

Experiencia en el diseño de soportes comunicativos para la campaña de prevención de ITS/VIH/SIDA "Vivir tiene sentido".

Experience in the design of communicative supports for the campaign of prevention of STI/ HIV AIDS "Living has sense".

Zeida Santisteban Mustelier¹, América Santoya Arévalo², José Eugenio Martínez González³, Yenys Milanés Céspedes⁴, Omar Parada Soto⁵.

¹ Periodista. Máster en Sexualidad. Centro Provincial de Higiene, Epidemiología y Microbiología. Bayamo. Granma.

² Psicóloga. Máster en Intervención Comunitaria. Profesora Asistente. Centro Provincial de Higiene, Epidemiología y Microbiología. Bayamo. Granma.

³ Licenciado en Higiene y Epidemiología. Centro Provincial de Higiene, Epidemiología y Microbiología. Bayamo. Granma.

⁴ Licenciada en Higiene y Epidemiología. Centro Provincial de Higiene, Epidemiología y Microbiología. Bayamo. Granma.

⁵ Ingeniero. Máster en Dirección. Centro Provincial de Higiene, Epidemiología y Microbiología. Bayamo. Granma.

RESUMEN

"Vivir tiene sentido" fue una campaña de bien público, desarrollada en el marco del proyecto "Prevención del VIH/SIDA a través del fomento de una sexualidad responsable", auspiciada por la Oficina Provincial de Prevención de las ITS/VIH/SIDA de Granma y la ONG Médicos del Mundo. Esta campaña, fue dirigida a los adolescentes, jóvenes, mujeres y hombres como poblaciones más vulnerables a la epidemia del VIH y otras ITS con el objetivo de formar capacidades y habilidades para el ejercicio de una sexualidad responsable tales como: El aumento de los conocimientos sobre las medidas preventivas, ejemplificar y modelar habilidades como el uso correcto del condón, incrementar la demanda de servicios, consejerías, pruebas de VIH y reiterar y reforzar conocimientos y actitudes positivas. El objetivo de este trabajo es mostrar la experiencia en la elaboración de soportes comunicativos. Para ello, se explican los procedimientos utilizados por el equipo gestor, se describen los materiales según las audiencias metas, se exponen evidencias de su utilización en actividades educativas, así como el impacto que tienen estos materiales. Con esta campaña se fortalecieron las acciones de Información, Educación y Comunicación (IEC) en materia de prevención de ITS/VIH/SIDA y la promoción de comportamientos sexuales protegidos y responsables en poblaciones vulnerables y la sociedad en general de la provincia de Granma.

Descriptores DeCS: EDUCACIÓN SEXUAL, MEDIOS DE COMUNICACIÓN, MATERIALES DE ENSEÑANZA, MATERIALES EDUCATIVOS Y DE DIVULGACIÓN.

ABSTRACT

"Living has sense" was a campaign of public welfare, performed in the framework for the Prevention of HIV/AIDS project through an increase of a responsible sexuality, promoted by the Province Office of STI/HIV/ AIDS prevention in Granma and in the NGO Doctors of the world. This campaign was directed towards youngsters, adolescents, women and men as the most vulnerable population to the HIV epidemic and other STI with the objective to form capacities for the skills in order to practice a responsible sexuality, such as: the increase of knowledge about preventive ways, to exemplify and model skills like the proper use of the condom, to increase the service demand, counselling, HIV tests, and to reinforce knowledge and positive attitudes. The objective of this work is to show the experience in the elaboration of communicative supports. For this purpose there are explained the procedures used by the managing team, there are described the materials according to the goals of the audience, there are also exposed the evidences of its application in educative activities and the impact of the aforementioned materials. With this campaign there were strengthened the actions of Information, Education and Communication (IEC), towards the prevention of STI, HIV, AIDS, and the promotion of a save and responsible sexual behaviour in vulnerable populations and generally, in the society of Granma province.

KEY WORDS: SEX EDUCATION, COMMUNICATIONS MEDIA, TEACHING MATERIALS, EDUCATIONAL AND PROMOTIONAL MATERIALS.

INTRODUCCIÓN

Hasta el año 2006 se diagnosticaron en Cuba 8 087 personas seropositivas, de ellos 1 120 en ese mismo año. La distribución por sexo y preferencia sexual del 1986 al 2006 fue de un 80,6 %, del sexo masculino, de ellos el 85,7 % hombres que tienen sexo con otros hombres (HSH), el sexo femenino significó un 19,4% de modo que el índice masculino/femenino fue de 4:1. La vía de transmisión predominante fue la sexual para un 99,5 % de los casos. ¹

En la provincia Granma se reportó durante el 2006 un 3.8 % de incremento en la detección de personas con VIH con relación al 2005, acompañado con un aumento sostenido en hombres (19%) de ellos el 70.3% HSH. ² Hasta junio 2007, se reportaban un total de 335 seropositivos, con un incremento de 13.6% con relación al año anterior. Los municipios de mayor incidencia fueron Bayamo, Manzanillo, Guisa, Buey Arriba, Campechuela y Media Luna. Predominó el sexo masculino con el 38.0 % de los casos (el 88.2 % HSH), el sexo femenino representó el 32.0%. ³

La distribución por grupos de edades fue la siguiente: de 15-19 años: 3, de 20-29 años: 6, de 30-39 años: 7, de 40- 44 años: 7 y de 45 y más: 2. Al momento del diagnóstico sólo el 18,7% de los nuevos diagnósticos tenían ocupación en los sectores de comunales, educación y salud pública.

Atendiendo a la situación de la epidemia en la provincia Granma antes descrita y de conjunto con la ONG Médicos del Mundo–Asturias, el Equipo Provincial de Prevención de ITS/VIH/SIDA elaboró el proyecto *"Fortalecimiento de las acciones encaminadas al fomento de una sexualidad responsable, como prevención del VIH/SIDA, en la población vulnerable de la provincia de Granma en Cuba"*.

Según se declara en la reorganización técnica del Programa de Prevención y Control de ITS/VIH/SIDA: *la promoción de una conducta sexual segura ha sido probablemente la actividad más importante en la mayoría de los programas de ITS/VIH/SIDA.* ⁴

La comunicación, desempeña una función esencial en la prevención, los programas y estrategias para promover cambios en la conducta sexual, han demostrado que la comunicación masiva puede ser efectiva para reducir los riesgos personales de contraer la infección por el VIH/SIDA. ⁵

Las actividades de comunicación para cambios de comportamiento (CCC) son un componente de las intervenciones para el cambio de comportamiento (ICC) que constituyen un diseño amplio e incluyen otros tipos de intervenciones como servicios, distribución de materiales y movilización comunitaria además de las acciones de Información Comunicación Educación (IEC). ⁶

Teniendo en cuenta que los programas de comunicación en salud y específicos sobre el VIH/SIDA pueden informar, convencer, fortalecer y educar, ⁷ para el desarrollo de la campaña "Vivir tiene sentido", se realizó la producción de materiales propios de la provincia, ajustados a las necesidades de aprendizaje identificadas y que posibilitaran la concienciación efectiva de la población con relación a la prevención del VIH.

Atendiendo a estos elementos y a la experiencia de trabajo del Equipo Provincial de Prevención en el diseño e implementación de acciones educativas; se plantea como problema científico de este trabajo: ¿Cuál es la experiencia en el diseño de soportes comunicativos en la campaña de prevención de las ITS/VIH/sida "Vivir tiene sentido". Granma 2007-2008?

El objetivo de este trabajo es describir la experiencia en el diseño de soportes comunicativos en la campaña de prevención de las ITS, VIH/SIDA "Vivir tiene sentido".

MATERIAL Y MÉTODO

Se trata de un estudio descriptivo retrospectivo involucrando a todos los soportes comunicativos diseñados durante la mencionada campaña.

Se define como soportes comunicativos, los materiales utilizados para la transmisión de mensajes educativos y que fueron presentados a las audiencias metas, incluyen los comportamientos y/o actitudes que se desean modificar. ⁸ Se diseñan teniendo en cuenta el público al que van dirigidos y tienen fundamentos psicológicos, pedagógicos, sociales y epidemiológicos. Pueden ser impresos, publicitarios, audiovisuales, digitales, multimedia entre otros.

"Vivir tiene sentido", como campaña de Bien Público, tuvo como objetivo formar capacidades y habilidades en la población vulnerable de la provincia, aumentar los conocimientos sobre las medidas preventivas, influir sobre las actitudes para la acción personal y grupal, ejemplificar y modelar habilidades especialmente el uso correcto del condón, incrementar la demanda de servicios, consejerías, pruebas de VIH así como reiterar y reforzar conocimientos y actitudes positivas.

Las audiencias metas fueron de manera directa las mujeres y hombres, los adolescentes, jóvenes y las personas con VIH (PVs) y de manera general la población sexualmente activa de la provincia, el personal de salud y de otros sectores sociales y los equipos municipales y provincial de ITS/VIH/SIDA.

Para el diseño y validación de la campaña, se realizó un trabajo entre el equipo técnico provincial: epidemiólogas, educadores, coordinadores de las líneas de trabajo (mujeres, HSH, jóvenes y adolescentes, PVs, voluntarios) el coordinador por la parte extranjera y los diseñadores. El proceso comenzó con el análisis de la situación epidemiológica de la provincia haciendo énfasis en los grupos vulnerables y se realizaron grupos focales por parte de los especialistas y los voluntarios para obtener información sobre las posibles audiencias metas. Tabla 1.

Con los elementos del trabajo de campo obtenidos tras la realización de los grupos focales, el equipo de trabajo planteó la necesidad de realizar diferentes tipos de soportes comunicativos publicitarios, impresos y audiovisuales. Posteriormente se procedió a su elaboración y validación de conjunto con el equipo de diseñadores.

Los soportes elaborados fueron utilizados en los diferentes momentos y en todas las acciones educativas de la campaña. Al finalizar la misma, se realizó una encuesta de evaluación de su impacto ⁹ de la que se utilizarán algunos de los resultados para argumentar el alcance y aceptación de los soportes elaborados.

DISCUSIÓN

El desarrollo de los grupos focales permitió obtener información sobre la audiencia meta como base para la elaboración de los soportes comunicativos lo que coincide con la

investigación cualitativa realizada por el CNP (Centro Nacional de Prevención de las ITS/VIH/SIDA) para la Campaña "8 de cada 10 personas con VIH en Cuba son hombres".¹⁰

Los soportes elaborados, se utilizaron en la campaña "Vivir tiene sentido" en la provincia Granma. Tabla 3 Estos resultados coinciden con los obtenidos en Santiago de Cuba en el período 2004-2006 en cuanto a la prevención e información sobre las ITS/VIH/SIDA en la provincia.¹¹

Descripción de los soportes elaborados.

Los materiales están basados en las directrices prácticas de ONUSIDA para intensificar la prevención del VIH, 2007.

Suelto para el lanzamiento de la campaña: Informa sobre sus objetivos, duración y alcance. Dirigido a todas las audiencias. Promociona la importancia de la construcción y el fortalecimiento de una sexualidad responsable y de los cambios de comportamientos que reduzcan el riesgo a las ITS y el VIH, enfatiza la importancia del uso del condón y su importancia en la prevención. Divulga los servicios de orientación y ayuda a través de modalidades de consejería: telefónica, anónima, postal y cara a cara. Se entregó en las actividades del lanzamiento de la campaña durante los primeros meses, similar al realizado en Santiago de Cuba, 2005-2006.

Spot Televisivo Provincial: Sitúa la problemática de la mujer joven granmense con baja percepción del riesgo, enfatiza la importancia del uso del condón y promociona el servicio de consejería telefónica. La premier se realizó en el inicio de la campaña y se transmitió por el canal provincial y los telecentros municipales. Fue premiado en el Concurso de Spot del Quinto Taller Nacional de Comunicación y VIH/SIDA desarrollado en La Habana, en noviembre de 2007, auspiciado por el PNUD y la TVC.

Cartel almanaque dirigido a la mujer: Y en especial a las amas de casa, las más vulnerables a la epidemia, incluyó dos meses del calendario de 2007, noviembre y diciembre y el año 2008, refuerza el mensaje de prevención que promociona el spot televisivo, incluye mensajes de prevención y la promoción del uso del condón. Se situó en lugares de asistencia de público femenino, bodegas, mercados, carnicerías, panaderías, salones de belleza, ateliers, entre otros espacios. Figura 1 La experiencia en los soportes dirigidos a mujeres, coincide con la de Santiago de Cuba citado anteriormente y con "Mujer, Muchachas, VIH, SIDA" de República Dominicana.¹²

Documental "Pausa en el camino": Realizado por la TV Serrana (Rafael Hong y Lenia Sainiut) con un tiempo de duración de 27 minutos. Filmado en el municipio de Guisa refleja la situación de la epidemia en la serranía. Constituye el primer documental de prevención

del VIH sobre la temática de la epidemia en zonas rurales realizado en el país y brinda la oportunidad para reflexionar sobre la vulnerabilidad individual y la responsabilidad personal con la salud sexual, la prevención y la solidaridad con las personas con VIH. En Cuba, existe la experiencia de la producción de los documentales "Viviendo al Límite", (2004) y "Del lado de la Esperanza" (2006), de la realizadora Belkis Vega Belmonte.

Camisetas: Para hombres y mujeres. Posibilitó la visualización de la campaña. Satisface la necesidad cotidiana del vestir y es una propaganda que camina sola por las calles. Con ellas se uniformaron especialistas, voluntarios, equipos deportivos, artistas y otros colaboradores durante todo el desarrollo de la campaña y se utilizaron como premios en las actividades de prevención. Promociona el servicio de consejería telefónica de la provincia. Experiencias similares las documenta el proyecto "Carrito por la Vida", con jóvenes uniformados de amarillo que realizan actividades educativas en instituciones y sitios de encuentro de adolescentes y jóvenes.¹³

Pegatinas para transporte público, coches y bicitaxis, escenografía y pendones:

Posibilitaron la visualización de la campaña y su identificación. Portan un mensaje de prevención y fueron utilizados en los eventos educativos culturales y actividades educativas realizadas en teatros, plazas, parques, barrios, comunidades e instituciones como casas de la cultura, escuelas, universidades entre otras.

Tríptico general de la campaña: Dirigido a hombres y mujeres y al fomento de su responsabilidad sexual. Ofrece informaciones referentes a los cambios del comportamiento en esta área, lo difícil que resultan y su importancia. Brinda información referente a la campaña, duración, objetivos y acciones. Cada pie de página está acompañado de mensajes de prevención. Ilustra la utilización correcta del condón.

Los soportes comunicacionales, dirigidos a la población en general se utilizan ampliamente en América Latina, tal como argumenta el estudio "Intervenciones para la prevención del VIH e ITS en América Latina y Caribe: una revisión de la experiencia regional".¹⁴

Suelto para HSH: Brinda información sobre algunas de las ITS. Ofrece recomendaciones para las prácticas de sexo más seguro y elementos sobre la importancia del uso correcto del condón y de su negociación. Promociona los servicios de consejería telefónica, anónima, postal y cara a cara de la provincia. La elaboración de materiales para HSH es fundamentada ampliamente con experiencias como la de Santiago de Cuba, República Dominicana y el CNP de Cuba.

Cartel dirigido a hombres. Resalta la importancia de la responsabilidad sexual de los hombres para el cuidado y mantenimiento de su familia. El mensaje de protección,

promociona el uso del condón. Situado en lugares de gran afluencia de público masculino. Figura 2. Experiencia similar se reporta en la campaña de alcance nacional "El aventurero" en República Dominicana dirigida a hombres con comportamientos de riesgos para reforzar el uso del condón ¹⁴ y en "Si lo usas ganas" para promover el uso del condón en la población masculina del CNP en Cuba. ¹⁵

Cartel dirigido a adolescentes: Con imagen creada a partir de un casting efectuado en la provincia, promociona la importancia de la protección y el uso del condón utilizando otras conductas que a los jóvenes les atraen como el baile, el amor y la moda. Se situó en lugares de gran afluencia de personas de esta edad incluidas sus escuelas. Figura 3.

Autógrafos para adolescentes: Cuadernillo de 20 páginas que en la portada utiliza la imagen del cartel de jóvenes, para reforzar el mensaje que este promociona. Contiene páginas para los datos personales y los gustos. Incluye los derechos sexuales de los-as adolescentes y los textos de reflexión: Primera vez, Prevenir, ¿Qué opciones tengo? y ¿Quién dijo que era fácil ser adolescente?, que abordan problemáticas e interrogantes comunes identificadas en la población meta. Cada pie de página, tiene un mensaje de prevención. Promociona los servicios de consejería telefónica, anónima, postal y cara a cara de la provincia y municipios y la importancia del uso correcto del condón.

Experiencias similares se pueden contrastar con las de la Línea de Jóvenes del CNP: Proyecto S.com, Carrito por la Vida, Jóvenes en la prevención ¹⁶ fundamentadas en las directrices prácticas de ONUSIDA para intensificar la prevención del VIH. ¹⁷

Alcance y aceptación de los soportes elaborados:

Los soportes elaborados se utilizaron en los grandes, pequeños y medianos eventos educativo-culturales, en las capacitaciones realizadas dirigidas a la formación de promotores-as, al personal de salud, sectores en respuesta ampliada a la epidemia y otras actividades previstas durante la campaña. ¹⁸ Tabla 3. Estos resultados coinciden con los obtenidos por Santiago de Cuba 2004-2006 y están en correspondencia con las actividades del Programa de Prevención y Control de ITS/VIH/Sida. Reorganización Técnica II, 2009.

La Televisión Serrana y la Guerrilla de teatreros, aliados estratégicos de la Oficina Provincial de Prevención, también utilizaron los materiales en su accionar comunitario en la serranía granmense. Acciones similares fueron realizadas por la República Dominicana, en Santiago de Cuba y el CNP de Cuba.

En la encuesta de evaluación del impacto de la campaña "Vivir tiene sentido", realizada en todos los municipios de la provincia, se obtuvo como resultados que el 94,3% de los encuestados identificaron que la misma fue implementada para prevenir las ITS y el VIH.

Identificaron el logotipo y el lema de la campaña en los pulóvers: 76,3 %, en afiches, plegables y sueltos: 71,4%, en el spot en la TV: 57,4%, en pegatinas en guaguas y camiones: 36,4%. Los mensajes con relación a la campaña fueron identificados por los encuestados, por ejemplo, el cartel de jóvenes por un 69,5%, el de mujeres por 64,8 % y el de hombres por el 42,7%. ¹⁹

Estos elementos permiten afirmar que los materiales elaborados, validados y utilizados en la implementación de la campaña fueron reconocidos por las audiencias metas a las que fueron dirigidos. Es de destacar que la Línea de Apoyo a las PVs, le otorgó en diciembre de 2008 el Premio Esperanza de prevención a la campaña de bien público "Vivir tiene sentido" por su *"extraordinaria labor en la prevención del VIH/SIDA y el fortalecimiento del voluntariado cubano"*.

CONCLUSIONES

El Equipo Provincial de Prevención de las ITS/VIH/SIDA de Granma, puede mostrar la experiencia en la elaboración de soportes comunicaciones para una campaña de prevención, ajustados a las necesidades de la población granmense, experiencia factible de replicar por otros equipos gestores.

Con la campaña "Vivir tiene sentido", se fortalecieron las acciones de IEC en materia de prevención de las ITS/VIH/SIDA y la promoción de comportamientos sexuales protegidos y responsables en poblaciones vulnerables: jóvenes, mujeres, hombres y personas con VIH y la población en general de la provincia de Granma.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. Dirección Nacional de Epidemiología, MINSAP: Actualización de la Situación Nacional hasta el 31 Dic 2006. Programa Nacional de Prevención y Control de las ITS/VIH/Sida; 2007.
2. Centro Provincial de Higiene y Epidemiología Granma. Situación de la epidemia de VIH/ SIDA. Granma. Enero a junio de 2007.
3. Ibídem: 2
4. Ministerio de Salud Pública. Viceministerio de Higiene, Epidemiología y Microbiología: Programa de Prevención y Control de ITS/VIH/SIDA. Reorganización Técnica II. Aspectos teórico- metodológicos sobre monitoreo y evaluación. Actualización, enero 2009.
5. Centro Nacional de Prevención de las ITS/ VIH/SIDA. Guía para los Comunicadores Sociales VIH /SIDA. [Artículo en Internet] 2005 [Consultado 3 Noviembre 2010]; Disponible en: <http://www.sld.cu/servicios/sida/temas.php?idl=24&idv=7691>

6. Ibídem 4: 23
7. Ibídem 5: 1
8. Ibídem 5: 44
9. Oficina de Prevención de las ITS y el VIH. Granma. Resultados de la encuesta de impacto de la campaña "Vivir tiene sentido" en la provincia Granma. 2009: 3-5.
10. Centro Nacional de Prevención de las ITS/VIH/SIDA. Fundamentación de la Campaña "8 de cada 10 personas con VIH en Cuba son hombres" .[Artículo en Internet] 2008 [Consultado 3 Noviembre 2010] Disponible en: <http://www.sld.cu/servicios/sida/>
11. Ludeña Fernández J: Fortalecimiento de las acciones encaminadas al fomento de una Sexualidad Responsable, como prevención del VIH/SIDA, en la población vulnerable de la provincia de Granma en Cuba. ("Prevención del VIH/SIDA a través del fomento de una sexualidad responsable" Provincia de Granma en Cuba) Documento Proyecto presentado a Médicos del Mundo – Asturias y al MINVEC Cuba; 2007.
12. Informe nacional sobre los progresos realizados en la aplicación del UNGASS 2010. República de Cuba. Marzo de 2010. Centro Nacional de prevención de las ITS/VIH/SIDA. La Habana; 2010.
13. Ibídem 12: 57
14. Cáceres Carlos F. Intervenciones para la prevención del VIH e ITS en América Latina y Caribe: una revisión de la experiencia regional. Cad Saude Pública 2004; 20 (6): 1468-1485.
15. Secretaría de Estado de Salud Pública y Asistencia Social. Historia del VIH/SIDA en la República Dominicana. Venciendo una epidemia 1986-2008. Santo Domingo; 2009.
16. Centro Nacional de Prevención de las ITS/VIH/SIDA: Fundamentación de la campaña: "Si lo usas ganas" agosto-octubre 2008. [Artículo en Internet] 2008 [Consultado 3 Noviembre 2010] Disponible en: <http://www.sld.cu/servicios/sida/>
17. Ibídem 12: 54-61
18. ONUSIDA. Directrices prácticas de ONUSIDA para intensificar la prevención del VIH. Ginebra; 2007.
19. Oficina de Prevención de las ITS y el VIH. Granma: Estadísticas del proyecto: Fortalecimiento de las acciones encaminadas al fomento de una sexualidad responsable, como prevención del VIH/SIDA, en la población vulnerable de la provincia de Granma en Cuba, 2009.
20. ibídem 9: 3-5

Tabla 1: Grupos focales realizados según público y cantidad de participantes.

	Grupos focales realizados	Participantes
Hombres	4	35
Mujeres	5	72
Jóvenes	6	81
Adolescentes	4	94
Total	9	282

Fuente: Estadísticas de la Campaña Vivir tiene sentido. Oficina provincial de prevención de las ITS y el VIH/SIDA. Granma. 2008

Tabla 2: Soportes comunicacionales según audiencia meta.

	Mujeres	Hombres	Adolescentes	Población en general	Total
Sueltos	0	1	0	1	2
Carteles	1	1	1	0	3
Trípticos	0	0	0	1	1
Camisetas	1	0	0	1	2
Pegatinas	0	0	0	1	1
Pendones	0	0	0	1	1
Escenografía	0	0	0	1	1
Spot	1	0	0	0	1
Documental	0	0	0	1	1
Total	3	2	2	6	13

Fuente: Fuente: Estadísticas de la campaña Vivir tiene sentido. Oficina provincial de prevención de las ITS y el VIH/SIDA. Granma. 2008

Tabla 3: Actividades realizadas, frecuencia y personas alcanzadas.

Actividades	No.	Personas alcanzadas
Eventos educativos-culturales	22	15440
Juegos de softbol interbarrios	5	849
Ejercicios de pruebas anónimas Hazte la Prueba	5	285
Peña El sentido de vivir	8	669
Espacio fijo ARTEX por la vida	10	1810
Actividades educativas en los sectores	11	956
Capacitaciones	47	876
Total	108	20885

Fuente: Estadísticas de la Campaña Vivir tiene sentido. Oficina provincial de prevención de las ITS y el VIH/SIDA. Granma. 2008

Figura 2: Cartel dirigido a hombres.



Fuente: Fototeca de la Oficina Provincial de Prevención de las ITS y el VIH/SIDA. Granma. 2008.

Figura 3: Cartel dirigido a los-as adolescentes e imagen utilizada en el autógrafo.



Fuente: Fototeca de la Oficina Provincial de Prevención de las ITS y el VIH/SIDA. Granma. 2008.