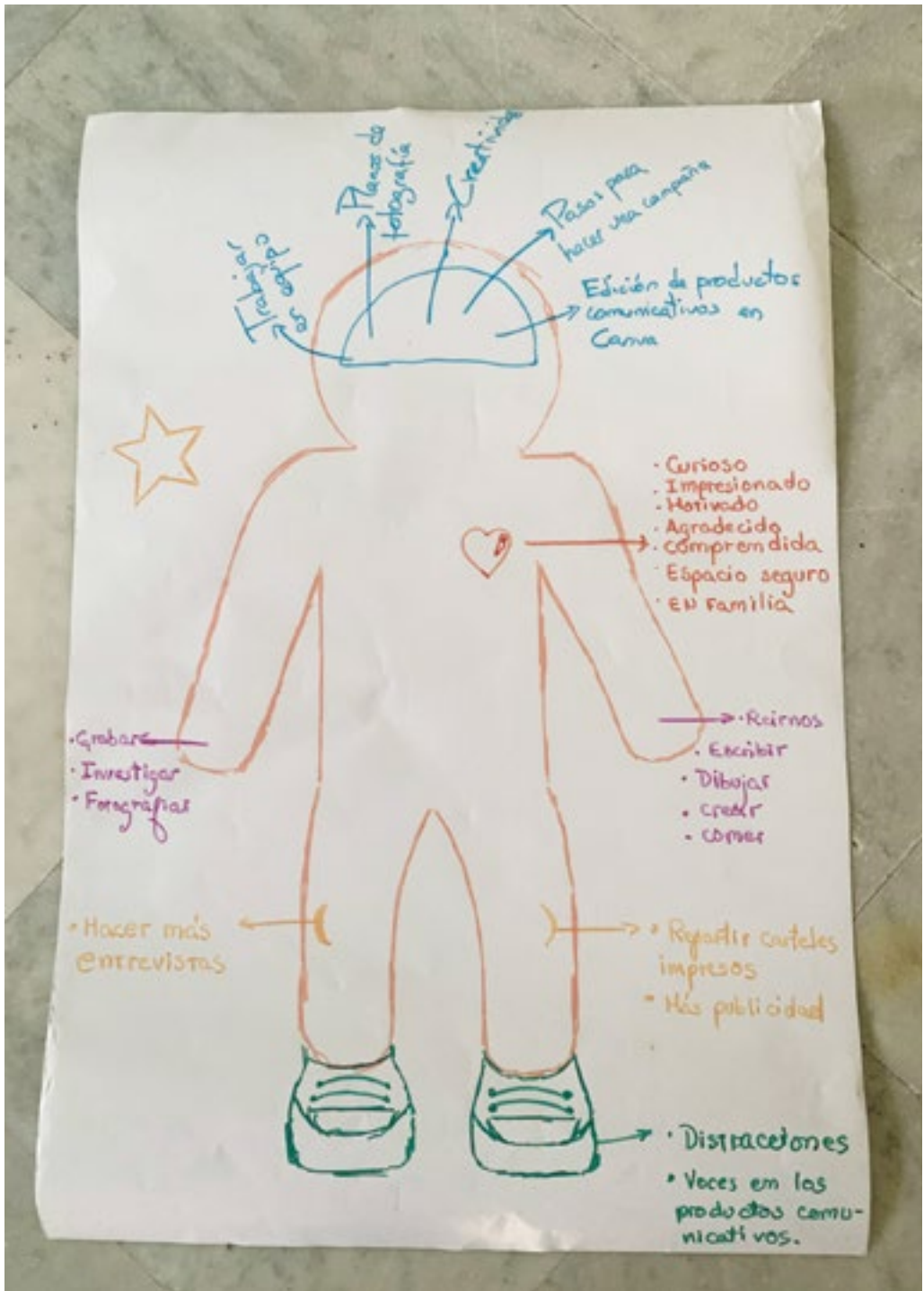
Papelógrafo con los tipos de planos.



Ejercicio colectivo de evaluación.



Ejercicio colectivo de evaluación.



Ejercicio colectivo de evaluación.

Implementando y evaluando

Una vez organizada y planificada la campaña comenzó la etapa más divertida: la implementación y la materialización. Se dispuso de dos semanas para grabar, editar y publicar en las redes sociales del proyecto Escaramujo. Varias entrevistas y un video inicial requirieron de un fuerte trabajo de campo y largas caminatas por parte de los participantes y la coordinación. Se inició con la producción del producto estrella donde los protagonistas eran los propios participantes: «Una avenida, una Historia», video que en solo dos minutos muestra, desde un extremo al otro, la curiosa historia de los lugares más significativos de la Avenida Italia.

Una de las actividades más importantes del Proyecto Avenida Italia son las extensas Ferias los sábados y domingos, por lo que estratégicamente el equipo destinó esos días para grabar las entrevistas. En un inicio, un tanto desanimados y con los nervios a flor de piel por ser las primeras entrevistas que hacían, no podían comprender que, entre tantas personas, la mayoría no decidiera colaborar con la actividad. Desgraciadamente la rapidez y el dinamismo que caracterizaban la feria impedían que muchas personas hablaran frente a cámara. Pero siempre hubo quienes desde el corazón decidieron colaborar. Fue el caso de muchos de los vendedores de los establecimientos de la Avenida y de las carpas de la feria. Contentos con cada respuesta, a veces impresionados y respetando siempre las diferentes opiniones, este equipo logró, con música, fotos, diversión, risas y aprendizajes, rescatar el contenido suficiente para cubrir las cápsulas previstas para las publicaciones.

Como en todo proceso existe un principio y un final. Llegó el día de la última sesión. Después de casi dos meses de trabajo era hora de evaluar y apreciar el resultado de todo ese esfuerzo. Se criticaron procesos que podrían haberse realizado mejor, y otros que no se realizaron por cuestiones

de recursos. Se contaron anécdotas graciosas y divertidas del proceso y se aplaudió lo mucho que se hizo en tan poco tiempo.

En este último encuentro de evaluación se les pidió a los participantes que rellenaran algunas frases con el objetivo de mejorar futuros procesos educucomunicativos del proyecto Escaramujo:

APRENDIMOS

TRABAJAR EN EQUIPO, PLANOS DE FOTOGRAFÍA, PASOS PARA HACER UNA CAMPAÑA, CREATIVIDAD, EDICIÓN DE PRODUCTOS COMUNICATIVOS EN CANVA, COMUNICACIÓN, SOCIALIZACIÓN.

NOS SENTIMOS

EN FAMILIA, PRODUCTIVOS, IMPORTANTES, CURIOSOS, INVESTIGADORES, FELICES, IMPRESIONADOS, MOTIVADOS, AGRADECIDOS, COMPRENDIDOS, FUE ESPACIO SEGURO.

HICIMOS

ESCRIBIR, REÍR, DIBUJAR, COMER, GRABAR, INVESTIGAR, FOTOGRAFÍAS, UNA CAMPAÑA, ENTREVISTAS, REDACTAMOS, EDITAMOS, APRENDIMOS, NOS DIVERTIMOS.

SE PUDO MEJORAR

HACER MÁS ENTREVISTAS, REPARTIR CARTELES IMPRESOS POR LAS CALLES, NO SE LOGRÓ UNA TOTAL CERCANÍA A LA COMUNIDAD, MÁS PUBLICIDAD, ACCIONES QUE NO SE REALIZARON POR FALTA DE RECURSOS.

NO ME GUSTÓ

POCA PARTICIPACIÓN DE LA POBLACIÓN EN LAS ENTREVISTAS, POCAS RÉPLICAS DE NUESTROS CONTENIDOS EN REDES SOCIALES, DISTRACCIONES.

El proceso de construcción de todos los productos comunicativos constituyó un espacio muy divertido que propició la integración de los adolescentes como grupo y la implicación de los mismos en una actividad que respondía a la resolución de un problema social y de comunicación presente en su comunidad. Las entrevistas realizadas fueron una técnica muy efectiva a la hora de la interacción de los adolescentes con la comunidad, un poco apenados al principio, pero muy motivados con el proceso y el resultado.

Fue muy interesante cómo los adolescentes, al inicio del taller, tenían muy incorporado el nombre de calle Galiano, y en los últimos encuentros ellos mismos se rectificaban y decían «Avenida Italia», puesto que ya entendían —producto de su propia investigación— la importancia de llamar a la avenida por su verdadero nombre.

Centro Habana constituyó un espacio idóneo para trabajar estos temas de identidad y campañas de comunicación. Su heterogeneidad en cuanto a culturas, población, costumbres y dinamismo permitió que lo que fue pensado como un taller con adolescentes se haya convertido en un verdadero espacio familiar y de crecimiento individual y colectivo.



Caminando por la Avenida Italia.





Caminando por la Avenida Italia.



Avenida Italia, fotografía tomada por uno de los adolescentes para un posible cartel.



La Avenida Italia termina en el malecón.

UNA CAMPAÑA HECHA DESDE EL CORAZÓN

Diseño de la campaña de comunicación

NOMBRE:

Siente Italia.

ESLOGAN:

Una avenida, una historia.

VALORES:

- › Cercanía.
- › Espacio familiar.
- › Movilidad.
- › Histórico-atractivo.

OBJETIVO GENERAL:

Fortalecer el vínculo entre la comunidad y la Avenida Italia.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- › Visibilizar la historia de la Avenida Italia.
- › Impulsar la cultura italiana en la zona.
- › Motivar a las personas a participar en las actividades que se realicen en la calle.
- › Tener presencia en sitios de redes sociales.
- › Establecer alianzas con organizaciones de la comunidad para mantener la vida y el cuidado de la Avenida y ofrecer servicios más atractivos para la población.

ACCIONES QUE RESPONDEN A LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- › Crear una identidad visual para la calle.
- › Organizar ferias, actividades culturales o recreativas donde se destaquen aspectos de la cultura italiana.
- › Realizar talleres en las escuelas y otros espacios para niños, niñas y adolescentes donde se explique la historia de la Avenida y sus curiosidades.
- › Ambientar la calle con un estilo italiano.
- › Contactar con músicos de la zona y componer una canción que identifique a la Avenida.
- › Gestionar pullovers con el eslogan de la campaña.
- › Pegar carteles en las panaderías, bodegas y tiendas donde se visibilice la historia de la Avenida.
- › Desarrollar un concurso de fotografía y el ganador expondría su trabajo en alguna galería de la Avenida.
- › Impartir talleres culinarios, artesanía, baile y música italiana.
- › Exposición de obras de artistas italianos.
- › Realizar un plan de publicaciones durante dos semanas en Facebook e Instagram del proyecto Escaramujo y el proyecto Avenida Italia.

PÚBLICOS:

Público objetivo

Comunidad de Centro Habana y Habana Vieja:

- › Niño y niñas de 7 a 11 años.
- › Adolescentes de 12 a 17 años.
- › Jóvenes de 18 a 28 años.
- › Adultos de 29 años en adelante.

Patrocinadores

- › Proyecto Avenida Italia.
- › Agencia Italiana de Cooperación para el Desarrollo.

Colaboradores

- › Teatro América.
- › Casa de Cultura de Centro Habana.
- › Proyectos comunitarios de la zona.
- › Influencers o líderes comunitarios.
- › Entidades que ofrezcan servicios gastronómicos.

ACCIONES PARA FACEBOOK E INSTAGRAM:

1. Post inicial informando el inicio de la campaña.
2. Video: Historia de la Avenida Italia.
3. Post de cartel, incitando a los seguidores a que comenten el por qué fue cambiado el nombre de la Avenida.
4. Cambiar foto de portada y de perfil del proyecto Escaramujo por una que haga referencia a la campaña.
5. Reel: Entrevista en la Avenida 1: ¿Cómo se llama esta calle? ¿Por qué si se llama Avenida Italia varias personas le siguen llamando Galiano?
6. Reel: Entrevista en la Avenida 2: ¿Qué es lo que más te gusta de la Avenida? ¿Qué no te gusta de la Avenida?
7. Reel: Entrevista en la Avenida 3: Describe a la Avenida con una palabra.
8. Infografía. Curiosidades de la Avenida Italia.
9. Reel: entrevista en la Avenida 4: Curiosidades de la arquitectura contada desde sus habitantes.

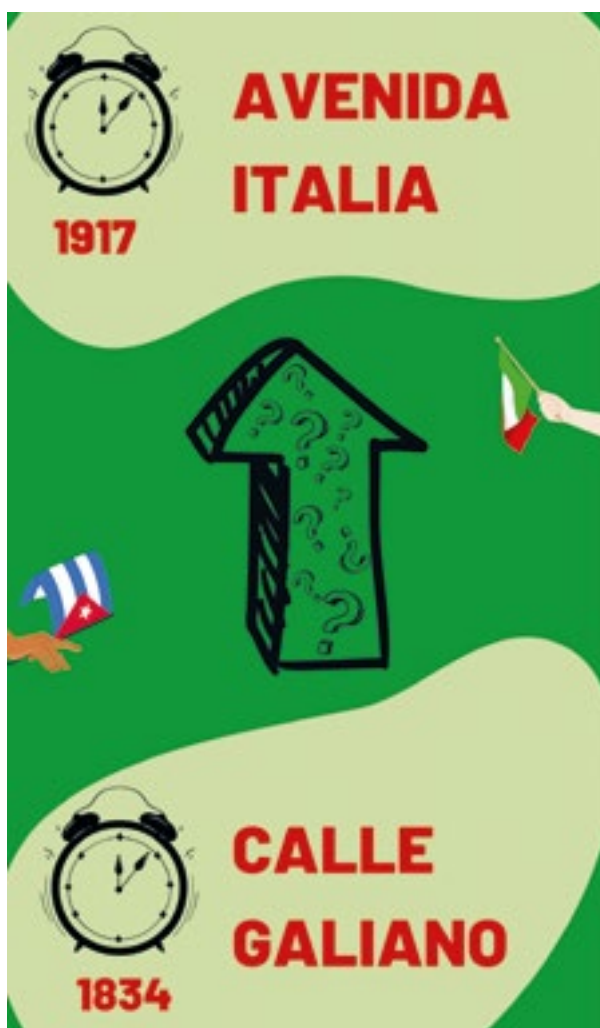
PUBLICACIONES EN MEDIOS DE COMUNICACIÓN:

1. Revista *Alma Mater*: Crónica «Una calle, dos nombres y diversas realidades», escrita por Ana Beatriz Liens Samper y Claudia Torrado Perterssen.
2. Revista *Muchacha*: Artículo «Una avenida, una historia», escrito por Amanda Daniela Jova Pino.

Carteles



Boceto de cartel realizado por los adolescentes.





Boceto de cartel realizado por los adolescentes.

AVENIDA ITALIA



Curiosidades

EL DÍA 7 DE NOVIEMBRE DEL AÑO 2019 SE CELEBRÓ UN EVENTO ENTRE LOS JOVENES Y NIÑOS DE BARRIOS ALEDAÑOS COMO PARTE DEL FESTIVAL AVENIDA ITALIA



1 Deporte



SE PUDIERON DEGUSTAR PLATOS TRADICIONALES DEL HERMANO PAÍS COMO PIZZAS Y ESPAGUETIS COCINADOS POR JÓVENES ITALIANOS Y CUBANOS DEL MUNDO CULINARIO. A LA PAR QUE SE PRUEBAN VINOS, DULCES Y CAFÉ.



Gastronomía 2



3 Cultura



LA CANTAUTORA ITALIANA CARMEN CONGOLI SE PRESENTÓ EN EL TEATRO AMÉRICA DE LA HABANA PARA INICIAR LA GIRA MUNDIAL DE SU DISCO ECO DI SIRENE. REPRESENTANTE DE LA MÚSICA ITALIANA FEMINISTA, LA CALIFICAN ALGUNOS MEDIOS. SE DEJO ACOMPAÑAR POR LA CAMERATA ROMEU.





Dibujo-boceto de una fotografía para un posible cartel.



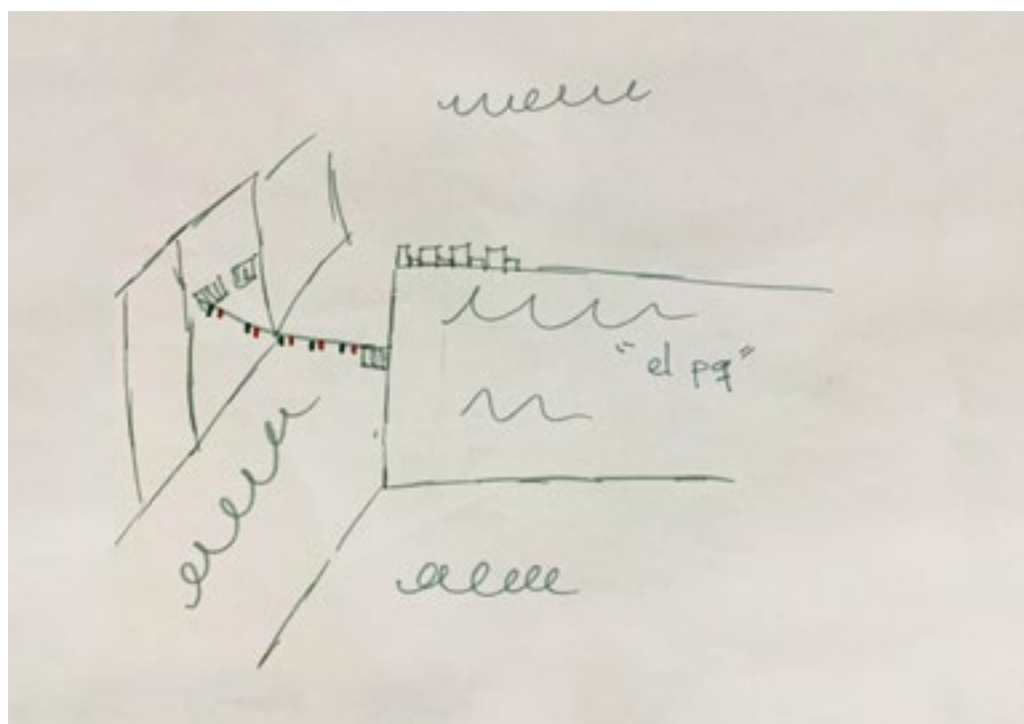
¡HOLA AMIGUITO;
BIENVENIDO A LA
AVENIDA ITALIA.

¿ SABES DE DÓNDE NACE SU
NOMBRE?

"" CUENTO CORTO ANIMADO
SOBRE EL NOMBRE DE LA
AVENIDA.



Otro boceto de posible cartel.



Otros bocetos de posibles carteles.



Ejemplo de cartel realizado en Canva para que aprendieran a usar la aplicación.

¡TE INVITAMOS!

SÁBADO, 28 DE OCTUBRE

8:30 A. M.

SUPERLIMPIEZA DEL
MALECÓN HABANERO



Voluntarios mayores
de 18 años



Parque Maceo, junto a
la estatua



Ejemplo de cartel realizado en Canva para que aprendieran a usar la aplicación.

EN LAS REDES

Avenida Italia



FACEBOOK

www.facebook.com/avenidaitaliacuba



INSTAGRAM

www.instagram.com/ave.italia

Proyecto Escaramujo



FACEBOOK

www.facebook.com/ProyectoEscaramujo



INSTAGRAM


www.instagram.com/escaramujocuba

Post en facebook e Instagram












 **Proyecto Escaramujo actualizó su foto del perfil.** ***



Publicado por Suzet Soriano Pino
20 de nov. de 2023 · 🌐



Estadísti
cas no... 

[Promocionar una publicación](#)

   Tú y 61 personas más 8 comentarios

 **Me encanta**  **Comentar**  **Compartir**













Artículos periodísticos

REVISTA MUCHACHA / 30 NOV 2023



Una avenida, una historia²

por Amanda Daniela Jova Pino, estudiante de 11mo. grado del IPU Sofield Riverón

Un día, a finales de septiembre, llegó a mi escuela, el pre Sofield Riverón, la convocatoria para formar parte de un taller de comunicación con el Proyecto Avenida Italia y el Proyecto Escaramujo que se haría con adolescentes de diferentes edades del municipio Centro Habana. Allí se tocarían temas de comunicación social y, en específico, la realización de una campaña de comunicación.

El primer encuentro fue muy interesante. Nos explicaron qué estaríamos trabajando, y conocimos a los coordinadores del proyecto Avenida Italia y la Agencia Italiana de Cooperación para el Desarrollo.

² Este texto se ubicó entre los 10 textos más leídos de la revista *Muchacha* en 2023.

Durante cuatro semanas, cada jueves y viernes, nos reuníamos en el Centro de Salud Mental de Centro Habana e íbamos adquiriendo nuevos y valiosos conocimientos. Aprendimos de fotografía y diseño. Las muchachas, estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad de La Habana, compartieron con nosotros sus conocimientos donde no faltaron conceptos como: productos comunicativos, eslogan, públicos, objetivos. Además socializamos e hicimos nuevas amistades.

Finalmente llegó el día de decidir el tema de nuestra campaña y por decisión unánime acordamos llevar a cabo la que llamamos «Siente Italia», con el fin de educar y acercar a la población a la historia de la Avenida Italia. Fue una buena elección, a partir de ahí comenzamos a poner en práctica todo lo aprendido e investigar sobre la calle.

La Avenida Italia, conocida comúnmente como calle Galiano, se extiende desde el Malecón Habanero hasta la intersección con la calle Reina. Fue construida a finales del siglo XIX y quien dirigió el proyecto fue el entonces ministro de Interior y Fortificaciones don Martín Galiano; en su honor, se nombró la calle con su apellido en el año 1834. No fue hasta 1917 que se cambió su nombre por Avenida de Italia, en honor a la influencia italiana en la zona y la alianza entre los gobiernos de ambos países.

Durante muchos años fue la Avenida más comercial y cosmopolita de la ciudad de La Habana. En aquel entonces existió un auge significativo del comercio y habían excelentes establecimientos entre los que se destacaban: El Bazar Inglés, El Palacio de la Casa Grande (actual Variedades Galiano) y El Encanto, primera tienda por departamentos en el país.

Allí también se construyeron importantes hoteles y edificios multifuncionales como el América, donde se encuentra actualmente el teatro de variedades del mismo nombre, muy visitado por los habitantes de la ciudad y un sitio destacado de la cultura en Centro Habana en el que se han presentado grandes personalidades de la música y la danza cubanas, y sirve como centro de formación cultural para las nuevas generaciones. Muy cercano a él se encuentra la Casa de la Música, un espacio para disfrutar de géneros cubanos y bailables. Al caminar por esta Avenida se observan parques, tiendas, restaurantes, hoteles y una iglesia.

Se destaca además la esquina de Galiano y San Rafael, que en su tiempo se le consideraba «el corazón palpitante de la ciudad» y ac-

tualmente es la esquina más concurrida de la Avenida. Allí prevalece el caminar de cubanos y extranjeros, lo cual es una característica fundamental de la calle.

Gracias a todos los conocimientos adquiridos en el taller, hoy recorro cada cuadra de la Avenida y la observo con otra mirada, disfruto características en ella que antes no veía, admiro su arquitectura y lugares significativos, así como su gente. Además, del taller me llevo una nueva familia de muchachas y muchachos soñadores que durante todo este tiempo hemos hecho realidad el sueño de hacer de una Avenida, una historia.

REVISTA ALMA MATER / 7 DIC 2023



Una calle, dos nombres y diversas realidades

por Ana Beatriz Liens Samper y Claudia Torrado Peterssen, adolescentes del proyecto Escaramujo, futuras estudiantes de Periodismo

«Cuando hay feria, la Avenida Italia no es como todos los días». No recordamos quién dijo esa frase, pero nosotros, los muchachos del taller Campaña de Comunicación, convocado por los proyectos Avenida Italia y Escaramujo, lo teníamos claro desde muchísimo antes. Por eso, no fue una coincidencia que escogiéramos un fin de semana: el ajetreo de un sábado por la mañana era justo lo que necesitábamos, para que las entrevistas salieran perfectas.

Parecía una tarea fácil: elegir a una persona de la multitud, pedirle su consentimiento para grabar, hacerle un par de preguntas sencillas y dirigirnos, rápidamente, hacia alguien más. Sin embargo, poca era la experiencia que teníamos en labores periodísticas y eso, junto al

nerviosismo que inspira trabajar en directo con el público, resultó un factor en contra.

Con anterioridad habíamos investigado los orígenes de la calle y quedamos fascinadas. No nos sorprendió que la mayoría de los que aceptaron conversar con nosotros poco supieran de su historia. Casi todos estaban al tanto de que a la avenida se le conocía de dos maneras distintas, y confirmaron que era más usual llamarle Galiano. El porqué de esta doble denominación o cuál era la oficial, son informaciones, generalmente, desconocidas. Hubo quienes sintieron vergüenza por su escaso conocimiento sobre la historia local, tanto así, que muchas veces se negaron, de manera rotunda, a ser grabados.

Cuando preguntábamos qué era lo que más les gustaba de la calle, solían repetirse términos como concurrencia, personas y movimiento. Ciertamente, ese mar de cabezas transitando en todas direcciones dotaba a la avenida de mucha vitalidad. Las cervezas frías en las manos de quienes pasaban, las animadas conversaciones, a lo lejos, y la música, proveniente de todas partes, constituían una prueba irrefutable.

Sin embargo, el parque Fe del Valle era diferente al resto de la calle. Allí, el tiempo parecía correr más despacio, y quienes estaban sentados en los bancos, protegidos por la sombra de los árboles, lo sabían. Se notaba en sus carcajadas, en sus caras de despreocupación y en ese señor que leía el periódico, como si la realidad no tuviera nada que ver con él.

En casi todos los intercambios con los transeúntes fueron temas recurrentes, la preocupación sobre la escasa limpieza y el delicado estado constructivo de muchos edificios de la zona.

Inevitablemente, cada vez que escuchábamos comentarios de este tipo, nuestra vista se paseaba por allí. Había bulla, carpas verdes, blancas y rojas donde se vendía todo lo que nos pudiéramos imaginar, gente apurada, otros de paseo y algunos niños con globos. Una verdad que contrastaba, bastante, con los opacos exhibidores que se encontraban detrás.

De las que en algún momento habían sido glamurosas tiendas, ahora no quedaba más que varias capas de polvo, paredes descoloridas y vidrieras medio vacías. Era imposible no hacer comparaciones con las fotos antiguas que habíamos encontrado en Internet. ¿Qué le ha pasado a las elegantes columnas y los extravagantes balcones que caracterizaron a esta arteria centrohabanera? Siguen ahí, ocul-

tos por el paso de los años; quizás, con un poco de trabajo, podrían brillar nuevamente.

Por ejemplo, Fin de Siglo fue en sus inicios una enorme tienda departamental a la vanguardia del comercio habanero. Por muchos años acogió, también, a artesanos y «merolicos». En la actualidad, se encuentra totalmente clausurada y no solo las personas que solían comprar allí la extrañan, sino también quienes, por mucho tiempo, laboraron en el lugar. Ese es el caso de un señor, a quien por el momento llamaremos Manuel, que tuvo la amabilidad de contarnos una parte de su historia. Cuando Fin de Siglo cerró, él y otros compañeros fueron trasladados a la antigua tienda de artículos deportivos Cancha, situada también en la Avenida Italia.

Manuel recordaba muy bien la tienda Cancha de su niñez; allí había comprado su primer uniforme de pelotero. Hoy, ante la precaria situación inmobiliaria del recinto, se ve obligado a vender libros en la acera.

Podría parecer que ese sábado nos fuimos solo con preocupaciones, pero nada más distante de la realidad. Sentadas en el Malecón y comiéndonos unas mazorcas de maíz que compramos en la feria, solo podíamos pensar en nuestras ganas renovadas de ayudar a que la Avenida Italia recupere el esplendor que guarda en la memoria de sus más antiguos habitantes. Hacemos nuestro el criterio de uno de los entrevistados: «Avenida Italia es, con sus risas y sus desvelos, nada más y nada menos, Cuba».



EPÍLOGO

Estas líneas de cierre se escriben sin permiso y para sorpresa de la autora del presente volumen. Es un brevísimo epílogo que surge a modo de conspiración y que contará lo que ella, por obvia modestia, no se anima a decir.

Suzet Soriano Pino cursa el cuarto año de la carrera de Comunicación Social en la Universidad de La Habana. Ella, junto a cuatro amigas, también integrantes del proyecto Escaramujo, tuvieron la responsabilidad de diseñar y coordinar el proceso educomunicativo recogido en el libro y que permitió a adolescentes apoderarse de las herramientas comunicativas necesarias para poder, pese a su corta edad, implementar una campaña de comunicación que tuvo como centro y motivación a la Avenida Italia del municipio Centro Habana.

Los resultados del proceso serán presentados por Suzet como tesis de licenciatura, demostrando la pertinencia de continuar desarrollando procesos educomunicativos desde la concepción y la metodología de la educación popular. Al hacerlo con un rigor científico e investigativo, avalará ante la academia lo que ya desde la práctica viene dando innegables resultados.

Año tras año decenas de universitarios se suman voluntariamente al proyecto Escaramujo. Trabajan para y con niñas, niños o adolescentes en comunidades, escuelas primarias, secundarias y escuelas de formación integral.

Suzet no llegó a nuestro proyecto movida únicamente por esa vocación martiana de contribuir a la educación de los demás. Con apenas 11 años, participó en tres ocasiones en los talleres que convocaban conjuntamente Escaramujo y el evento Ania Pino *in memoriam*. Ella experimentó como adolescente la posibilidad de crear, de expresarse y de aprender herramientas

para la producción comunicativa en un espacio grupal, dialógico y participativo. No sabemos a ciencia cierta si aquello determinó su vocación de estudiar Comunicación Social, pero sí influyó en la decisión de, una vez en la facultad, ser parte activa del proyecto. En los cuatro años de su vida universitaria ha participado en distintas actividades, coordinando la comisión de comunicación y convidando a sus amigas más cercanas a ser parte del proyecto. Como colofón de este proceso, su tesis de licenciatura incluye el diseño, implementación y evaluación de un proceso educomunicativo, también con adolescentes.



Suzet, adolescente, en la tercera edición de los talleres Ania Pino-Escaramujo en 2016. Espacio en el que participaba desde 2014.



Suzet coordinando en los talleres de Centro Habana, 2024.

En su historia de vida se evidencian las esencias de Escaramujo. Por eso tal vez se esmeró tanto en los diseños, en la coordinación, en cada detalle del proceso. Estoy convencido de que, cuando salía a desandar la Avenida Italia junto a Adriana, Alegna, Amanda, Ana Beatriz, Claudia, Iván, Lisbeth y Liset, se reencontraba con la adolescente que ella misma fue.

Solo me resta agradecerle a Suzet, Xabeth, Annie, Marian y Diana por la entrega, la pasión, el compromiso, por sumarse a esta tropa universitaria, por defender la premisa de que saber no puede ser lujo, y por asumirse tanto de la rosa como de la mar.

RODOLFO ROMERO REYES
Febrero de 2024.

CONTACTO

Agencia Italiana de Cooperación para el Desarrollo

SITIO WEB

www.lavana.aics.gov.it

REDES SOCIALES

Instagram

aicslahabana

<https://bit.ly/InstagramAICS>

Twitter (X)

@aics_lavana

<https://bit.ly/TwitterAICS>

Facebook

aicslavana

<https://bit.ly/FacebookAICS>

Unioncamere Piemonte

Via Pomba, 23 - 10123 Torino

Tel. 011.5669201

P.I. 05443890016

C.F. 80091380016

Mail: segreteria@pie.camcom.it

REDES SOCIALES

Twitter (X)

@Unioncamere_Pie

https://x.com/Unioncamere_Pie?mx=2



Esta publicación fue realizada con la contribución de la Agencia Italiana de Cooperación para el Desarrollo en el marco del Proyecto Avenida Italia

