

## “Ruta Joven Fotografía y Ciudad”

Informe de la VI edición, 2014

Lic. Carolina Díaz Calás

### Introducción

El Proyecto Ruta Joven se inserta dentro de la estrategia de comunicación que desarrolla la Dirección de Gestión Cultural de la Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana, y pretende atraer al público joven a la riqueza patrimonial e histórica atesorada en el Centro Histórico de La Habana Vieja<sup>1</sup>. El proyecto surge con el fin de activar la participación de los jóvenes en el programa social que se lleva a cabo en el Centro Histórico, y promueve entre sus acciones la combinación de actividades educativas y culturales que permitan el desarrollo de potencialidades en los mismos.

Esta propuesta por y para los jóvenes intensiva la interrelación con la gestión cultural de museos, casas museos, centros culturales y lúdicos de la Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana; y al mismo tiempo promueve una orientación vocacional y laboral para los mismos, condiciones de bienestar e inserción social y una recreación sana que permita su desarrollo personal.

La Ruta Joven, surge como modalidad dentro del proyecto *Rutas y Andares*, y se estructura en dos tipologías: las rutas Patrimoniales (guiadas, con un tema como hilo conductor) y las Culturales (libres, con actividades más interactivas relacionadas a una temática específica).

La edición de esta ocasión estará dedicada a la fotografía, tomando como punto de partida la idea de La Habana como eje central en la historia de la fotografía de nuestro país. La Ruta trabajará con la exposición de cámaras fotográficas antiguas, exposición de algunos de los fondos de la Fototeca Histórica, encuentro con fotógrafos de la OHC con amplia experiencia, visita a la Cámara Oscura para mostrar el principio de la fotografía, así como otras instituciones que se encuentren en la Plaza Vieja que funcionarían como epicentro de la visualidad de este evento.

El encuentro comenzó a las 4 de la tarde del día 8 de mayo de 2014 y tuvo como escenario los Portales de la Plaza Vieja y la propia plaza.

Se realizó un pequeño encuentro musical, y al concluir, sobre las 7 de la noche, se efectuó la proyección en la pantalla inflable de fotografías seleccionadas de la convocatoria, actividad esta armonizada con música.

---

<sup>1</sup> Ver: *Propuesta de proyecto Ruta Joven*, Romy Rabell, Dirección de Gestión Cultural.

A modo de evaluación de esta propuesta se realizó un estudio desde la perspectiva del público participante, como vía de retroalimentación para la concepción y puesta en práctica de próximas ediciones. Este estudio de impacto pretende evaluar las opiniones de los usuarios sobre las diferentes partes del proyecto, los medios comunicativos utilizados, los servicios directos y complementarios que se ofrecen, los canales de difusión y publicidad y cualquier otro aspecto del que nos interese el informe del participante<sup>2</sup>.

### **Objetivo General**

- Evaluar el impacto en el público de la IV edición de la propuesta sociocultural Ruta Joven.

### **Objetivos específicos**

- Caracterizar el perfil del público visitante.
- Indagar en la satisfacción del público con la Ruta Joven.
- Indagar en las sugerencias brindadas por el público para próximas ediciones.
- Identificar las vías de comunicación más efectivas para la promoción de la Ruta.

Para la recogida de información se utilizaron como instrumentos la encuesta y la observación participante. Se diseñó un cuestionario con preguntas abiertas y cerradas. La observación participante se realizó en el momento de las actividades. El procesamiento de la información se realizó a través de procedimientos cualitativos y cuantitativos.

Para la aplicación de las encuestas se definió una muestra aleatoria con un criterio de selección de los sujetos al azar. La muestra fue de 21 sujetos.

### **Perfil del público visitante**

Aproximadamente el 45 % de la muestra es de sexo masculino, mientras que el 55 % restante es de sexo femenino (Fig. 1).

---

<sup>2</sup> Ver: *Estudio de Público, Evaluación de Exposiciones y Programas y Diseño de áreas Expositivas en el Museu Marítim*, Mikel Asensio, Elena Pol & Marina Gomis. Artículo en prensa para la revista Drassana. Museu Marítim de Barcelona.

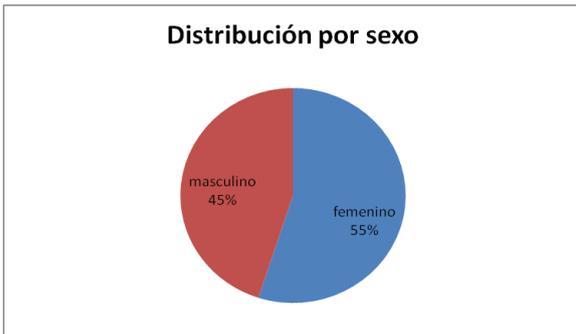


Fig.1

En cuanto a las edades de los encuestados existe un predominio del grupo entre 20-24 años (40%), seguido de los grupos entre 15-19 años (25%) y 25-29 años (20%). Este resultado apunta a que la propuesta resultó atractiva al público joven, además de atraer a los adolescentes. Del resto del público restante, uno de los grupos se concentró básicamente dentro de un grupo etario: 10-14 años (4%), mientras que los otros indican la presencia también de población adulta: 30-34 años (5%); 35-39 años (3%) y un 3% de personas de más de 40 años. En general, estos datos apuntan a que la propuesta resultó atractiva a personas de diferentes edades, lo que se puede valorar de positivo, sin descuidar que el público objetivo de la ruta es el público joven. (fig. 2)

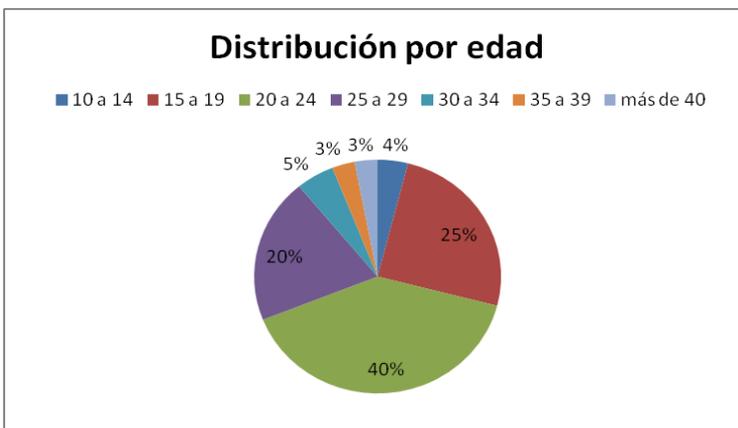


Fig. 2

En cuanto a los niveles escolares del público, se puede decir que la mayoría son universitarios (61%), seguido de un 34% de personas que cursaron hasta el preuniversitario o Técnico Medio, y un 5% que tienen cursada la secundaria. (fig.3)

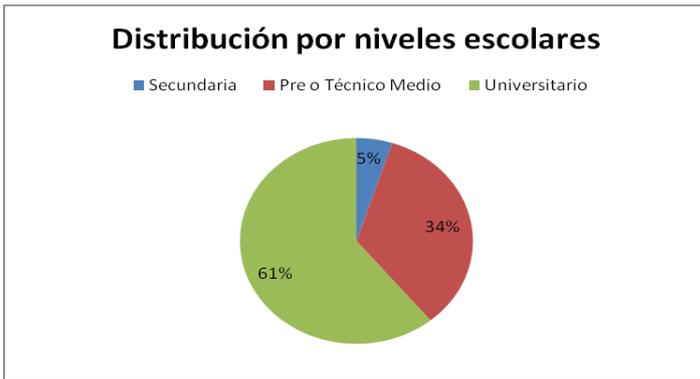


Fig.3

Las personas asistentes a la ruta son en su mayoría estudiantes universitarios de Ciencias Exactas (30%) y Ciencias Sociales (25%), seguido por estudiantes de Preuniversitario (20%). Además asistieron, aunque en menor medida, estudiantes de Escuelas de Arte (8%), instructores de Arte (6%), estudiantes de Secundaria (6%) y de otras enseñanzas (5%). (fig. 4)

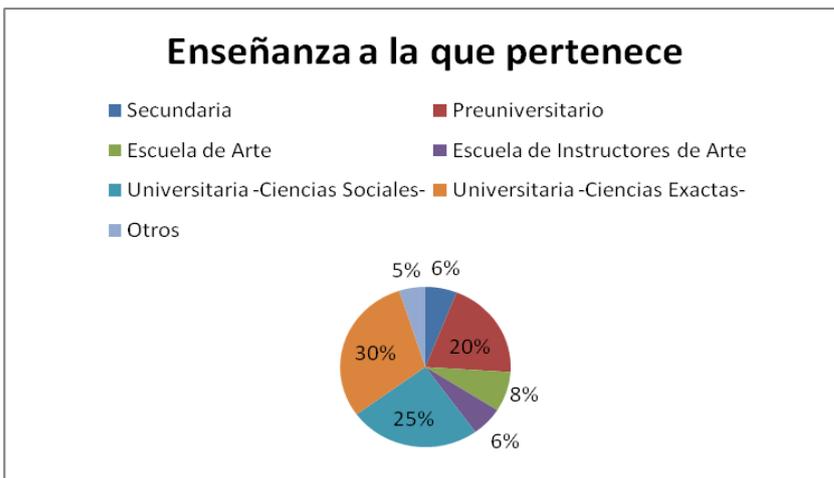


Fig. 4

A la presente edición de la Ruta Joven asistieron personas principalmente de La Habana (96%), aunque estuvieron presentes personas de otras provincias (4%). Los asistentes pertenecen a diferentes municipios de nuestra ciudad, entre los cuales se destacaron el municipio Playa con un 20% y el municipio 10 de Octubre con un 15%. El público restante procedía de los siguientes municipios: Plaza de la Revolución (11%), Centro Habana y La Lisa (10%), Cerro (8%), Habana Vieja (7%), Habana del Este y Marianao (6%), Regla (4%) y Boyeros (3%). (fig.5)

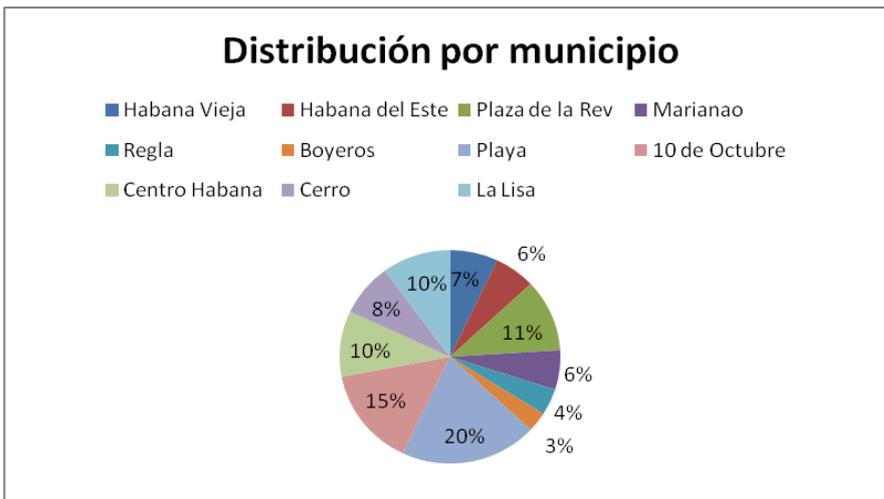


Fig.5

La propuesta de Ruta Joven es una opción para el disfrute del público joven fundamentalmente. Según los datos recogidos en la encuesta, el 55% de los sujetos refirieron que asisten a esta opción acompañados sólo por sus amigos, mientras que el 17% se acompaña por su novio/a. Otro 12% refiere que acude solo a la ruta, acompañado de amigos y familiares un 14% y solo de familiares un 2%. En general, aproximadamente un 72% de estos jóvenes disfruta de estas actividades junto a otros(as) jóvenes, lo cual es característico de estas edades, donde se prefiere disfrutar de las opciones recreativas y culturales acompañado por coetáneos. (fig.6)

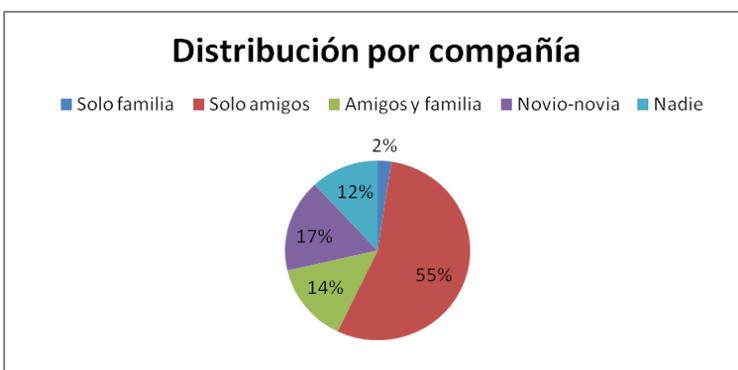


Fig.6

Otro elemento evaluado fue el nivel de implicación de los visitantes con el ámbito cultural (su rol activo o pasivo). En este sentido encontramos que la mayoría acudió como público espectador de la oferta (49%). Un 16 % eran promotores o colaboradores del sector, 11% se correspondía a creadores o intérpretes profesionales, 10% eran trabajadores del sector cultural. Se encontraban además Instructores de Arte (4%), mientras que un 5% correspondía a profesores, críticos o investigadores de la cultura y otros. (fig.7)

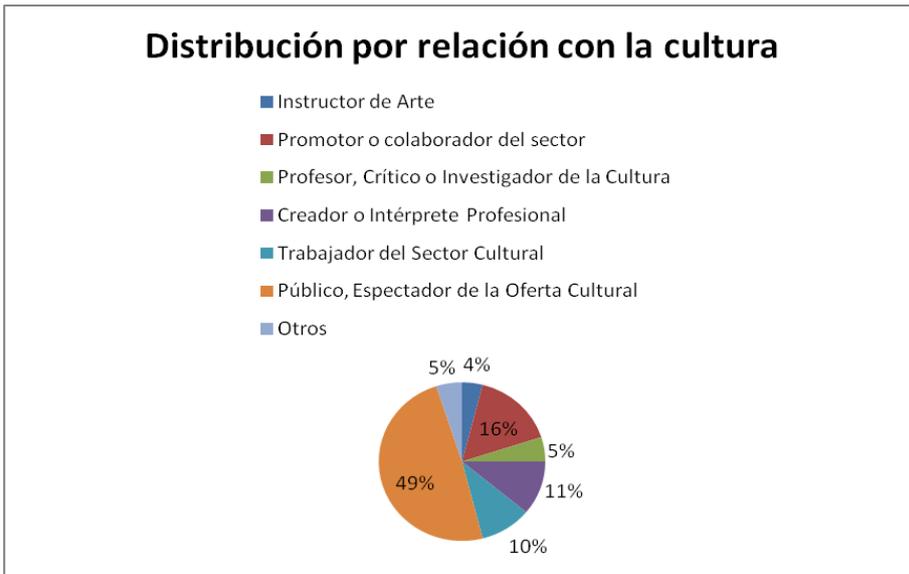


Fig.7

Según los resultados de nuestra encuesta las vías más efectivas para la promoción de la Ruta, resultaron ser la trasmisión a través de amigos y colegas (32%) y la televisión (29%). Otras vías por las que se propagó la información fueron mediante el Programa Cultural de la Oficina del Historiador y las Redes Sociales (12%). También algunos de los participantes declararon que pasaron cerca y entraron (5%). La radio (4%), el Internet y el correo electrónico (3%) fueron otras vías aunque en menor medida. Estos datos sugieren reforzar aquellos medios de comunicación más efectivos para la promoción de la Ruta, así como la explotación de aquellos que hasta el momento se han utilizado poco. (fig.8)

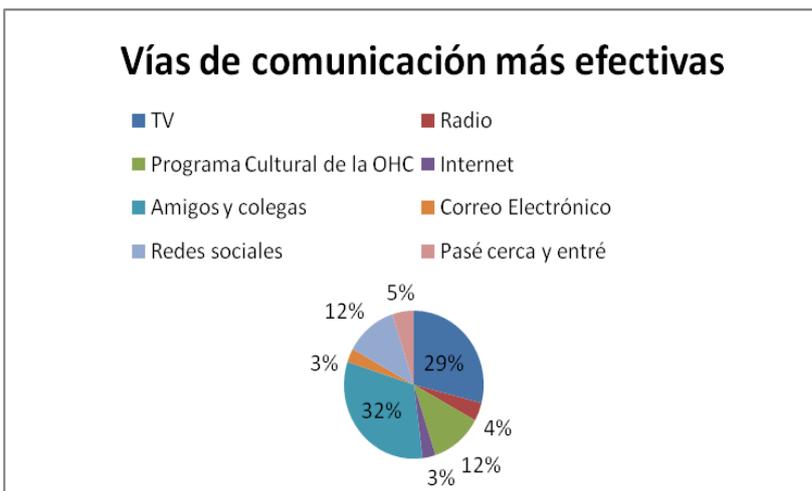


Fig.8

Un 81% de los asistentes no ha participado en otras ediciones y solo un 19% ha asistido en otras ocasiones. La mayoría plantea haber participado 3 ó 4 veces (66%), han asistido solo 1 vez un 17%, mientras que otro 17% lo ha hecho 4 veces. (fig.9)

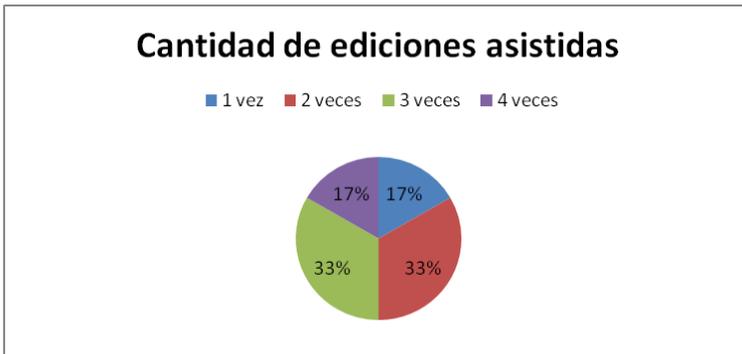


Fig.9

Al indagar los niveles de satisfacción con la ruta, se puede decir que un 33% del público se sintieron satisfechos con toda la ruta. Encontramos además, entre las propuestas más atractivas el performance de fotografías voladoras (27%) y el concierto del grupo Deja Vú (13%). El montaje de fotos en la reja de la fuente de la plaza cautivó al 10% del público, y la multiplicidad de proyectos en general, manifestado en un 8%. Igualmente también se destacaron otros aspectos de la Ruta como la cantidad de adolescentes que asistieron, la exposición de las fotografías y su diversidad. (fig.10)

El 71% de los participantes no mostraron descontento con ninguna propuesta de la ruta en particular. Las vivencias de insatisfacción del público entrevistado estuvieron relacionadas con la poca duración de los proyectos (10%), la poca difusión de la actividad (5%), entre otras. (fig.11)

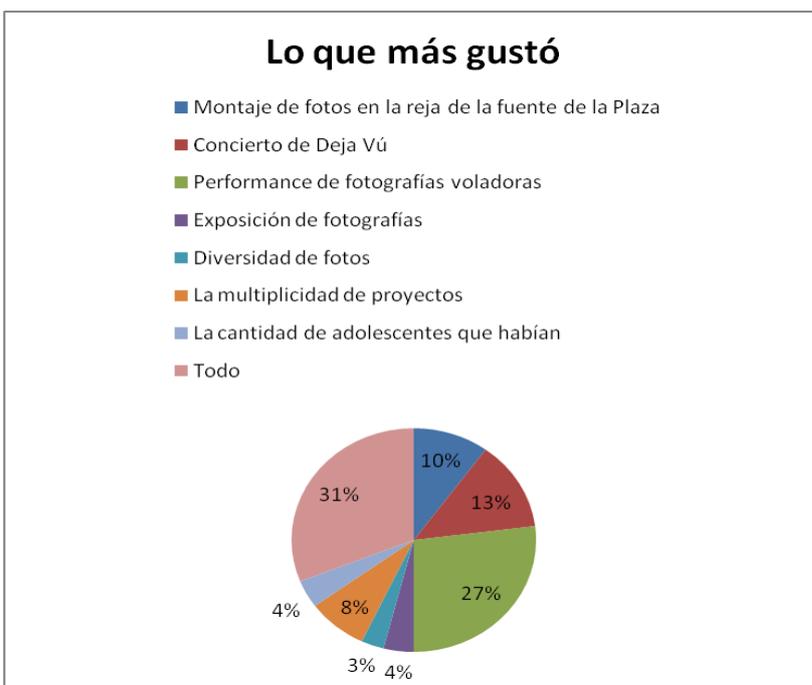


Fig.10



Fig.11

En cuanto a las principales sugerencias planteadas por el público encontramos que el 25% del mismo propone que se realice una labor mayor de divulgación y propaganda del evento, mientras que un 12% sugiere se realice una mayor cantidad de proyectos a lo largo de la plaza. Otras propuestas que emergieron tienen que ver con la realización de otras propuestas musicales, más actividades con el público asistente y con adornar una guagua con las fotos ganadoras. (fig.12)



Fig.12

### Conclusiones

La VI edición de la Ruta Joven cumplió su objetivo fundamental de atrapar a un público predominantemente joven.

Los participantes en el evento son en su totalidad residentes en nuestra ciudad, y de ellos más de la mitad se encuentran estudiando en el nivel preuniversitario. Igualmente, cerca de la mitad de la muestra encuestada se relaciona de alguna forma con el ámbito cultural.

Las principales vivencias de satisfacción se asocian a momentos del evento como el performance de fotografías voladoras, las propuestas musicales y el montaje de fotos en la reja de la fuente de la plaza. Las vivencias de insatisfacción del público entrevistado estuvieron relacionadas con la poca difusión de la actividad y la poca duración del proyecto.

En cuanto a las principales sugerencias planteadas por el público encontramos propuestas encaminadas a una mayor divulgación y propaganda del evento, así como a la posibilidad de realizar encuentros sistemáticos para continuar el tratamiento del tema.

Las vías más efectivas para la comunicación resultaron ser la transmisión de la información través de redes informales como los amigos y colegas, y mediante el Programa Cultural de la Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana.

### **SUGERENCIAS**

Mantener esta propuesta de gran atractivo para los jóvenes y garantizar la interactividad entre las actividades, los creadores y los públicos como clave de éxito.

Tomar los aprendizajes generados de esta experiencia para la planificación de próximas ediciones.