

CLAUDIA GOMES DE CASTRO

IMAGENS DA REVOLUÇÃO CUBANA

Os cartazes de propaganda política do Estado
socialista

(1960 – 1986)

UFMG

BELO HORIZONTE

2006

CLAUDIA GOMES DE CASTRO

IMAGENS DA REVOLUÇÃO CUBANA
Os cartazes de propaganda política do Estado socialista
(1960 – 1986)

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em História da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em História.

Departamento de História.

Linha de Pesquisa: História e Culturas Políticas.

Orientadora: Profa. Dra. Kátia Gerab Baggio.

UFMG
BELO HORIZONTE
2006

Dissertação apresentada em 10 de novembro de 2006 à Banca Examinadora constituída pelos seguintes Professores:

Profa. Dra. Kátia Gerab Baggio
(orientadora – Departamento de História - UFMG)

Profa. Dra. Maria Helena Rolim Capelato
(Departamento de História – USP)

Profa. Dra. Priscila Carlos Brandão Antunes
(Departamento de História – UFMG)

Profa. Dra. Regina Horta Duarte
(Coordenadora do Programa de Pós Graduação em História – UFMG)

“Se as coisas são inatingíveis... ora!
Não é motivo para não querê-las...
Que tristes os caminhos, se não fosse
a mágica presença das estrelas!”

Mário Quintana

À minha querida Manena,
que me deixou o maior de todos os bens: o AMOR.

AGRADECIMENTOS

Desde o processo de seleção do mestrado, no final de 2003, até a conclusão desta pesquisa foram muitas as pessoas que preencheram os vazios, acadêmicos e emocionais, desse percurso...

Agradeço aos colegas de mestrado pela paciência com uma “forasteira” que veio parar na História. Em especial a Luciano Moreira, Daniele Moura e Enrique Luz, que foi quem me apresentou parte dos cartazes que integram esta pesquisa;

à professora Núbia Braga e ao César Claudier pelo incentivo e sugestões valorosas;

à Magda Pinho Tavares pela atenção e solicitude constantes;

aos professores Rodrigo Patto Sá Motta e Heloísa Starling, presentes na banca de seleção, por confiarem em meu trabalho;

à banca de qualificação do mestrado composta pelos professores Rodrigo Patto Sá Motta e João Pinto Furtado;

ao meu sogro José Vander, pelas palavras sempre otimistas; e à minha sogra Diléa Pires, pelas leituras, releituras e incentivo intelectual;

ao Magela e à Edith por terem me adotado e depositado em mim carinho sincero e paternal. Jamais me esquecerei das horas difíceis que sobrevivi graças a vocês;

aos meus irmãos adotivos, César, pela força e coragem que tem me ensinado; e Ilânio, pelos abraços carinhosos, palavras reconfortantes e apoio “multimídia”;

aos queridos amigos Ricardo, pela presença mesmo que distante; e Kênia, por aceitar-me como sou e emprestar-me o ombro nas horas de desespero;

à minha querida Olívia, por ter preenchido com sua alegria um espaço em meu dia a dia;

aos meus irmãos de sangue, Pri e Dadá, pela união e pelos momentos descontraídos que nos tornaram ainda mais fraternos;

aos meus amados pais, Bilili e Helenita, por acreditarem em mim e terem me ensinado que a maior riqueza de um homem é a sua cultura;

ao meu filho, ainda anônimo, que já faz parte da minha vida e me presenteou com a sua vinda neste final de percurso;

ao Ju, marido leal e companheiro, por simplesmente existir e ser a minha melhor parte.

Ana bhhabac kthir, embarehh u daiman.

E especialmente à Profa. Dra. Kátia Gerab Baggio por ter sido muito mais que uma orientadora e ter-me demonstrado o verdadeiro significado da palavra MESTRE.

SUMÁRIO

TOMO I	
RESUMO	
ABSTRACT	
INTRODUÇÃO	09
CAPÍTULO I – Iconografia na propaganda política: instrumento de poder e sedução	29
1 - Propaganda política: conceitos e técnicas	29
2 - A propaganda comunista	35
3 - O cartaz como meio de propaganda	44
4 - Cartazes cubanos: uma apresentação	52
CAPÍTULO II - Moldando ciclopes: os cartazes de propaganda política direcionados para o público interno	59
1 – As datas comemorativas e o processo de construção da história oficial	60
1.1 – Espetacularização do episódio de Moncada	69
1.2 – Girón, a vitória não poderá ser esquecida	74
1.3 - Comemorar eventos internacionais e sustentar a ideologia	79
2 – Os mitos e heróis da Revolução e a criação do “homem novo” cubano	81
3 – Rumo à lavoura e à doutrinação	93
4 - Educação, esporte, cinema, saúde, economia e controle social, elementos de manutenção de um regime forte	102
CAPÍTULO III – <i>Hecho en Cuba</i> : os cartazes de propaganda política cubanos dão a volta ao mundo	114
1 - O encontro com a América Latina	119
2 – A questão africana	131
3 - Apoio aos países asiáticos	138

4 – O próximo Oriente Médio	146
CONSIDERAÇÕES FINAIS	153
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	157
TOMO II	169
1 - ANEXOS DO CAPÍTULO II	171
2 - ANEXOS DO CAPÍTULO III	182

RESUMO/ ABSTRACT

Este trabalho tem o objetivo de analisar os cartazes de propaganda política cubanos das décadas de 1960, 1970 e 1980, buscando compreender a inserção dessas expressões imagéticas na cultura política socialista cubana constituída após da vitória do movimento revolucionário.

Palavras-chave: Revolução Cubana, socialismo, imagem, cartazes, propaganda política.

This work has the aim of analyzing the Cuban political propaganda posters of the 1960's, 1970's and 1980's, aiming to understand the insertion of those image expressions in the socialist Cuban political culture constituted after the victory of the revolutionary movement.

Key words: Cuban Revolution, socialism, image, posters, political propaganda.

INTRODUÇÃO

“Só podemos produzir a verdade do interesse se aceitarmos questionar o interesse pela verdade e se estivermos dispostos a pôr em risco a ciência e a respeitabilidade científica fazendo da ciência o instrumento do seu próprio pôr-se-em-causa. E isso na esperança de ter acesso à liberdade em relação à liberdade negativa e desmistificadora que a ciência oferece”. **Pierre Bourdieu**

Muito se questiona sobre a relevância de um trabalho acadêmico acerca da Revolução Cubana. As fontes bibliográficas, muitas vezes, dificultam o processo de pesquisa, visto que estão permeadas por concepções militantes, ora em prol de uma ideologia marxista e antiimperialista, ora com uma postura nitidamente anti-castrista. Criou-se um consenso de que o assunto referente à história cubana pós 1959 esgotou-se nas décadas de 1970 e 1980 permanecendo, até mesmo devido às dificuldades de pesquisa, preso às obviedades da história oficial. No entanto, muitas questões ainda permanecem obscuras para o estudioso do tema. É possível afirmar que houve uma postura política homogênea desde 1959? O regime castrista sempre foi um satélite soviético ou possui características próprias? As práticas culturais socialistas, incluindo a iconografia política, seguem as mesmas concepções ideológicas ou comportam elementos próprios? Houve uma uniformização na maneira de se expressar nos países socialistas? A cultura política comunista foi homogênea? Quais os meios que podem comprovar essas possíveis diferenças?

Pensando nessas indagações, percebemos que existem alguns pontos a serem esclarecidos ou mais bem debatidos. Compreendemos que as posições e paixões políticas ofuscam sutilezas que poderiam responder a várias dúvidas. Durante todos esses anos, ao se discutir a Revolução Cubana não se considerou a importância das imagens produzidas neste período para a construção, manutenção e, principalmente,

particularização do regime cubano. Os cartazes de propaganda política cubanos, a partir da década de 1960, foram publicados em diversos livros de forma ilustrativa, ou abordados apenas como elementos artísticos, ou relacionados com cartazes de propaganda política em geral. Após efetuarmos rigorosa busca, não encontramos nenhuma obra ou estudo que se fixasse nas mensagens, explícitas e implícitas, contidas nesses cartazes e que podem revelar ou comprovar aspectos sutis da cultura política vigente em Cuba após o advento da Revolução de 1959. Dessa forma, nos propomos a estudar os cartazes de propaganda política cubanos nas décadas de 1960, 1970 e 1980 com o objetivo de compreender, por meio do discurso imagético, particularidades da cultura política socialista de Cuba.

Ao destacarmos os cartazes como representações da cultura política socialista cubana, leia-se oficial, é porque entendemos que *cultura política* é o conjunto de crenças, ideais, conhecimentos, formas culturais, normas e tradições que dão sentido específico à vida política em determinados contextos, sem nos esquecer que, como reforça Serge Berstein¹, a difusão e transmissão de culturas políticas são feitas a partir de múltiplos canais. Dentre aqueles concebidos como *media* incluímos o cartaz de propaganda que, seguindo o raciocínio de Berstein, atuaria difundindo temas, modelos, argumentos e criando uma atmosfera cultural que conduz à aceitação da mensagem política correspondente.

Pensando em uma cultura política comunista, Marc Lazar a define em duas dimensões. A dimensão teleológica provém do projeto revolucionário universalista e compreende a doutrina, a estratégia, a concepção do Partido Comunista e uma hierarquia de organizações centralizadas. Nessa dimensão, o comunismo é sinônimo de

¹ BERSTEIN, Serge. A cultura política. In: RIOUX, Jean-Pierre; SIRINELLI, Jean-François. *Para uma História Cultural*. Lisboa: Editorial Estampa, 1998, p. 349-363.

felicidade, paz e prosperidade resultantes da obediência incondicional, da disciplina e dedicação completa associados à exaltação da União Soviética, do PC, da sua unidade e de seus líderes. Já a dimensão sectária refere-se à sociedade específica na qual o projeto comunista está inserido. Nela, os Partidos Comunistas se adaptam ao contexto social e cultural predominante².

A utilização de representações imagéticas como fonte documental nas ciências humanas não é uma prática recente. Imagens sacras, profanas, políticas, artísticas, em movimento ou fixas, têm sido trabalhadas por pesquisadores como uma forma especial de entender as relações humanas e sociais. E, por que não acrescentar, como uma fonte abrangente para o entendimento de processos históricos e, conseqüentemente, de determinadas culturas políticas. Os historiadores, redirecionando seus olhares para a análise de imagens, entenderam que estas, ao serem trabalhadas conjuntamente com as fontes tradicionais, poderiam trazer à tona elementos que, de outra forma, passariam despercebidos. Logo, poderiam abrir espaço para visões mais amplas do passado e possibilitar um detalhamento maior de determinados processos. Dessa forma, nas pesquisas historiográficas, vem sendo freqüente o estudo do registro de imagens que foi denominado *iconografia*, palavra derivada do grego que significa “a imagem registrada e a representação por meio da imagem”³. Essas novas abordagens, devido à sua perspicácia, terminaram por transformar as práticas de pesquisa, conforme elucidam Bela Feldman-Bianco e Míriam Moreira Leite:

“A utilização de linguagens visuais acentua a necessidade de se redefinir as relações entre pesquisadores e seus objetos e ajuda a dirimir oposições reducionistas entre subjetividade e objetividade na pesquisa. Em vez da postura neutra do ‘observador participante’, a pesquisa passa a ser o resultado

² LAZAR, Marc. Forte et fragile, immuable et changeante... La culture politique communiste. In: BERSTEIN, Serge. *Les cultures politiques en France*. Paris: Éditions du Seuil, 1999, p.215-242.

³ PAIVA, Eduardo França. *História e Imagens*. 2ª ed., Belo Horizonte: Autêntica, 2004, p. 14.

da interação entre pesquisadores, pesquisados, produtos e contextos históricos”⁴.

Partindo dessas considerações, o presente trabalho adotou como *corpus* os cartazes de propaganda política cubanos, buscando analisá-los como representações da cultura política dominante na Cuba socialista. Queremos demonstrar como as imagens desses cartazes podem revelar elementos sobre o contexto político, social e histórico desse país, indicando as permanências e transformações históricas implícitas em seu discurso. Para tanto, analisaremos a mensagem política e ideológica inserida nas imagens e textos desses cartazes e explanaremos sobre a utilização da memória histórica cubana, seus heróis, mitos e feitos, como meio de persuasão. Além disso, demonstraremos como são feitas as construções estéticas desses cartazes políticos.

Desde o início, trabalhamos com a hipótese de que os cartazes constituem uma representação da cultura política socialista cubana. A forma como foram confeccionados, as mensagens implícitas e explícitas, o culto aos mitos e o caráter doutrinário e educacional nos levaram a crer que representam o contexto histórico no qual foram criados e nos indicaram as permanências e modificações operadas no período analisado. Cada imagem, cada palavra, cada símbolo e cor são empregados com objetivos específicos que só uma análise cuidadosa é capaz de apontar.

A seleção de cartazes a serem estudados origina-se de duas fontes distintas: o livro *¡Revolución! Cuban Poster Art*⁵ e *sites* da *internet*. Ao trabalharmos com essas fontes documentais, estamos cientes de haver adotado um material pré-selecionado por outrem, ou seja, os nossos critérios de seleção partem de uma triagem feita anteriormente pelo autor do livro e os organizadores dos *sites* pesquisados e,

⁴FELDMAN-BIANCO, Bela; LEITE, Miriam L. Moreira. *Desafios da imagem: fotografia, iconografia e vídeo nas ciências sociais*. Campinas: Ed. Papyrus, 2001, p. 12.

⁵CUSHING, Lincoln. *¡Revolución! Cuban Poster Art*. San Francisco: Chronicle Books, 2003.

conseqüentemente, de um processo subjetivo do qual não temos participação inicial. No entanto, as questões que norteiam o nosso trabalho nasceram do contato com esses documentos e, por isso, acreditamos que, apesar de nos apoiarmos em uma seleção feita, a priori, por terceiros, a pesquisa conserva a sua importância pelo conteúdo das análises e conclusões que as interpretações das fontes irão nos proporcionar. Estamos certos de que uma pesquisa realizada nos acervos cubanos poderia suscitar outras questões, todavia o acesso a eles exigiria o respaldo das agências e do governo cubano, além de um maior tempo despendido para a realização dos trâmites burocráticos. Por meio dessa documentação disponível, os objetivos foram propostos e através dela levantamos nossos questionamentos.

A respeito da obra de Cushing, encontramos os cartazes separados por temas, autores, títulos e datas em que foram publicados, sem qualquer menção a critérios de ordem e seleção por parte desse autor. Uma pequena introdução histórica abre o livro, dando mais ênfase à relevância artística e ideológica das imagens nos cartazes. Em momento algum Cushing se refere a esses cartazes como elementos de uma cultura política ou promove análises a respeito das mensagens implícitas nessas imagens. O autor, que nasceu em Cuba e foi viver nos Estados Unidos ainda criança, há muito coleciona cartazes de propaganda política de diversos países e, devido a essa circunstância, acreditamos que o seu critério de relevância se baseia no impacto e na admiração que algumas dessas imagens cubanas causam em seus espectadores. Isto é, sua análise não se aprofunda no discurso, no contexto, nas transformações e permanências das mensagens políticas, no nível mais profundo de entendimento de uma imagem, mas sim na mensagem instantânea que essas imagens passam para qualquer espectador que se depare com elas. Ao lado de Dan Walsh, ele criou, em 1991, o *Projeto Pôster Cubano* com o intuito de reunir em um arquivo visual as diversas

produções de cartazes cubanos para a sua preservação e exposição cultural. Buscou, então, obter nas agências de propaganda cubanas alguns originais para fazer as duplicatas e surpreendeu-se ao descobrir que muitos cartazes que circularam pelo mundo não estavam catalogados em suas instituições de origem. Algum tempo depois, uniu-se à Biblioteca Nacional José Martí, em Cuba, participando da montagem de seu acervo de pôsteres, que recebeu auxílio tecnológico e financeiro da Universidade da Califórnia em Berkeley. Em troca, a Universidade pôde fazer cópias digitalizadas da coleção, que passou a integrar o acervo de sua biblioteca⁶.

Temos afirmado que as questões que norteiam nosso trabalho partiram do contato com a documentação; isso significa que, nessa primeira aproximação nossos objetivos foram levantados e propostos. Partindo desses primeiros questionamentos e das hipóteses estabelecidas, passamos a observar quais cartazes poderiam ser significativos para a análise de uma determinada cultura política. Nosso critério de relevância se fundamentou, assim, na diversidade de imagens, estilos, métodos e mensagens, fundamentais para a nossa análise. Dessa forma, acreditamos que uma amostragem de 81 cartazes cubanos distribuídos em três décadas distintas conteria discursos suficientes para serem caracterizados como elementos de uma determinada cultura política. As imagens desses 81 exemplares foram escolhidas, dentre tantas, buscando evitar a repetição exaustiva de temas e mensagens sem deixar de promover uma comparação entre um cartaz e outro de mesmo tema ou mensagem. Da coleção de Cushing, elegemos 47 cartazes aos quais adicionamos outros 34 coletados em diversos endereços eletrônicos⁷, que passaram a integrar nossa documentação com a finalidade

⁶ Alguns cartazes que compõem o Projeto Pôster Cubano podem ser consultados pelo endereço eletrônico <www.lib.berkeley.edu>.

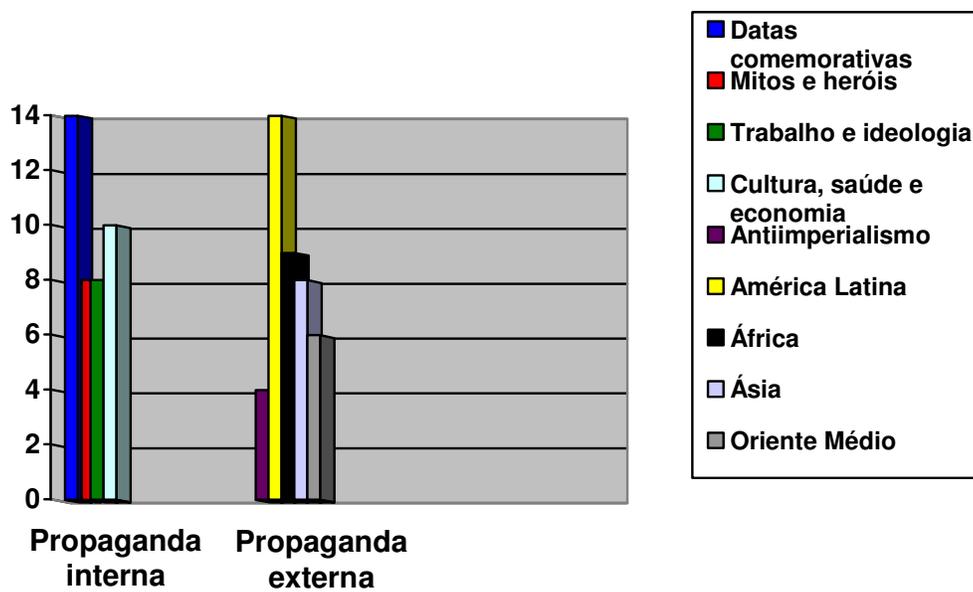
⁷ Os endereços consultados estão relacionados na bibliografia final.

de complementar e enriquecer o nosso estudo. Assim, a escolha dos cartazes teve relação direta com nossos questionamentos iniciais.

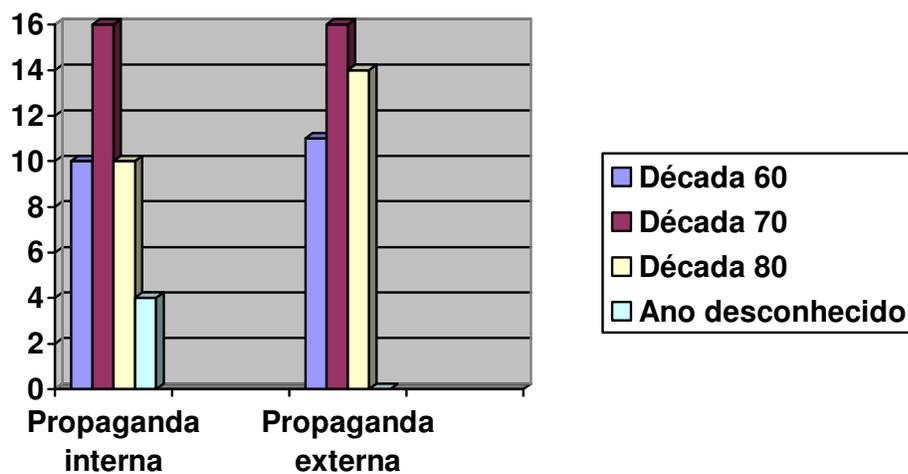
A seleção abrange as décadas de 1960, 1970 e 1980, porque, como nos certifica o próprio Cushing, foi o período de maior produção de cartazes políticos em Cuba⁸ e, também, porque acreditamos que um recorte temporal mais extenso poderá assegurar-nos análises mais interessantes e conclusões mais ricas sobre as questões que aqui propomos, devido às maiores possibilidades de diversificação discursiva em um período mais longo.

Considerando que o critério de seleção que nos orientou, e que é válido tanto para a fonte bibliográfica como para a internet, não se amparou somente nos aspectos artísticos e ideológicos dos cartazes, mas, sobretudo, naquilo que esses mesmos aspectos podem nos revelar sobre a cultura política socialista cubana, suas permanências e transformações, ao longo de três décadas, a variedade de temas é um dos fatores que determinou a triagem final dos pôsteres consultados. Dividimos os 81 cartazes selecionados em 2 categorias que se subdividem em 9 subcategorias temáticas conforme ilustra o gráfico quantitativo abaixo:

⁸ Cushing, Lincoln. *Op. cit.* p. 7-13.



Da mesma forma, podemos verificar como os cartazes dessas duas categorias, propaganda interna e externa, se encontram divididos nas três décadas estudadas segundo o gráfico a seguir:



Imagem, história e análise iconográfica

A opção por utilizar imagens como fontes documentais em trabalhos historiográficos partiu da percepção de que as representações imagéticas proporcionam

o levantamento de novas questões e auxiliam na compreensão de temas obscuros. Essa abordagem não é recente. Peter Burke relata que as pinturas das catacumbas romanas foram estudadas no século XVII como fontes para a história do começo do cristianismo e, no XIX, para a história social. O autor entende que toda documentação histórica sofre influências intermediárias, como os primeiros historiadores, arquivistas, escribas e testemunhas, e, por isso, prefere pensar a idéia de “fonte” como “indícios do passado no presente”⁹. Dentre as inúmeras amostras de um passado, as “imagens são testemunhas mudas e é difícil traduzir em palavras o seu testemunho”¹⁰.

Rodrigo Patto Sá Motta assevera que, nas representações imagéticas de uma determinada época, podemos perceber uma simetria de imagens, que ora são repetidas e reproduzidas com o tempo, ora vão se alterando e adaptando-se às conjunturas históricas. Outras tantas perdem seu valor e são postas de lado porque tornaram-se ineficientes como meios de comunicação. Por isso, o historiador deve trabalhar com este tipo de fonte sem, no entanto, esquecer “a razão de ser que reside no estudo da gênese e dinâmica dos fenômenos sociais”¹¹. O pesquisador deve estar sensibilizado para entender, além das imagens, as constâncias e os câmbios do processo social.

Assim, ao observar a dinâmica das representações imagéticas de determinado período, os historiadores passaram a conceber e a empregar a iconografia, associando-a a outras formas de registros e informações, para o entendimento da historicidade, transformando-a naquilo que Eduardo França Paiva classificou como “verdadeiras certidões visuais do acontecido, do passado”¹².

⁹ BURKE, Peter. *Testemunha ocular: história e imagem*. Bauru: EDUSC, 2004, p. 13-16.

¹⁰ *Ibidem*, p. 18.

¹¹ MOTTA, Rodrigo Patto Sá. *Em guarda contra o “perigo vermelho”: o anticomunismo no Brasil (1917-1964)*. São Paulo: Perspectiva/FAPESP, 2002, p. 25.

¹² PAIVA, Eduardo França. *Op. cit.* p. 13-14.

Alguns cuidados, no entanto, são imprescindíveis na apreciação de imagens, visto que elas não podem ser trabalhadas como representações exatas da realidade. Em muitos casos, seus ícones comportam discursos idealizados para um grupo social. Em outros, por meio dos recursos satíricos e dos estereótipos, o autor pode salientar apenas seus posicionamentos subjetivos e ideológicos. As representações imagéticas são, portanto, indícios, traços do que aconteceu e um pesquisador, por pertencer a uma época distinta, corre o risco de não identificar as convenções ou discursos narrativos daquele objeto. De tal modo, devemos impor limites à nossa interpretação para não terminar inventando realidades históricas. Compreendemos que a subjetividade é fator inerente ao trabalho do historiador, mas não podemos confundir a sensibilidade de uma decodificação com ficção histórica e, tampouco, idealizar significados para que uma imagem melhor se encaixe em seu tempo. Enfim, não podemos cometer o anacronismo de analisar elementos do passado com valores do nosso tempo, pois “as leituras, assim como as versões históricas, são todas filhas de seu tempo”¹³.

Da mesma forma, não podemos nos esquecer que ícones de todos os tipos foram utilizados como elementos de construção de memórias oficiais e coletivas desde as épocas mais remotas, uma vez que a imagem pode conter em si a lembrança e o esquecimento. Nesse sentido, adotamos a concepção de Paul Ricoeur pela qual se distingue *rememoração*, ato individual, de *comemoração*, ato coletivo, para entendermos que, mais que um simples objeto da história, a memória é uma de suas matrizes. Para esse autor, uma *justa memória* só pode ser construída com a ajuda do historiador que, por meio da história crítica, deve se opor aos exageros da memória coletiva ou oficial¹⁴. Em suma, o pesquisador deve notar que toda memória é composta

¹³ PAIVA, Eduardo França. *Op. cit.* p. 33.

¹⁴ RICOEUR, Paul. *La mémoire, l'histoire, l'oubli*. Paris: Seuil, 2003, p. 158-163.

por esquecimentos, pois ela seleciona o que deve ser lembrado e o que deve permanecer proscrito.

Podemos inferir, dessa maneira, que tanto as imagens criadas pela mídia, como os monumentos, as artes plásticas e o imaginário coletivo servem de pilares para a construção de uma determinada memória. Um exemplo disso é o lugar que as imagens fundacionais ocupam em países da América Latina e que, de acordo com Hugo Achugar, possuem a mesma força que a palavra na memória oficial. Esses ícones, em diferentes nações, são dotados de características bem comuns: homens brancos, letrados e militares compõem o estereótipo que consolida a crença de heroísmo de uma classe dominante militar e que já foi utilizado em diversas ocasiões em muitos desses países. Achugar cita José Martí, Simón Bolívar, Tiradentes e Duque de Caxias. Neste sentido, o processo de monumentalização faz com que determinada memória adquira sentido e relevância para uma coletividade. Logo, o mito é concebido, como promessa e comunhão, para preencher um momento e reavivar o desejo de felicidade e o instinto de potência para aquela sociedade¹⁵.

Sendo assim, é no segmento das escolhas e das ausências representativas de memórias que encontramos as sutilezas de determinadas culturas políticas. As representações imagéticas são compostas por vários ângulos que possibilitam abordagens diversificadas. Entretanto, adotar uma imagem como fonte historiográfica compreende um grande desafio, pois é preciso identificar, entre ícones, cores e técnicas, aspectos que guardam em si os silêncios, implícitos e ideologias deixados como rastros de um passado. Trata-se de reconhecer que representações e ações estão intimamente ligadas e que é impossível separar uma produção imagética, esteja ela representando

¹⁵ ACHUGAR, Hugo. *Derechos de memoria: nación e independencia en América Latina*. Montevideo: Ed. da FHCE de la Universidad de la República, 2003, p. 52-53.

algo “real” ou “fictício”, de seu contexto social. É preciso interpretá-la como se interpreta um texto, porque, muitas vezes, é o aspecto secundário, as cenas menos importantes, um pequeno detalhe ao pé da página, que contém as soluções e as respostas dos problemas levantados. Além disso, em cada contexto, de acordo com suas convenções e costumes, “lê-se” a mesma imagem de forma própria, proporcionando entendimentos diversos acerca de um mesmo objeto. Cada símbolo, cada palavra, cada metáfora, podem ter significados diversos em sociedades distintas; em determinados momentos serão apropriados historicamente para, em seguida, serem expostos como objetos de ruptura ou de permanência de valores, ideais e costumes. Percebendo essa dificuldade que um observador poderá ter em um tempo diverso do seu, artistas inserem em suas obras legendas, frases, explicações, promovendo uma interação entre a comunicação visual e textual por meio daquilo que se convencionou chamar de *iconotextos*¹⁶. Esse comportamento comprova que uma imagem, seja ela uma pintura, um cartaz, uma escultura ou um filme, é pré-concebida com a intenção de ser legada para a posteridade, para perpetuar-se no tempo e no espaço. Para Milton José Pinto, os iconotextos possuem três funções distintas. A função de ênfase é aquela na qual os textos selecionam os detalhes que devem ser privilegiados na leitura de uma imagem. Já a função de conhecimento é quando a imagem transmite mal uma idéia, seja por causa de cores ou posições, e o texto passa a exercer o papel de acrescentar a informação inacessível ou defeituosa. Por fim, a função de imobilização dos níveis de percepção encarrega o texto de estabelecer um ponto de vista para a inteligibilidade da imagem evitando, assim, a polissemia¹⁷.

¹⁶ Peter Burke usa o termo *iconotextos*, do historiador da arte Peter Wagner, para nomear os textos que se combinam com imagens objetivando dar sentido ao discurso. BURKE, Peter, *Op. cit.* p. 49.

¹⁷ PINTO, Milton José. *Semiologia e Imagens*. In: BRAGA, José Luiz; PORTO, Sérgio Dayrell; FAUSTO NETO, Antônio. *A encenação dos sentidos. Mídia, cultura e política*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995, p. 151.

Até aqui, muito falamos na relação das imagens com a história e a memória, mas o que entendemos por imagem? A palavra imagem é oriunda do latim *imago*, que designa máscara mortuária usada nos funerais da Antiguidade Romana ou espectro, alma do morto¹⁸. O termo imagem possui diversas significações, no entanto, na opinião de Martine Joly, o importante é entender que toda imagem “indica algo que, embora nem sempre remeta ao visível, toma alguns traços emprestados do visual e, de qualquer modo, depende da produção de um sujeito: imaginária ou concreta, a imagem passa por alguém que a produz ou reconhece”¹⁹. Assim sendo, a imagem é algo que se liga analogicamente a uma outra coisa sem, necessariamente, utilizar de regras de construção servindo, inclusive, de intercessão entre o homem e o próprio mundo. Para compreender melhor uma mensagem imagética é preciso buscar o destinatário para o qual ela foi produzida e em que contexto se deu o seu surgimento²⁰.

Dadas essas considerações em torno do trabalho com imagens na história e entendendo que todo registro precisa ser, intrinsecamente, localizado e datado, como proceder à análise de representações iconográficas? Peter Burke relata que, no que se refere ao procedimento empregado para analisar imagens, existe um conflito permanente entre positivistas, que acreditam que a imagem retrata a realidade exatamente como ela é, sem distorções; e estruturalistas, que se atêm somente no ícone, desconsiderando o contexto social. Para o autor, essas duas correntes possuem pontos relevantes, mas também algumas falhas. A vertente estruturalista, por exemplo, é demasiadamente reducionista. Ela considera os signos apenas como meios de comunicação, simples códigos a serem decifrados, que não se relacionam com nenhuma outra produção humana e nem comportam ambigüidades. Em outras palavras, a

¹⁸ JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. Campinas: Papirus, 1999, p. 18.

¹⁹ *Ibidem*, p. 13.

²⁰ *Ibidem*, p. 39-54.

semiótica decifra os signos ponderando um único significado, uma única possibilidade de análise que se assenta apenas nas permanências e ignora as possíveis transformações. Já o modelo centrado na iconologia de Erwin Panofsky, peca por tornar o procedimento de análise muito especulativo e passível de distorções, visto que, por se tratar de uma observação feita em um tempo distinto daquele no qual o objeto foi criado, oferece o risco de descobrir nas imagens aspectos óbvios. Ao mesmo tempo, quando toda imagem é tratada como alegoria, desconsidera-se a diversidade de questões históricas para as quais essas mesmas imagens poderiam ajudar a encontrar respostas²¹.

O ideal, seguindo o raciocínio de Burke, seria realizar um amálgama entre essas tendências, retirando o que há de mais produtivo em ambas. Para tanto, devemos partir da consideração de que as imagens não dão acesso a um mundo social diretamente, mas sim a visões contemporâneas daquele mundo. O testemunho dessas imagens necessita ser colocado em uma série de contextos e torna-se cada vez mais confiável quando é analisado de forma conjunta. Ao historiador, cabe ler as entrelinhas e captar os pequenos e significativos detalhes²².

Amparados por estes arcabouços teóricos, ousamos aceitar o “desafio” proposto por Peter Burke e ajustaremos à nossa pesquisa os pressupostos estruturalistas ou semióticos e a teoria contextual aos moldes de Erwin Panofsky. Assim, os cartazes de propaganda cubanos terão a sua análise sustentada por duas teorias que se complementam, enriquecendo o procedimento.

O estruturalismo nos auxiliará no momento da análise separada de cada signo dentro dos pôsteres, naquilo que Roland Barthes chamou de “sistema de signos”, que significa focalizar a atenção em uma organização interna do objeto a ser estudado promovendo uma “arqueologia” dos signos existentes nos cartazes. Estes signos, vistos

²¹ BURKE, Peter. *Op. cit.* p. 43-52.

²² *Ibidem*, p. 232-238

como um subsistema de um todo maior, estimulam uma sensibilidade a oposições ou inversões que nos facilita identificar as antíteses presentes em um discurso visual, dado que este enfoque nos possibilita, também, associar um signo com outro²³. Mais um importante aspecto trabalhado pela teoria semiótica é a atenção dada aos elementos que não são escolhidos, aos quais podemos chamar de “silêncios”, ou implícitos, e que constituem peças importantes para o trabalho de análise.

Devemos entender, também, alguns conceitos fundamentais da teoria estruturalista e que se relacionam com a interpretação da imagem. De acordo com Lúcia Santaella, o sujeito interpretante é um mediador entre o objeto e os sujeitos interpretantes futuros. Isso porque não há formas de raciocínio ou pensamentos que se organizam exclusivamente por meio de signos simbólicos, ou seja, qualquer coisa necessita de um sujeito para dar sentido e interpretação a um objeto ou idéia²⁴. Milton José Pinto acrescenta:

“Todo objeto significativo é produzido num dado contexto histórico, circula no meio social e é consumido real e simbolicamente... Deve-se levar em conta as condições de produção/consumo dos discursos sociais em jogo, examinando-se as determinações responsáveis pelas escolhas, conscientes ou não, feitas por ocasião do engendramento de um discurso ou de um tipo de discurso, e as determinações que regem as restrições que organizam sua recepção”²⁵.

Tomando por base essa definição, podemos diferenciar os conceitos de ícone, índice e símbolo que serão muitas vezes empregados no decorrer dessa pesquisa. O ícone é a classe de signo cujo significante mantém uma relação de analogia com o que representa, isto é, ambos têm a mesma propriedade, o que não significa uma identidade

²³ *Apud* BURKE, Peter. *Op. cit.* p. 217.

²⁴ SANTAELLA, Lúcia. *A teoria geral dos signos: como linguagens significam coisas*. São Paulo: Pioneira, 2000, p. 90.

²⁵ PINTO, Milton José. *Op. cit.* p. 146.

total. Podemos utilizar como exemplo o desenho de uma árvore desde que esse desenho se pareça com uma árvore. Por sua vez, o índice mantém uma relação causal de contigüidade física com aquilo que representa sem ter uma semelhança significativa com o objeto representado e chega mesmo a perder seu caráter de signo se o objeto não existir. Usamos como exemplo a palidez para o cansaço e a fumaça para o fogo. Finalmente, o símbolo mantém uma relação de convenção com o seu referente, ou seja, sua virtude está na generalidade da lei, regra, hábito ou convenção das quais ele é o portador sendo que a sua função como signo dependerá dessas convenções. Em síntese, é no sujeito interpretante que existe a razão de ser do símbolo. Um exemplo clássico é a pomba representando a paz. Assim, podemos concluir que não existem signos puros, dado que ícone, índice e símbolo se entrecruzam para apresentar-se a seu sujeito interpretante²⁶.

De acordo com Pierre Bourdieu, a análise estrutural constitui um utensílio metodológico para apreender a lógica específica de cada uma das formas simbólicas, visando isolar a estrutura imanente de cada produção, porquanto é como instrumentos estruturados e estruturantes de comunicação e de conhecimento que os sistemas simbólicos cumprem sua função política de aparelhos de imposição ou de legitimação da dominação de uma classe sobre a outra²⁷, contribuindo para o que Max Weber chamou de “domesticação dos dominados”²⁸. Todavia, somente esta metodologia não nos bastaria, visto que vislumbramos ir além da imagem em si, para chegarmos a uma melhor compreensão de um período da história cubana.

Para tanto, uniremos aos pressupostos estruturalistas a análise contextual denominada *iconologia* e que encontra no pensamento de Erwin Panofsky, pesquisador

²⁶ SANTAELLA, Lúcia. *Op. cit.* p. 109-132.

²⁷ BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 2003, p. 7-16.

²⁸ *Apud* BOURDIEU, Pierre. *Op. cit.* p. 11.

de História da Arte, sua maior expressão. Contudo, cabe-nos ressaltar que aplicaremos nas análises dos cartazes um método que Panofsky trabalhou nas artes plásticas, o que não significa que alargaremos os nossos objetivos para discutir se o cartaz de propaganda política pode ser considerado uma forma de expressão artística, visto que o conceito de arte é demasiadamente abrangente e polêmico. Alguns autores, como Edmund Burke Feldman, pregam que “...a arte pode participar, por meio da educação visual e da persuasão, do desenvolvimento de atitudes populares que podem liderar, eventualmente, uma sociedade melhor”²⁹. O próprio Panofsky lembra-nos que as obras de arte nem sempre são criadas para serem apreciadas ou experimentadas esteticamente, mas que todas elas têm uma significação estética, que não quer dizer valor estético, dirigida para uma finalidade. Para ele, o interesse da idéia pode, muitas vezes, ser eclipsado ou equilibrado por um interesse na forma³⁰. Por conseguinte, não podemos negar a existência de elementos artísticos nos cartazes de propaganda política, mas preferimos, para não estendermos nossa pesquisa aos domínios da estética e da filosofia da arte, aplicar aos cartazes o conceito de *Prop Art*³¹ de Gary Yanker³², que será mais bem explicitado no primeiro capítulo.

Por enquanto, basta-nos ter em mente que a iconologia de Panofsky pode ser aplicada à análise dos cartazes porque, assim como as artes em geral, os cartazes de propaganda política utilizam a iconografia como um meio de expressão. Nesse sentido, levaremos em consideração, nos cartazes de propaganda cubanos, os três itens que

²⁹ FELDMAN, Edmund Burke. *Art as image and idea*. New Jersey: Ed. Prentice-Hall, 1967, p. 39. A tradução de textos em línguas estrangeiras é nossa.

³⁰ PANOFSKY, Erwin. *Significado nas artes visuais*. São Paulo: Perspectiva, 1976, p. 47-54.

³¹ YANKER, Gary. *Prop Art – over 1000 contemporary political posters*. New York: Ed. Darien House, 1972, p. 17-18.

³² Gary Yanker tem formação em Ciência Política pela *Georgetown University* (Washington/D.C.) e viajou pela Europa e África do Norte estudando os pôsteres de propaganda política, o que lhe rendeu um diploma do *East European Institute* (Suécia). Em 1968 fundou a *World Political Parties Institute* com o objetivo de manter contato com partidos políticos do mundo inteiro e, assim, poder dar suporte à sua coleção de cartazes políticos. Escreveu vários artigos para revistas especializadas em cartazes, como *Print* e *World Affairs*.

Erwin Panofsky classificou como componentes essenciais de uma obra de arte, que influem diretamente na metodologia necessária para realizar análise crítica³³.

O primeiro desses componentes é a *forma materializada*, ou seja, o cartaz como objeto concreto, composto por cores, linhas, materiais, técnicas etc. Ele pertence ao que Panofsky denominou como *conteúdo temático primário ou natural* ou *mundo dos motivos artísticos*, aquilo que é percebido de imediato em uma obra de arte. A análise deste nível descreverá o que há de mais óbvio e superficial em um cartaz, aqueles elementos que não escapam da observação de nenhum espectador. É uma espécie de exame pseudo-formal que Panofsky chamou de *descrição pré-iconográfica* e que em nosso trabalho poderá complementar e ser complementado pela análise de cada signo separado pelo método estruturalista.

A *idéia ou tema* é o segundo item e faz parte do *conteúdo temático* designado *secundário ou convencional*. Ele pode ser compreendido como a mensagem mais explícita do trabalho artístico que, ao ser relacionado com os motivos artísticos, forma as imagens propriamente ditas. Ao se combinarem, essas imagens vão desenvolvendo o que Erwin Panofsky chamou de *histórias e alegorias* e integram o campo da *iconografia*, no sentido mais estreito da palavra. A análise desse componente compreende uma familiaridade com as fontes literárias, temas e conceitos específicos que, em nosso estudo, será amparada pelo conhecimento acerca da utilização de cartazes como propaganda política no decorrer da história, a importância dessa utilização, a especificidade dos cartazes cubanos, sua história, seu modo de produção e para quais fins foram produzidos.

O terceiro elemento é o *conteúdo* ou, simplesmente, aquilo que Panofsky alcunhou de *significado intrínseco*. Esse componente se fixa nas entrelinhas de um

³³ No que se refere aos componentes expostos por Erwin Panofsky, consultar: PANOFSKY, Erwin. *Estudios sobre iconologia*. 2ª ed. Madrid: Alianza Editorial, 1976, p. 13-26.

objeto artístico e carrega em si as denúncias, os implícitos, as crenças e ideologias captadas e condensadas em uma forma de expressão artística. É a parte da obra de arte que exige uma análise que o autor classificou de *iconografia em um sentido mais profundo* ou *iconologia*. Neste momento, ocorre o desdobramento e a interpretação dos valores simbólicos, a compreensão da junção das “formas puras”, motivos, imagens, histórias e alegorias como manifestações de princípios fundamentais. Por meio de uma abordagem iconológica, identificaremos esses elementos

“...indagando aqueles pressupostos que revelam a atitude básica de uma nação, um período, uma classe, uma crença religiosa ou filosófica”³⁴.

Concluimos, por meio dessas explanações, que a propaganda política, por exemplo, assenta suas bases no segundo componente, na idéia ou tema, para convencer, persuadir seu espectador; entretanto, é no conteúdo que podemos identificar os aspectos mais significativos desse procedimento, que nos encaminham para o entendimento de determinadas culturas políticas. Em suma, nosso procedimento de análise mesclará a teoria estruturalista e a teoria contextual, pois entendemos que, para apreendermos o discurso imagético presente nos cartazes de propaganda política cubanos, necessitamos compreender os signos que os compõem e o significado de seu conjunto em um contexto social, ou seja, é preciso tomar cada parte dessas em relação a um todo, percebendo os elementos mais superficiais, para, em seguida, penetrar nas imagens e identificar a qual cultura política eles se inserem.

Antes de passarmos para a análise documental propriamente dita, acreditamos ser pertinente conceituar e entender, mais profundamente, de que se trata o nosso objeto de estudo: o cartaz de propaganda política cubano. Portanto, delimitaremos em nosso primeiro capítulo aquilo que chamamos de propaganda política; a utilização de cartazes

³⁴ PANOFKY, Erwin. *Op. cit.* p. 17.

como meio eficaz de propaganda política; a maneira como a memória é utilizada nesses cartazes; as influências do realismo socialista na produção de cartazes cubanos; e, de modo geral, apresentaremos as principais características dos cartazes de propaganda socialista cubanos, como técnicas, locais de produção, forma de distribuição, enfim, como funciona, na prática, o trabalho em torno dos cartazes em Cuba.

No segundo capítulo, passaremos para a análise dos cartazes destinados ao público interno. Para isso, utilizaremos os temas como campanhas de trabalho e de doutrinação, exploração dos mitos e da memória nacional, a ausência de determinados temas e os tabus que cercam outros, buscando traduzir os implícitos de suas mensagens e inseri-los em um contexto histórico.

O mesmo procedimento será adotado no terceiro capítulo quando analisaremos os cartazes dirigidos ao público externo e suas temáticas mais frequentes, tais como imperialismo norte-americano, América Latina, África, Ásia e Oriente Médio.

No decorrer dos capítulos, cada vez que nos referirmos a um cartaz ele estará identificado como “*cartaz n. x*” e estará reproduzido em anexo.

Iniciaremos, então, o nosso percurso pelo universo dos cartazes cubanos.

Capítulo I – Iconografia na propaganda política: instrumento de poder e sedução

“O que são, afinal, os perigos da selva e do campo se comparados com os choques cotidianos e os conflitos do mundo civilizado”? **Baudelaire**

1 – Propaganda política: conceitos e técnicas

A propaganda política vem sendo alvo de debates em boa parte do mundo acadêmico, dado que é percebida como um objeto que contém múltiplas possibilidades que abrem espaço para o entendimento do contexto social, político e econômico de determinada sociedade. Para a nossa abordagem empírica, empregamos o conceito de que propaganda:

“... é a difusão deliberada e sistemática de mensagens destinadas a um determinado auditório e visando a criar uma imagem positiva ou negativa de determinados fenômenos (pessoas, movimentos, acontecimentos, instituições, etc.). A propaganda é, pois, um esforço consciente e sistemático destinado a influenciar as opiniões e ações de um certo público ou de uma sociedade total”³⁵.

São muitas as formas e os meios de se fazer propaganda, e a própria história nos fornece alguns exemplos. Desde a Antiguidade, imagens, símbolos, ícones e mitos são criados e utilizados como forma de dominação, de demonstrar poder e gerar consenso. Muitos monumentos foram erigidos para demonstrar a grandeza do Império Romano e o seu poder onipresente e onisciente. Contudo, a palavra *propaganda*, com o sentido de difusão de idéias, foi empregada pela primeira vez no século XVII quando o Papa Gregório XV nomeou a *Congregação para a Propagação da Fé* em oposição à Reforma. As raízes da acepção que conhecemos hoje datam do século XIX e têm relação com os efeitos das Revoluções Industrial e Francesa, conseqüentemente, com aumento da população, da urbanização, da massificação dos meios de comunicação e da

³⁵ H. D. Lasswell e N. Leites. “The language of politics”. In: BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. *Dicionário de Política*. 12ª ed., Brasília: Edunb, 2004, v.2, 1018-1021.

imprensa, e das mudanças das características de guerra que passou a envolver toda a população. Na I Guerra Mundial, a palavra propaganda perdeu seu sentido de neutralidade e aliou-se ao tom persuasivo a fim de resolver o problema dos tradicionais métodos de recrutamento, intensificando, assim, sua relação com a política. Mas foi na Segunda Grande Guerra que a propaganda tornou-se, politicamente, uma arma tão eficaz quanto a diplomacia, sobretudo, as propagandas nazista e soviética sustentadas pela cultura de massa e técnicas industriais. O termo adquiriu um sentido pejorativo e estes estados provaram que imagens organizadas, sejam por meio de filmes, cartazes, livros ou exposições de arte, produzem efeitos maximizados.

Por esses usos no decorrer dos séculos, podemos associar a propaganda política com aquilo que Pierre Bourdieu chamou de *poder simbólico*. O poder simbólico é relação de cumplicidade, entre os que exercem o poder e os que lhe estão sujeitos, originada nas representações e sistemas simbólicos, ou seja, é um poder de construção da realidade que tende a estabelecer um sentido imediato do mundo, particularmente do mundo social, supondo um certo *conformismo lógico*, uma concepção homogênea do tempo, do espaço, do número, da causa, que torna possível a concordância entre as inteligências. Esse poder não reside nos sistemas simbólicos em si, mas na relação entre os sujeitos, sendo, dessa maneira, uma forma transformada, irreconhecível, transfigurada e legitimada das outras formas de poder. Assim, imagens, símbolos, ícones e mitos, adequados à função política e aos locais de exibição, são vistos por Bourdieu como instrumentos de conhecimento e comunicação que tornam possível o sentido e a reprodução da ordem social exigindo cumplicidade por parte das esferas dominantes e dominadas³⁶.

³⁶ BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 2003, p. 7-16.

De acordo com Maria Helena Capelato, os sentimentos são manipulados pelas propagandas estatais com o objetivo de produzir forte emoção. A intensificação das emoções ocorre através dos meios de comunicação, contudo, os sinais emotivos são captados e intensificados através de outros instrumentos como a literatura, teatro, artes plásticas, arquitetura, ritos, dentre outros elementos que podem entrar em múltiplas combinações e provocar resultados diversos³⁷.

Partindo dessas asseverações, o cartaz é, dentre os elementos que captam e intensificam as emoções, um meio de propaganda que utiliza imagens, de forma organizada, para exercer o poder simbólico. A essa “modalidade” do “fazer propaganda”, convencionou-se chamar *Prop Art*³⁸, isto porque, sendo o cartaz um instrumento de propaganda política e, conseqüentemente, ideológica, ao mesmo tempo, emprega elementos artísticos e estéticos para dar vida à sua mensagem e influenciar a atitude de seu público. É considerado um meio de propaganda eficiente porque, ao valer-se de símbolos, desenhos e ícones, é capaz de difundir idéias, doutrinas e práticas de forma rápida e demandando pouco esforço intelectual, isto é, a imagem é trabalhada visando a uma compreensão rápida do conteúdo comunicativo sem dar tempo para posicionamentos críticos. Além disso, uma imagem “fala” àquela parcela das populações que não é capaz de ler ou decifrar códigos mais sofisticados, como os que comportam a retórica, transmitindo as mensagens ideológicas de maneira superficial em um curto espaço de tempo.

Em geral, a propaganda não possui técnicas homogêneas, pois, conforme veremos adiante na propaganda comunista, cada grupo político pode empregar os mesmos elementos de persuasão, símbolos, mitos e a própria criatividade dos artistas,

³⁷ CAPELATO, Maria Helena R. Propaganda política e controle dos meios de comunicação. In: PANDOLFI, Dulce (org.). *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: FGV, 1999, p. 168.

³⁸ YANKER, Gary. *Prop Art – over 1000 contemporary political posters*. New York: Ed. Darien House, 1972, p. 17-18.

com finalidades distintas. No entanto, nos meados da década de 50, quando as teorias sobre a propaganda política ampliavam seu espaço na comunidade acadêmica, Jean-Marie Domenach³⁹, admitindo que a propaganda é polimorfa e possui recursos ilimitados, ressaltou que existiam alguns pontos coincidentes entre as propagandas estatais e os classificou como *leis e técnicas*⁴⁰ da propaganda política. Essas leis serão de fundamental importância para entendermos algumas construções discursivas nos cartazes de propaganda cubanos.

A primeira delas é conhecida como *Lei da Simplificação ou do Inimigo Único*, e consiste na tática de simplificar, em apenas alguns pontos, a doutrina e a argumentação de uma ideologia, definindo-os da maneira mais clara, concisa e afirmativa possível, valendo-se de alguns elementos simplificadores. Dentre esses, podemos identificar o *slogan*, que apela diretamente às paixões políticas, ao entusiasmo e ao ódio; as *palavras de ordem*, que, possuindo um conteúdo tático, resume o objetivo a atingir; e os *símbolos gráficos, bandeiras, insígnias*, que são capazes de carregar em si idéias e sentimentos que, bem trabalhados, provocam convencimento em massa. Entretanto, na opinião de Domenach, a forma simplificadora mais elementar é concentrar sobre uma única pessoa as esperanças do campo a que pertencemos ou o ódio pelo adversário.

“Apreciam os homens enfrentar pessoas visíveis, de preferência a forças ocultas. Mormente ao persuadi-los de que o verdadeiro inimigo não é tal partido ou tal nação, mas o chefe desse partido ou dessa nação, ganha-se duplamente: por um lado, tranqüilizam-se os adeptos, convencidos de terem pelo frente não massas resolutas como eles, mas uma multidão mistificada conduzida por um mau pastor e que o abandona ao se lhes abrirem os olhos; por outro lado, espera-se dividir o campo do adversário retirando-lhe alguns

³⁹ Jean-Marie Domenach foi, de 1957 a 1976, diretor da revista *Esprit*, fundada por Emmanuel Mounier. Engajou-se cedo na *Résistance* e, apesar de ser frequentemente classificado como um homem de direita, possuía uma postura política não linear: o combate anticolonialista nos anos 50, a participação no PSU nos anos 60, a crítica ao totalitarismo stalinista nos anos 70, a oposição à esquerda nos anos 80.

⁴⁰ As leis citadas deste ponto em diante podem ser consultadas em: DOMENACH, Jean-Marie. *A propaganda política*. São Paulo: Ed. Difusão Européia do Livro, 1955, p. 49-81.

elementos. Atacar-se-á sempre, conseqüentemente, a indivíduos ou a pequenas frações, e nunca a massas sociais ou nacionais em conjunto”⁴¹.

Uma outra é a *Lei de Ampliação e Desfiguração*, entendida como o processo de “exagero” em torno de determinado fato ou circunstância, visando fortalecer a propaganda em questão. Para agigantar o sentido de um acontecimento, as informações importantes nunca são divulgadas de forma “bruta”, mas passam por todo um processo de valorização que, com intuito de desviar dos pequenos detalhes a atenção do público, pode ser associado à *Lei de Orquestração*. Esta, por sua vez, é a repetição incessante dos principais temas elaborados sob prismas diferentes para não se tornarem cansativos, ou seja, é apresentar os temas mais importantes, diversas vezes, em variados aspectos, adaptando os tons e as argumentações aos diversos públicos.

Em seguida, Domenach cita a *Lei de Transfusão* que é o ato de identificar e explorar os diversos gostos populares, mesmo quando eles se assentam nos aspectos mais perturbadores e absurdos, a fim de sustentar a logística de uma campanha com as reivindicações da massa. “Existe, portanto, na alma dos povos, sentimentos conscientes ou inconscientes que a propaganda apreende e explora”⁴² de forma rápida e precisa, criando estereótipos e convicções que são utilizados como argumentos para convencer e, até mesmo, contradizer uma multidão.

A *Lei de Unanimidade ou de Contágio* pode ser entendida como uma *demonstração de força* que, ao trabalhar o sentimento de exaltação e de medo difuso, impele o indivíduo a adotar as concepções políticas, das quais parece compartilhar uma maioria, criando um clima de onipresença e superioridade em relação ao adversário. Trata-se de exhibir, ou até mesmo inventar, uma unanimidade em torno de uma questão

⁴¹ DOMENACH, Jean-Marie. Op.cit. p. 57.

⁴² *Ibidem*, p. 69.

com intuito de gerar conformismo e atrair a parcela de indecisos. Para produzir esta espécie de *contágio*, Domenach explica que nada é mais eficaz que uma manifestação de massa conjugada a certos elementos, como símbolos, insígnias, bandeiras, uniformes, música, que causam uma espécie de fascínio, *quase religioso*, na massa. Outro recurso utilizado pelos propagandistas é a adesão de *personalidades-piloto*, escritores, intelectuais, artistas e esportistas, uma espécie de *condutores da multidão* que “emprestam” seus nomes e rostos a uma causa e pelos quais o público se deixa impressionar⁴³.

Uma outra técnica é criar uma propaganda que fundamenta sua argumentação na oposição às teses adversárias e que ficou mais conhecida como *contrapropaganda*. Apesar de seguir as leis supra citadas, possui sete importantes regras secundárias: assinalar os temas do adversário, de preferência isoladamente, para torná-los combatíveis, pois a propaganda adversa é desmontada em seus elementos constitutivos; encontrar e atacar os pontos fracos do oponente; jamais atacar frontalmente a propaganda adversária quando ela for poderosa, é preferível começar fazendo concessões ao adversário para, pouco a pouco, conduzi-lo a conclusões contrárias às suas; desconsiderar e diminuir a importância do adversário, visto que “o argumento pessoal leva mais longe, nessa matéria, que o argumento racional”⁴⁴; colocar a propaganda do adversário em contradição com os fatos valendo-se, preferencialmente, de provas incontestáveis; ridicularizá-lo, quer imitando seu estilo ou sua argumentação; fazer predominar seu clima de força por meio da *lei de unanimidade*.

Por fim, Domenach salienta que uma propaganda só será bem sucedida se puder contar com um “constante esforço de informação que versa não apenas sobre os fatos suscetíveis de alimentá-la, mas, também, sobre a situação dos setores de opiniões

⁴³ DOMENACH, Jean-Marie. *Op. cit.* p. 79.

⁴⁴ *Ibidem*, p. 83.

visados”⁴⁵, o que significa que a opinião pública é “matéria-prima” para uma boa propaganda política.

Em síntese, apesar de cada uma ter seu ritmo próprio, a trajetória de uma propaganda política parte da fixação em um acontecimento importante, com seu desenrolar bem trabalhado e programado, e termina em uma apoteose, geralmente uma passeata ou outra manifestação de massa. Como exemplo desse percurso, podemos citar grande parte das propagandas cubanas dirigidas contra os Estados Unidos: geralmente, os setores responsáveis ficam atentos a qualquer notícia que envolva as relações entre os dois países e elegem uma para ser utilizada na propaganda estatal, valendo-se, quase sempre, das leis de Domenach. O assunto é amplamente debatido em jornais, rádios, TV e seminários para culminar em um protesto na Praça da Revolução.

Embora possamos identificar a presença das leis elucidadas por Domenach em propagandas do mundo todo, ressaltamos que alguns tipos de propaganda política se destacaram pela forma como atuaram em determinados contextos sociais. Assim, em diferentes épocas e situações, vimos surgir, de acordo com a ideologia ou crença política que professavam, classificações para propaganda, tais como *bélica, religiosa, imperialista, hitlerista, anarquista, leninista, monarquista, republicana*, enfim, existem tantas designações quantas são as formas de empregá-la politicamente. Dentre essas, interessa-nos, sobretudo, aquela denominada *propaganda comunista*.

2 – A propaganda comunista

Aclamados como grandes teóricos do socialismo, nem Marx, nem Engels, descreveram com detalhes o papel que as artes e, por suposto, a iconografia teriam na construção e manutenção de um Estado comunista. Em suas obras, não especificaram o

⁴⁵ DOMENACH, Jean-Marie. *Op. cit.* p. 88.

que seria e o que representaria uma *arte revolucionária*, não obstante demonstrassem, em alguns comentários de pé-de-página, uma preferência por autores de literatura realista. Tampouco, esses autores se preocuparam em determinar como seria uma propaganda comunista e sequer imaginavam a sua importância na “conquista de corações e mentes”. Essa inquietação partiu de seus sucessores e ocasionou posições conflitantes no marxismo, visto que, dotados de percepções distintas acerca do que seria a representação da realidade, os artistas engajados no socialismo divergiam em relação, até mesmo, do que seria o realismo⁴⁶. Paralelamente, a propaganda comunista é fruto das iniciativas de Lenin que, acreditando que o partido era o instrumento de união entre a elite intelectual e as massas analfabetas, congregou as formas de expressão artística à cultura de massa com o objetivo de educar para a revolução. Dessa forma, surgiu uma técnica que, ao entrecruzar doutrinação e lazer, resultava em uma propaganda sutil e eficaz. Ela ficou conhecida como *propaganda agitational* ou *agit prop* e foi empregada, logo depois da Revolução de Outubro, para difundir discursos ideológicos às multidões em meio aos festivais, peças teatrais, musicais, apresentações circenses e de danças⁴⁷.

Com o intuito de fazer das manifestações artísticas uma ponte para a divulgação da nova ordem social, os bolcheviques estimularam os debates sobre a função da arte na nova sociedade e pregaram o pluralismo artístico. Lenin, contudo, estava convencido de que as diversas formas de expressão artística deveriam auxiliar na educação revolucionária e, em 1918, encorajou a população a destruir todas as imagens do passado czarista e erigir, em seu lugar, monumentos em homenagem aos revolucionários da história⁴⁸. Era o despontar de uma estética que, sob o comando de

⁴⁶ Cf. KONDER, Leandro. *Os marxistas e a arte*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967, p. 1-14.

⁴⁷ Cf. CLARK, Toby. *Art and propaganda in twentieth century*. New York: Ed. Harry N. Abrams, 1997, p. 76 e 77. Toby Clark é professor de História da Arte na *Winchester School of Art/University of Southampton*, Inglaterra.

⁴⁸ *Ibidem*, p. 79.

Stalin, se tornaria a forma de expressão artística do comunismo e que conhecemos como *realismo socialista*. A propaganda estatal e, principalmente, os cartazes que a retratavam também foram inseridos nessa conjuntura. A propósito, Kafka diria que “a revolução se evapora e fica apenas o lodo de uma nova burocracia”⁴⁹.

Vittorio Strada acredita que o realismo socialista pode ser dividido em duas fases. A primeira, que começa em 1934 e termina em 1945, caracterizou-se por uma natureza dúplice na qual a doutrina surgia ao mesmo tempo como instrumento de poder e como ideal de libertação. Censura ideológica e tática política mesclavam-se talhando como “verdadeiro” tudo o que servisse aos interesses da revolução. A segunda fase, por sua vez, rompeu com essa duplicidade e optou pela censura aberta, perseguições e terror. O Partido Comunista assumiu o papel de centro único produtor de idéias e os processos criativos foram moldados aos manuais de Jdanov⁵⁰. Para este, a “má qualidade” da cultura ocidental decorria do “misticismo, clericalismo e da pornografia” característicos do “declínio e da corrupção” dominantes no capitalismo.

Oficialmente, o realismo socialista foi anunciado no I Congresso dos Escritores Soviéticos, em 1934, e se amparou, teoricamente, em uma dúbia interpretação do marxismo e da história cultural da Rússia. Stalin o resumiu com a seguinte frase: “o dever do artista é interpretar, refletir e mudar a realidade”⁵¹. De acordo com Sílvia Miskulin, ao se estabelecer esta política cultural oficial do Estado, muitos artistas, escritores e intelectuais foram perseguidos e silenciados, dado que as instituições culturais aceitavam apenas as produções que passavam para a população mensagens de

⁴⁹ Apud KONDER, Leandro. *O marxismo na batalha das idéias*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p. 75.

⁵⁰ STRADA, Vittorio. “Do realismo socialista ao zhdanovismo”. IN: HOBBSAWM, Eric. *O marxismo na época da Terceira Internacional: problemas da cultura e da ideologia*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987, vol. IX, p. 157-159.

⁵¹ CLARK, Toby. *Op. cit.* p. 85 e 86.

otimismo em relação ao sistema socialista e seu novo modo de vida e conduta social⁵². Esse “objetivismo” proclamava, na maioria das vezes, aquilo que seria ideal, exemplar, doutrinário, muito diferente da realidade em questão.

“Durante o governo de Stalin, Jdanov dirigiu as instituições culturais e aplicou a política do realismo socialista, reprimindo fisicamente os escritores e intelectuais que discordassem desta política. Como vimos, o ostracismo, a prisão e a morte de intelectuais foram práticas comuns nos anos 1930 e 1940 na União Soviética, quando a censura e o cerceamento à liberdade de expressão e criação atingiram seu ápice”⁵³.

Denis de Moraes aponta como característica do realismo socialista a expressividade que se ligava ao gênero figurativo e não tolerava o abstracionismo e o subjetivismo. O realismo crítico seria interpretado de acordo com os princípios do Partido Comunista que excluía de seu cânone o expressionismo burguês, pois transmitia desespero, pessimismo, descrédito nas pessoas e no futuro, “deturpando a vida”. O importante era cultivar o romantismo revolucionário, voltado para a mitificação de heróis positivos e para o trabalho prático visando uma perspectiva grandiosa⁵⁴.

A propaganda comunista se amparou nesse “objetivismo” e os cartazes, que utilizaram elementos artísticos, foram confeccionados de acordo com a padronização da estética oficial. É possível, portanto, afirmar que quatro princípios fundamentaram o realismo socialista e, conseqüentemente, a produção de cartazes de propaganda. O primeiro deles, chamado de *norodnost*, buscava tornar as formas de expressão artística acessíveis às massas, refletindo seus supostos gostos e realidades. Intrinsecamente a ele, o *klassovost* objetivava reforçar os interesses de classe em toda espécie de produção. O outro princípio, *ideinost*, se baseava na utilização de tópicos que faziam relação com as

⁵² MISKULIN, Sílvia. *Cultura ilhada: imprensa e Revolução Cubana (1959/1961)*. São Paulo: FAPESP/Xamã, 2003, p. 155-156.

⁵³ *Ibidem*, p. 156-157.

⁵⁴ MORAES, Denis de. *O imaginário vigiado: a imprensa comunista e o realismo socialista no Brasil (1947-53)*. Rio de Janeiro: Ed. José Olympio, 1994, p. 124-125.

questões importantes em andamento e está ligado ao quarto, *partiinost*, ou partidarismo, que remetia a um artigo de Lênin de 1905 no qual este reforçava a idéia do dever e do direito histórico do Partido Comunista de dirigir a vida cultural do país segundo suas próprias necessidades⁵⁵.

Partindo desses princípios e da aplicação do modelo de produção cultural soviético, Toby Clark revela que, embora tenham existido motivações distintas, existem alguns pontos coincidentes entre o realismo socialista e o programa cultural implantado na Alemanha nazista. Dentre eles, podemos citar a produção de imagens idealizadas de operários e camponeses; a elevação e o culto às personalidades dos líderes; o uso de estilos e linguagens populares; a utilização de técnicas persuasivas, aliadas a métodos coercitivos e assassinatos em massa; e o direcionamento do discurso político a uma audiência de massa; todos muito bem trabalhados por meio das técnicas de propaganda. Contudo, o autor salienta que uma análise iconográfica dos dois regimes permite identificar importantes diferenças ligadas à ideologia vigente, tais como as diferentes visões da natureza, tecnologia, trabalho, história e objetivos humanos estruturados pelas específicas tradições culturais e sociais de cada contexto nacional. O esporte, por exemplo, foi representado pelos soviéticos como um meio de cultivar o trabalho em equipe, o entusiasmo coletivo, a união, a perseverança e determinação pela vitória; já os nazistas, o percebiam como um meio de incentivar a perfeição e beleza individual dos corpos, atributo da supremacia racial⁵⁶. Maria Helena Capelato acrescenta que:

“... os móveis das paixões variam conforme o momento histórico (honra, riqueza, igualdade, liberdade, pátria, nação, etc.), e no caso das experiências totalitárias alguns móveis são comuns (por exemplo, o amor ao chefe, à pátria/nação), e outros, específicos (como o anti-semitismo)... A propaganda política é estratégica para o exercício do poder em qualquer regime, mas naqueles de tendência totalitária ela adquire força muito maior porque o

⁵⁵ CLARK, Toby. *Op. cit.* p. 87.

⁵⁶ *Ibidem*, p. 73-74.

Estado, graças ao monopólio dos meios de comunicação, exerce censura rigorosa... O poder político, nesses casos, conjuga o monopólio da força física e da força simbólica”⁵⁷.

Dadas as similitudes e diferenças apresentadas acima, nos concentraremos na influência que o realismo socialista exerceu nas produções culturais e governamentais em Cuba. Em um estudo sobre a estética marxista, Leandro Konder afirma que o erro dos países comunistas ocidentais foi terem assumido as fórmulas da URSS⁵⁸. Em Cuba, conforme veremos mais detalhes posteriormente, essa premissa inclui, apenas, parte do programa cultural, pois sabemos que o realismo socialista foi adaptado à cultura cubana e seus cartazes de propaganda continham outras influências artísticas, distintamente da sobriedade soviética.

Entretanto, Sílvia Miskulin assevera que, em junho de 1961, no fechamento dos encontros na Biblioteca Nacional José Martí, Fidel Castro definiu, claramente, os rumos da política cultural cubana. Em seu discurso histórico, *Palabras a los intelectuales*, Castro estabeleceu os direitos e deveres de cada indivíduo, dos intelectuais e do governo, e limitou a liberdade de criação e manifestação. Para ele, haveria espaço para os artistas que se manifestassem conforme a máxima “dentro da Revolução, tudo; contra a Revolução, nada”⁵⁹, ou seja, para que a Revolução continuasse vitoriosa, até a vocação artística deveria ser coibida.

“Para Fidel Castro, esta política cultural não significaria que o artista deveria sacrificar o valor e a qualidade das suas criações, mas sim preocupar-se em produzir para o povo, da mesma maneira que o povo deveria elevar seu nível cultural e aproximar-se dos intelectuais. Voltar a sua produção para os seus contemporâneos não seria renunciar a produzir obras para a posteridade, ter

⁵⁷ CAPELATO, Maria Helena R. *Op. cit.* p. 168-169.

⁵⁸ KONDER, Leandro. *Os marxistas e a arte*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967, p. 1-14.

⁵⁹ Fidel Castro *Apud*, MISKULIN, Sílvia. *Op. cit.* p. 172.

um valor histórico ou universal, mas comprometer-se com as necessidades da Revolução”⁶⁰.

Neste sentido, a política cultural cubana se aproximava da visão leninista de educar para a revolução. Isso pode ser confirmado pela criação da UNEAC, *União de Escritores e Artistas de Cuba*, em agosto de 1961, com o objetivo de centralizar as atividades culturais, seguindo os moldes das associações de escritores e artistas da URSS. Outras semelhanças com o programa soviético e seus princípios podem ser percebidas nas temáticas abordadas pelos cubanos: a metáfora de “Davi vencendo Golias”, uma analogia da luta ideológica entre Cuba e Estados Unidos, que representa a confiança no Partido e no sistema revolucionário em detrimento do *american way of life*; a glorificação do trabalho camponês; a personificação dos ideais políticos comunistas em diretores escolares dedicados, camponeses esforçados, mulheres operárias, prática que na URSS culminou com o conceito de *nova pessoa soviética*, tão bem tipificado pelo Exército Vermelho. Esses elementos se tornaram símbolos da crença marxista numa sociedade harmoniosa que almejava desenvolver o individual em direção ao universal e que, para isso, abolia temáticas politicamente “irrelevantes” como amor, moda, erotismo, liberdade, dentre outras. Mesclados à crença em pessoas “super poderosas”, responsáveis pela construção do socialismo, os mitos, heróis e a história cubana, reformulados para a conduta revolucionária, se tornaram um dos principais temas culturais. Os cartazes de propaganda cubanos são uma pequena parte do emprego dessa memória nacional pela propaganda estatal.

Sabemos que em diversas ocasiões a propaganda política relaciona-se com um passado glorioso para convencer as mentes de sua “missão histórica”. Aquilo que repercute negativamente é silenciado ou direcionado para o lado adversário. A

⁶⁰ Fidel Castro *Apud*, MISKULIN, Sílvia. *Op. cit.* p. 173.

propaganda comunista, particularmente, se apoiou, muitas vezes, em sentimentos patrióticos e em memórias oficiosas. A destruição das imagens do czarismo foi uma mostra da necessidade do governo revolucionário de destruir o passado e construir uma “nova história” para a Rússia, fundamentada nas imagens revolucionárias. O mesmo ocorreu em Cuba, onde os livros de história são ilustrados com os atos de heroísmo dos guerrilheiros e a culpa de todas as misérias é dirigida ao governo de Fulgêncio Batista e ao imperialismo *yankee*. Antonio Gramsci lembrou que “toda nova geração que amesquinha a geração que a precedeu é porque também é mesquinha, não possui confiança em si mesma, ainda que assuma pose de gladiador e exiba mania de grandeza”⁶¹.

A utilização da memória para a construção e manutenção do socialismo em Cuba passou, então, por um processo de escolhas ideológicas que silenciou, mas não extinguiu, as memórias das coletividades. A propaganda se apoiou em uma memória oficial, estatal, inserida em “um campo de batalha onde o presente debate o passado como modo de construir o futuro”⁶², tornando-se, assim, uma relação tensa entre as diversas memórias pelo poder. Tzvetan Todorov alerta que esse processo proporciona um perigo iminente: o apagamento da memória com a instituição de uma história oficial que impõe um controle à tradição, aos ditos e não-ditos⁶³.

Porém, não é só a propaganda estatal que se apóia na memória para a manutenção do *status quo*. A memória oficial, para se tornar um meio convincente, precisa ser divulgada, conhecida, legitimada, formando com a propaganda uma espécie de “simbiose social”. Os cartazes e, também, o sistema educacional se tornaram

⁶¹ *Apud* KONDER, Leandro. *O marxismo na batalha das idéias*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984, p. 75.

⁶² ACHUGAR, Hugo. *Derechos de memoria – nación e independencia en América Latina*. Montevideo: Ed. da FHCE de la Universidad de la República, 2003, p. 11.

⁶³ TODOROV, Tzvetan. *Les abus de la mémoire*. Paris, Arléa:1998, p. 9.

eficientes ferramentas que auxiliam esse processo de interdependência. As escolas, desde o ensino primário até o universitário, trabalham com uma metodologia oficial na qual a história do povo cubano está intrinsecamente ligada aos feitos revolucionários. A historiografia, que trata, de um modo geral, com pessimismo o que não está ligado à revolução, elegeu trabalhar com a construção dos mitos e com uma certa idéia de liberdade inata ao povo cubano, remontando os prodígios rebeldes à época da colonização espanhola. O esquecimento ronda a história pós-revolução, cobrindo com um véu as perseguições aos dissidentes, as prisões políticas e as violações aos direitos humanos, ou seja, a memória destes grupos é ignorada por uma grande parcela da população cubana.

Nos livros de história, nos cartazes e monumentos espalhados pelo país, as imagens de José Martí, Che Guevara, Camilo Cienfuegos e Fidel Castro são as personificações do mito e do herói em Cuba. São os rostos da memória oficial e do exemplo revolucionário que têm espaço nas grandes comemorações organizadas pela agenda pública. Ao massificar, incansavelmente, essas imagens e comemorações, o papel da propaganda, e mais precisamente o dos cartazes, é legitimar a memória oficial e impedir que seus observadores conheçam outras memórias e sejam os protagonistas da história de sua nação. O que são os monumentos públicos senão essa esfera de lembranças e esquecimentos? Ao mesmo tempo em que propagam os mitos em questão, promovem o esquecimento dos heróis das minorias e anti-heróis (do ponto de vista oficial).

Nesse aspecto, ao trabalhar os mitos, heróis e a história nacional, a propaganda libera verdadeiros sonhos e ódios coletivos, captados no fundo de cada um de nós, e que manipulados, negativamente, se tornam pesadelos para a humanidade. Um líder ou estadista que consegue fazer a multidão projetar em si os seus anseios, passa a ser o

defensor de suas paixões e esperanças, transformando-a em um joguete⁶⁴. A propaganda comunista, assim como a nazista, trabalhou intensamente a imagem do líder e, muitas vezes, o transformou em uma lenda viva. É o que aconteceu com Fidel Castro, figura constante nas propagandas doutrinárias e cartazes cubanos.

3 – O cartaz como meio de propaganda

O cartaz, como veículo de comunicação ou doutrinação, é um instrumento valioso para a percepção de determinada cultura política, visto que a sua mensagem se constrói a partir da solidificação de ideais de comportamento e da difusão de imagens socialmente compartilhadas valendo-se de mecanismos que, simultaneamente, permitem convencer, satisfazer e alimentar um anseio coletivo. A esse processo Ernest Dichter⁶⁵ chamou de *estratégia do desejo* e é parte daquilo que classificamos como *psicologia do cartaz*, um campo que engloba os instrumentos de criação, persuasão, formas de transmissão e recepção do discurso ideológico contido no cartaz. Portanto, as características intrínsecas ao espectador são tão importantes quanto as técnicas empregadas para confeccionar um cartaz. É preciso conhecer o destinatário para saber como seduzi-lo. A taxa de atenção geral, que é o fator de interesse do receptor pelo mundo exterior, o seu tempo disponível para apreensão e observação, e a taxa de esforço intelectual, derivante de seu nível cultural, são apenas alguns elementos que devem ser levados em consideração. Linearmente, as condições psíquicas de entendimento, que interferem no modo de vida e nas características pessoais, serão sempre permeadas por fatores econômicos e sociais que, também, devem ser levados em

⁶⁴ DOMENACH, Jean-Marie. *Op. cit.* p. 103.

⁶⁵ *Apud* MOLES, Abraham. *O cartaz*. São Paulo: Perspectiva, 1978, p. 13.

conta, visto que a situação sócio-econômica de um destinatário influenciará o seu nível cultural e, conseqüentemente, a sua compreensão do mundo objetivo⁶⁶.

Contudo, diante dos inúmeros avanços tecnológicos e audiovisuais, quais os fatores que tornam o cartaz um veículo de propaganda política preferível aos demais? Abraham Moles destaca seu *caráter de ambiência*, ou seja, a sua capacidade de ser afixado no local que puder ser mais bem percebido por multidões, independente de regras ou de uma predisposição urbanística, podendo penetrar em locais que outros meios não alcançariam. Além disso, sua concepção estética pode aproximá-lo de um formato poético, com suas frases de impacto e imagens chocantes sugerindo mais do que realmente exibem, e dotá-lo de função artístico-social⁶⁷. Gary Yanker aposta na durabilidade da imagem que, se não for compreendida no primeiro instante, estará ali para ser observada e apreendida posteriormente. Incluí-se, também, o fato de o cartaz ser um meio acessível, intelectual e financeiramente, de fácil identificação e que dificilmente produz ambigüidades ou efeitos contrários⁶⁸.

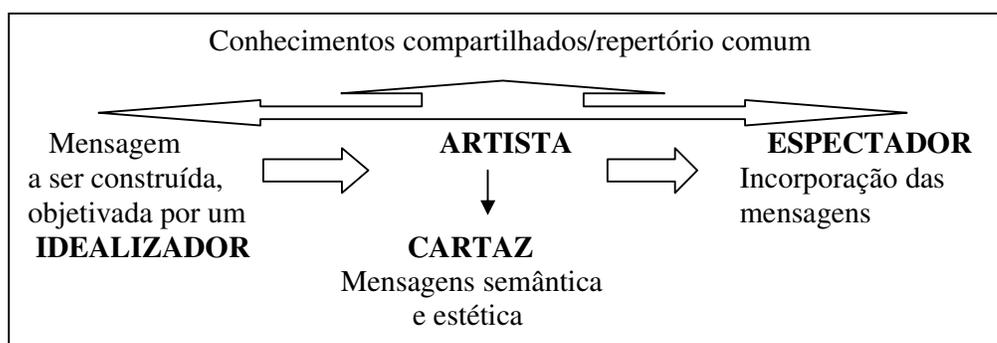
Dessa forma, a mensagem, as imagens e símbolos impressos em um pôster devem ser conhecidos pelo emissor e pelo receptor para não resultar em interpretações ambíguas. Os signos são mais bem compreendidos se forem apresentados em uma atmosfera sensual, com a exploração de recursos gráficos. Partindo de uma *sintaxe visual*, Abraham Moles explica que existem dois modos de apreensão do cartaz que exigem do emissor e do receptor um conhecimento comum do objeto comunicado. No primeiro deles, a mensagem é *semântica* ou *denotativa* e é objetivável, traduzível, expressa de modo claro para o receptor por uma combinação de signos conhecidos antes

⁶⁶ MOLES, Abraham. *Op. cit.* p. 112-116.

⁶⁷ *Ibidem*, p. 55.

⁶⁸ YANKER, Gary. *Op. cit.* p. 21-25.

do ato da comunicação⁶⁹. No momento da interpretação, ela coincide com a fase pré-iconográfica de Panofsky. No outro modo de apreensão, a mensagem é *estética* ou *conotativa* e é mais subjetiva e pessoal, envolvendo os elementos de percepção anunciáveis e armazenados pelo observador. Compreende, na análise iconográfica, ao terceiro nível de Panofsky⁷⁰. A relação entre o emissor, o cartaz e o receptor pode, baseada na famosa fórmula de comunicação de Lasswell⁷¹, ser assim resumida:



No entanto, a mensagem expressa pelo cartaz possui uma “vida útil”, pois chega o momento em que seu sentido foi inteiramente extraído e precisa ser substituído por outros elementos que o tornarão novamente atrativo. É hora de criar um novo cartaz que, quase sempre, trabalhará o mesmo discurso por meio de outros mecanismos estéticos e retóricos.

A eficácia de uma mensagem política, portanto, não se sustenta apenas com elementos estéticos. A imagem necessita ser preenchida por argumentos que produziam uma comunicação dinâmica e atraíam o observador no primeiro instante. Hitler acreditava que o apelo discursivo surtia melhores efeitos quando se dirigia à emoção das massas, enquanto Lenin preferia apoiar-se na razão. Na realidade, as fórmulas argumentativas mais eficientes são resultantes da junção entre racionalidade e

⁶⁹ MOLES, Abraham. *Op. cit.* p. 47-53.

⁷⁰ Cf. PANOFSKY, Erwin. *Estúdios sobre iconologia*. 2ª ed. Madrid: Alianza Editorial, 1976, p. 13-26.

⁷¹ Quadro nosso a partir de fórmula de Lasswell *Apud* MOLES, Abraham. *Op. cit.* p. 199.

emotividade. Moles demonstra, por exemplo, que uma estratégia bem sucedida pode se apoiar no *método das associações*, no qual um elemento “empresta” ou “oferece” suas virtudes conotativas ao elemento associado, formando uma *metáfora por aproximação* que vai produzir um sentimento de intimidade, de conhecimento de causa no receptor. Já no *método de variações*, a exaustão discursiva de um cartaz pode ser sanada ao apresentar um mesmo tema, de forma variada, dando a entender que são coisas distintas, quando na verdade a mensagem é a mesma. Outros artifícios persuasivos encontram-se no *método da teoria funcional da comunicação*. São aquelas frases de impacto e imagens chocantes utilizadas para serem absorvidas de forma instantânea e atingirem psicologicamente o destinatário. As frases, mormente, valem-se de recursos que aprimoram a retórica do cartaz, tais como: o emprego do verbo no imperativo, criando no subconsciente do receptor a idéia de dever, de obrigação; a convicção com a qual é escrita, provocando segurança e confiança; as palavras escritas repetidamente em uma mesma campanha, causando o efeito hipnótico, que vão permanecer na mente após o contato visual; o reflexo condicionado, resultado da associação de imagens com determinados assuntos, como ocorre com a águia que nos remete ao domínio norte-americano; e a atração surrealista, que joga com a originalidade e imprevisibilidade⁷². Poderíamos, então, resumir o cartaz como a composição de uma ou mais imagens, geralmente coloridas, contendo um único tema acompanhado de um texto condutor de mais ou menos 20 palavras. Esse tema vai ser portador de um argumento singular, confeccionado com a finalidade de ser exposto à velocidade da visão do transeunte e por ela ser absorvido instantaneamente. No que se refere à argumentação⁷³, ela pode se amparar no apelo a uma autoridade legitimada; ao lado “doce” de um regime ou sistema; na fabricação da imagem de um líder ideal; no ataque direto, apelando ao

⁷² MOLES, Abraham. *Op. cit.* p. 80-88.

⁷³ YANKER, Gary. *Op. cit.* p. 18-20.

preconceito ou aos interesses especiais; apelos que limitam as alternativas existentes; exposição de falsas causas e efeitos; e os famosos clichês.

Em se tratando dos modos de apresentação do cartaz, Gary Yanker classificou, dentre as variadas possibilidades de *design*, cinco formatos mais comuns. O *retrato*, mais utilizado em campanhas eleitorais, emprega a fotografia de uma pessoa como representação de uma causa do partido. Nos países comunistas é a fórmula para trabalhar o culto aos mitos, heróis e, também, o exemplo e a virtude personificados na figura dos líderes. Esse formato pode se aliar ao segundo, conhecido como *ilustração*, objetivando mais possibilidades de expressão. O outro é a *alegoria* ou *metáfora*, procedimento muito popular, que se utiliza de imagens ou figuras como representações da luta entre as “boas forças políticas” e as “más”, a eterna dicotomia entre o bem e o mal. O formato conhecido por *mensageiro anunciado* trabalha com a justaposição de símbolos e figuras visando, por meio de uma linguagem sintética, causar efeitos emblemáticos em segmentos específicos. Um exemplo é a utilização da figura de uma caveira ao lado de um cigarro a fim de vincular a mensagem de morte aos fumantes. Por fim, surge a *caricatura*, utilizada para ridicularizar ou acentuar as expressões e defeitos dos oponentes⁷⁴. Em Cuba, ela foi muito empregada para retratar alguns presidentes norte-americanos e outros líderes adversários.

Independente do formato a ser empregado na confecção de um pôster, um elemento que deve receber atenção especial é a cor. As cores têm um papel de suma importância no conjunto final da mensagem, pois transmitem emoções, realçam detalhes, revelam formas que, talvez, passariam despercebidas sem a sua presença. A escolha errada de uma cor pode, inclusive, transmitir uma mensagem, ou parte dela, erroneamente. Yanker cita uma espécie de *teoria da cor* que se ampara no significado e

⁷⁴ YANKER, Gary. Op. cit p. 60-65.

na preferência por determinadas cores em contextos políticos específicos. Vemos, a partir dela, que a cor azul tem sido associada a discursos mais conservadores; o branco aliado ao preto, se dirige às pessoas mais sofisticadas; o amarelo vai de encontro aos reformistas; o laranja, coligado ao azul, ou o vermelho ao preto, surgem apresentando pessoas desconhecidas; e o vermelho sozinho é emblema de sentimentos intensos, revolucionários, sendo a cor adotada pelos Partidos Comunistas de todo o mundo⁷⁵. Paralelamente, Abraham Moles arrazoia sobre o emprego científico das cores e as implicações mais visíveis desse uso no olho humano. Destarte, a retina reage mais rapidamente diante de imagens que obedecem à seguinte ordem: preto sobre branco; preto sobre amarelo; vermelho sobre branco; verde sobre branco; branco sobre vermelho; amarelo sobre preto; branco sobre azul; branco sobre verde; vermelho sobre amarelo; azul sobre branco; branco sobre preto; verde sobre vermelho. Nesse sentido, as cores produzem ressonâncias psicofisiológicas e, como consequência, cerebrais. O vermelho será visto como dinamismo, cor criadora de entusiasmo, erotismo e até violência; o laranja é estimulante, atraindo indecisos; o amarelo é mais tônico, luminoso; o verde opera como tranqüilizante, repousante; o azul é tido como calmo, um pouco frio; e o anil permanece na neutralidade, sem valor preciso⁷⁶.

Quando direcionamos a atenção aos cartazes comunistas em geral, notamos algumas características bem específicas, como a ausência de apelos comerciais em sua mensagem e a preferência por aqueles assuntos referentes às campanhas de trabalho, à solidariedade e às comemorações nacionais. Fixando-nos nas técnicas de produção, podemos observar a simplicidade e objetividade do discurso; a clareza das palavras; o balanço ou equilíbrio entre cores e imagens; a ênfase em palavras de ordem; a unidade em torno da ideologia; a atenção gerenciada para os objetivos do Partido; o *design*

⁷⁵ YANKER, Gary. *Op. cit.* p. 68.

⁷⁶ MOLES, Abraham. *Op. cit.* p. 94-95.

padronizado; e o estilo do realismo socialista. Intrínsecos a essas características, estão os modernos meios de apresentação e representação simbólica que exibem a mensagem ideológica em forma de cápsulas e abreviam, assim, várias sentenças. Mas para que o discurso simbólico produza os efeitos desejados, os símbolos necessitam passar por alguns estágios de cognição que compreendem o *pré-motivo*, ou seja, o conhecimento prévio do significado daquele símbolo; o *motivo*, que é o uso recorrente do símbolo em determinada área e período; e a legitimação desse símbolo em certos contextos⁷⁷.

Max Gallo ressalta que os cartazes soviéticos apresentam como características próprias um certo exagero de imagens violentas associadas a textos simples e secundários, a exaltação do exército vermelho, ênfase nos princípios da justiça, revolução e defesa dos pobres, além da tradicional criação dos mitos nacionais⁷⁸.

Dentre os diversos emblemas que foram legitimados no imaginário social comunista, podemos destacar a foice e o martelo, representando a união dos trabalhadores do campo e da cidade; o punho cerrado, como símbolo de força, de determinação para a luta; o rifle levantado, simbolizando a revolta armada; as mãos em forma de garra, que significam a usurpação, a tomada de algo; as correntes, como representantes da prisão e do controle, muito utilizadas para simbolizar a opressão dos países africanos e subdesenvolvidos⁷⁹.

O próprio Gary Yanker nos apresenta alguns dados que classificam os países comunistas e a Palestina como os maiores produtores e distribuidores de cartazes de propaganda política em nível mundial. De acordo com sua pesquisa, os grupos de libertação da Palestina imprimem seus pôsteres no Líbano, Egito, Argélia e Jordânia, exportando-os para países árabes e grupos simpatizantes dos Estados Unidos e de países

⁷⁷ YANKER, Gary. *Op. cit.* p. 52-60.

⁷⁸ GALLO, Max. *The poster in history*. Nova York: W.W. Norton & Company, 2003, p. 210-216.

⁷⁹ YANKER, Gary. *Op. cit.* p. 57-59.

da Europa Ocidental. Já os países comunistas, se utilizaram de livrarias, partidos políticos e, principalmente, de suas embaixadas no exterior para realizar a distribuição de seus pôsteres políticos. As agências, também, cadastravam pessoas que compravam ou recebiam algumas peças em seu domicílio. Calcula-se que a URSS chegou a produzir em língua russa 500.000 pôsteres que incluíam temas internacionais, como a crítica ao envolvimento dos EUA no Vietnã. Não se estipulou o número de cartazes exportados pela China, mas sua produção se caracterizou por peças criadas em mandarim, francês, inglês e espanhol⁸⁰. A produção e distribuição cubana será mais bem explicitada adiante.

Sinteticamente, Raymond Savignac⁸¹ definiu, assim, um cartaz de propaganda:

“O cartaz é essencialmente um desenho sem legenda, o esboço que substitui o longo discurso. Seu desenho não pode ser considerado um fim em si. É tão somente um meio, um veículo, não tende a ser a representação exata de uma figura ou de um objeto. Está inteiramente sujeito às necessidades da expressão ou do inventor. Pode ser deformado até a caricatura, mas deve sempre conservar a simplicidade esquemática sem a qual seria ilegível. (...) O cartaz procede como as prostitutas, enfeita o muro, cria a ilusão, se não da felicidade, pelo menos do conforto e da beatitude. É o *optimum* levado ao absurdo. (...) O cartaz é um escândalo visual. Não é olhado, é visto. É a lei da óptica que determina sua forma. Sua leitura tem de ser instantânea. O homem da rua deve perceber o que ele quer dizer numa fração de segundo. Suas qualidades estéticas são secundárias, para não dizer supérfluas”⁸².

⁸⁰ YANKER, Gary. *Op. cit.* p. 76 e 77.

⁸¹ Raymond Savignac foi um dos pioneiros franceses na criação do que se convencionou chamar de cartaz de propaganda. Suas numerosas obras foram produzidas para clientes no mundo todo e se caracterizaram pelo *design* simples, direto, bem-humorado e eficaz. Era um especialista que gostava de ver os cartazes pregados nos muros, um sobre o outro, disputando a atenção. Faleceu em 2002 aos 93 anos.

⁸² *Apud* MOLES, Abraham. *Op. cit.* p. 195.

4 – Cartazes cubanos: uma apresentação

Vimos, inicialmente, que a propaganda política, seja ela democrática ou autoritária, é trabalhada por diversas formas de expressão, podendo, inclusive, utilizar elementos artísticos como meio de persuasão. Em seguida, enfatizamos algumas características do realismo socialista pensando em sua ingerência na construção da propaganda comunista. Logo, detalhamos a importância do cartaz como veículo de propaganda política e algumas de suas características mais importantes. Finalmente, relataremos a história dos cartazes políticos na Cuba pós-revolução de 1959 e seus elementos constitutivos.

Os cartazes de propaganda política cubanos integram a diversa gama de pôsteres comunistas que foram concebidos para auxiliar na construção de uma nova sociedade. Todavia, o cartaz, como meio de propaganda, apareceu em Cuba por meio das primeiras litografias comerciais, nos meados do século XIX, e se aprimorou com a emergência da indústria cinematográfica na década de 1940. O decênio seguinte não trouxe grande inovação nas artes gráficas, mas os anos que se seguiram à Revolução Cubana inauguraram uma nova etapa na produção de pôsteres, sobretudo políticos, na ilha. Os cartazes socialistas cubanos ganharam legitimidade, como mídia, no *Primeiro Salão Nacional de Cartazes*, realizado no dia 26 de julho de 69, em comemoração ao 16º aniversário do “Assalto ao Quartel de Moncada”⁸³. Em Cuba, um país de pequena extensão territorial, esses cartazes tornaram-se um meio de propaganda eficaz que permitia levar o discurso político revolucionário a uma ampla parcela dos habitantes, a baixos custos de produção.

⁸³ CUSHING, Lincoln. *Revolución – Cuban Poster Art*. San Francisco: Chronicle Books, 2003, p. 8-9.

Embora Fidel Castro adotasse, oficialmente, a estética do realismo socialista, Lincoln Cushing⁸⁴ e Gary Yanker⁸⁵ asseguram que os cartazes cubanos possuem características próprias que os distanciam da ortodoxia cultural russa e chinesa. O governo revolucionário cubano (assim como os outros países comunistas) utilizou a censura e os aparatos repressivos para controlar a produção cultural, mas, ao mesmo tempo, pregou uma política de experimentação artística centrada na variação temática e adoção de estilos vanguardistas. Ou seja, as mensagens e suas formas de argumentação difundidas pelos pôsteres cubanos seguiam a vertente do realismo socialista soviético, no entanto, os elementos artísticos empregados para disseminá-las foram resultantes de uma “não padronização” visual na qual os artistas puderam inovar em estilos, cores, aplicações gráficas e temáticas.

Consideramos, dessa forma, que o realismo socialista pode ser percebido, na produção de cartazes cubanos, pelo uso dos mitos e heróis nacionais em seu discurso, na construção da imagem de um líder que representa os anseios da sociedade, na utilização de símbolos e insígnias nacionais, além de todas aquelas formas apelativas explicitadas anteriormente⁸⁶. Para John Barnicoat, o que caracteriza a particularidade e a fama do acervo cubano é essa dualidade, derivada da utilização das técnicas comunistas em sua mensagem aliada aos estilos ocidentais adquiridos, certamente, da proximidade geográfica com os Estados Unidos. Ao contrário do que ocorria na China e na União Soviética, que não admitiam a influência ocidental, os artistas gráficos cubanos tiveram uma maior liberdade de optar por técnicas e estilos de criação⁸⁷. O autor relata que é possível perceber nos pôsteres cubanos uma infinidade de elementos provenientes de

⁸⁴ CUSHING, Lincoln. *Op. cit.* p. 13-14.

⁸⁵ YANKER, Gary. *Op. cit.* p. 47.

⁸⁶ Cf. as páginas 44 a 49 dessa dissertação.

⁸⁷ BARNICOAT, John. *Los carteles – su historia y lenguaje*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1976, p. 247-252.

diferentes segmentos artísticos como a arte pop⁸⁸; a *art nouveau*⁸⁹; o *design* cinematográfico da sociedade de consumo; e algumas concepções herdadas de Picasso⁹⁰. Acreditamos, entretanto, que, apesar de haver uma liberdade de escolha estética, essa liberdade é relativa, pois para se falar em liberdade de expressão não poderia existir uma política cultural que impusesse qualquer padronização temática e ideológica. Além disso, não se permitiu a publicação de nenhum cartaz que trabalhasse os elementos artísticos objetivando um discurso contestatório ou contra-revolucionário, ou mesmo a produção independente de cartazes oposicionistas. Sobre essa questão, Lincoln Cushing relata que aquela tensão derivada do relacionamento entre o artista gráfico e o cliente não foi totalmente suprimida pela inexistência de uma visão comercial em Cuba. Uma divergência na interpretação de determinada ação política ou a proibição, em certos casos, de que alguns pôsteres fossem assinados, levaram muitos artistas gráficos a entrarem em conflito com as agências de propaganda estatais e, inclusive, ao exílio⁹¹.

Mesmo com a adoção dessa diversa gama de estilos, os modos de apresentação dos cartazes cubanos, na opinião de Cushing, não possuem uma grande variedade de recursos gráficos. Enquanto a maioria dos pôsteres é composta por ilustrações, sendo raro o emprego de fotografias, na impressão predomina o formato vertical e as técnicas de *silk screen*⁹² e *offset*⁹³. Calcula-se que, de meados dos 60 até o final dos anos 80,

⁸⁸ A arte pop é um movimento artístico que floresceu nos finais dos anos 50 e anos 60, sobretudo nos Estados Unidos e no Reino Unido, que objetivava promover uma comunicação direta com o público por meio de signos e símbolos retirados do imaginário que cerca a cultura de massas e a vida cotidiana. A defesa do popular traduziu uma atitude artística contrária ao hermetismo da arte moderna e, também, a recusa da separação arte/vida. Incorporou, para isso, as histórias em quadrinhos, a publicidade, as imagens televisivas e cinematográficas. BARNICOAT, John. *Op. cit.* p. 135-161.

⁸⁹ Estilo que procurou romper com a tradição acadêmica e deu extremo valor decorativo e ornamental às configurações lineares que derivavam de formas orgânicas. BARNICOAT, John. *Op. cit.* p. 29-48.

⁹⁰ Relativas à influência do cubismo como uma linguagem pictórica que retratava o real recorrendo à abstração. BARNICOAT, John. *Op. cit.* p. 73-93.

⁹¹ CUSHING, Lincoln. *Op. cit.* p. 11-12.

⁹² Chamado, também, de *serigrafia ou estamperia*, trata-se de um processo de produção que emprega impressão a traço e quatro cores ou policromia. O desenho pode ser feito com tinta opaca (nanquim) em

foram produzidos cerca de 11.000 pôsteres políticos. Não é possível determinar com precisão essa cifra porque as três maiores agências de propaganda cubanas não se organizaram para esse fim. Além do mais, existe a produção incalculável de agências menores, como a *Casa de las Américas* e o *Instituto Cultural para la Amistad entre los Pueblos*, e das pequenas lojas que começaram a reproduzir e vender cartazes para turistas depois da crise dos anos 90⁹⁴.

Partindo desses dados, destacamos o papel das três agências de propaganda cubanas mais importantes na produção e distribuição dos pôsteres políticos socialistas. Uma delas é a OSPAAAL, *Organización de Solidaridad con Asia, África y América Latina*, que foi criada no final da *Conferência Tricontinental*, em 1966, para exercer a função de “elo” na comunicação com os países subdesenvolvidos desses três continentes. Em sua *home page*⁹⁵, ela é definida como uma organização, reconhecida pelas Nações Unidas, que se opõe à globalização neoliberal, mas é favorável a uma globalização entre os povos. No entanto, podemos perceber que os cartazes referentes às suas campanhas de paz e ajuda humanitária contêm discursos que ultrapassam o sentido solidário e vão ao encontro de uma propaganda política externa. A OSPAAAL funcionou como uma espécie de suporte ideológico da efetiva colaboração cubana com

material transparente (acetato ou papel vegetal), obtendo-se o "filme" que servirá para gravar a tela (matriz). O processo de gravação consiste em transferir a imagem desenhada para uma "tela de nylon" que recebe uma fina camada de líquido (emulsão) sensível à luz e é posta em uma caixa escura onde será exposta a uma luz muito forte. Passado alguns minutos a emulsão que recebeu a luz seca se adere ao nylon, e a que ficou protegida pelo desenho é retirada com água. O resultado é uma espécie de "peneira" na qual a parte desenhada está livre para a passagem da tinta e o restante está vedado pela emulsão. A impressão se faz através de rodos que "empurram" a tinta da tela de nylon pelos orifícios deixados em aberto e que formam o desenho. Para mais detalhes ver: BELMIRO, Arnaldo. *Silk-screen*. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1987.

⁹³ Também conhecido como *impressão indireta*, é o processo pelo qual a imagem é gravada, fotomecanicamente, em uma chapa flexível de zinco ou alumínio para, em seguida, ser transferida para um cilindro de borracha e, por último, para uma folha de papel. Versátil, esse sistema tem alta qualidade de impressão e permite trabalhar em vários formatos, em preto-e-branco e em cores, utilizando tanto impressoras planas quanto rotativas. Além disso, o custo desse processo é baixo, o que propicia uma tiragem maior. Mais detalhes em: CLARK, Nick. *Duotones, tritones and quadtones: a complete visual guide to enhancing two, three and four color images*. San Francisco: Chronicle Books, 1997.

⁹⁴ CUSGING, Lincoln. *Op. cit.* p. 12-17.

⁹⁵ < www.ospaaal.org >

movimentos de libertação nacional e grupos revolucionários nas décadas de 1960 e 1970, que incluía materiais bélicos, tropas militares, remédios e suplementos alimentares. A revista *Tricontinental*⁹⁶, publicada pela agência entre 1966 e 1990, chegou a 30.000 exemplares e foi distribuída para 87 países nas línguas inglesa, espanhola, árabe e francesa. Os pôsteres confeccionados pela OSPAAAL, que para serem inseridos na revista possuíam formato pequeno, abordaram assuntos variados, como a Guerra das Malvinas, aniversário da explosão da bomba de Hiroshima e morte de Che Guevara. Lincoln Cushing assegura que muitos deles influenciaram na produção de cartazes de oposição dentro dos EUA. Esta agência, entretanto, não possui o número exato de cartazes de seu acervo, mas de acordo com a catalogação de Cushing, estipulase uma produção de 326 pôsteres distribuídos por 38 países⁹⁷.

Por sua vez, o *Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficos*, ICAIC, criado em março de 1959, se ocupa da produção de cartazes de filmes cubanos ou estrangeiros que recebem permissão para serem exibidos no país. Entendendo que o cinema era bem popular em Cuba, esta agência assumiu o papel de divulgar os filmes que pudessem contribuir na doutrinação política, trabalho que era realizado, antes da Revolução, por poucos artistas cubanos ou no exterior. Lincoln Cushing acredita que a produção do ICAIC se aproxima de 2.000 cartazes⁹⁸.

Finalmente, a propaganda interna fica a cargo da *Editores Política*, EP, que existe desde 1962, quando ainda era chamada de *Comissão de Orientação Revolucionária*. Em 1974, seu nome mudou para *Departamento de Orientação Revolucionária*, e só assumiu a atual nomenclatura em 1985. É a agência responsável por condensar a ideologia do Partido Comunista Cubano em cartazes de grandes dimensões, que são expostos em

⁹⁶ CUSHING, Lincoln. *Op. cit.* p. 10.

⁹⁷ *Ibidem*, p. 10-17

⁹⁸ *Ibidem*, p. 13.

praças, monumentos públicos e ao longo das estradas. Sua temática abarca os assuntos políticos e econômicos que são direcionados ao público interno. A EP é muito utilizada por segmentos políticos, como a *Federação das Mulheres Cubanas*, para divulgar campanhas e reforçar sentimentos revolucionários. Pela estimativa de Cushing, sua produção chega ao redor de 8.000 cartazes, cifra que nos leva a concluir que o governo cubano destinou um maior número de pôsteres para a “educação” revolucionária do público interno⁹⁹.

Divididos entre as agências supra citadas, estão os artistas gráficos cubanos que, segundo John Barnicoat, podem ser reconhecidos, devido ao trabalho individual do desenhista, por suas linguagens e modos de expressão particulares¹⁰⁰. Lincoln Cushing cita, dentre eles, Eduardo Muñoz Bachs, Félix Beltrán, Raúl Martínez, Alfredo Rostgaard, Alberto Blanco e René Mederos Pazos, que foi especialmente enviado ao Vietnã para confeccionar os cartazes contra a guerra. Algumas mulheres tiveram destaque na produção de, aproximadamente, 326 títulos, sendo cerca de 7% da OSPAAAL e 15% da EP. Neste grupo, estão as artistas Berta Abelenda, Gladys Acosta, Estela Díaz, Clara García, Daysi García, Jane Norling, Asela Pérez, Elena Serrano, Eufemia Alvarez, Izabel Carrillo, Cecília Guerrae e Vivian Lechuga. O talento desses artistas se sobrepôs ao embargo norte-americano e levou-os a expor seus trabalhos em diversas partes do mundo¹⁰¹.

Assim, durante as décadas de 1960, 1970 e 1980, os cartazes políticos cubanos propagaram, na ilha e ao redor do mundo, a Revolução Cubana e a ideologia comunista. Os anos 90 e a falência do regime socialista na União Soviética trouxeram o *Período*

⁹⁹ CUSHING, Lincoln. *Op. cit.* p. 13.

¹⁰⁰ BARNICOAT, John. *Op. cit.* p. 250 e 251.

¹⁰¹ CUSHING, Lincoln. *Op. cit.* p. 11 e 12.

*Especial em Tempos de Paz*¹⁰², que afetou não só a economia e qualidade de vida em Cuba, mas, também, o número de pôsteres produzidos. A necessidade de conquistar novos aliados econômicos, que impunham um abrandamento do discurso comunista, promoveu o branqueamento de imagens e recursos que antes eram empregados na cor vermelha. Os cartazes cubanos foram adaptados à nova tendência e tornaram-se mais um *souvenir* nas lojas¹⁰³.

¹⁰² Programa instituído em 1992 que reforçou o racionamento de alimentos e produtos básicos e, ao mesmo tempo, endureceu a política interna. Por outro lado, houve uma abertura ao capital estrangeiro no que se refere aos investimentos na ilha.

¹⁰³ Cushing, Lincoln. *Op. cit.* p. 19 e 20.

Capítulo II – Moldando ciclopes¹⁰⁴: os cartazes de propaganda política direcionados para o público interno

“O conhecimento da natureza humana é o princípio e o fim da educação política”. **Henry Adams**

Elucidamos, no primeiro capítulo, como a história, os mitos, os heróis e as referências culturais de determinada sociedade podem ser o ponto de partida para uma propaganda política. Por sua vez, quando essa propaganda política é eficaz, ocasiona aquilo que Pierre Bourdieu chamou de *poder simbólico*¹⁰⁵. Destacamos, também, a importância do cartaz na geração desse poder simbólico e como meio de propagação de idéias e legitimação da memória oficial. Ressaltamos a existência de uma relação de interdependência que existe entre a memória oficial e a propaganda estatal e a denominamos “simbiose social”, ou seja, a relação simbiótica entre a propaganda governamental, que se apóia na memória para disseminar suas idéias, e a memória, que se sustenta na propaganda oficial para legitimar-se como memória coletiva.

Neste capítulo, demonstraremos como o governo cubano usou a memória histórica recente do país e como ela tornou-se uma poderosa aliada da propaganda comunista. As datas comemorativas e os mitos e heróis trabalhados nos cartazes cubanos revelam-nos a necessidade de impor uma nova memória nacional, associada à Revolução de 1959, e o resgate direcionado da memória que abarca o período anterior e a tentativa de construir novos parâmetros culturais intimamente relacionados com a conduta e a ideologia política dominante.

¹⁰⁴ Ciclope é um ser mitológico gigante com apenas um olho na testa. O termo, aqui, promove analogia com a grandeza de um ideal baseado em uma sociedade igualitária, porém moldado por uma visão exclusiva, por uma unicidade de olhar.

¹⁰⁵ Ver: Cap. I dessa dissertação, p. 30.

Entretanto, a propaganda interna não se fundamentou somente na memória histórica cubana. Apresentaremos alguns cartazes que se encaixam nos parâmetros do Realismo Socialista soviético e buscam divulgar as campanhas de trabalho e saúde, estimular a educação e o esporte, além de instigar a economia em alguns setores. Entendemos que essas peças de propaganda fazem parte de um processo de doutrinação, que objetiva a construção do Estado comunista cubano e que seus discursos são menos sutis que os trabalhados nos cartazes relativos à memória. Conforme Maria Helena Capelato¹⁰⁶, a propaganda muitas vezes opera na “fabricação e manipulação de imaginários coletivos”, promovendo a interiorização de normas e valores, e tem como referência básica a sedução das massas. Daí a necessidade de dirigir-se ao público interno, fazer-se entender e garantir a prática política.

1 – As datas comemorativas e o processo de construção da história oficial

Os cartazes que trabalham a memória cubana comprovam que os rebeldes de Sierra Maestra não tardaram a pensar a utilização da memória histórica para a construção de uma memória da Revolução, ainda nos anos 60. Isso significa que, mesmo antes de declarar o caráter socialista da Revolução Cubana, em abril de 1961, o trabalho de formação de uma memória oficial já estava em andamento por meio de vários veículos de propaganda, como órgãos oficiais de imprensa, rádio, literatura e o próprio sistema educacional, implantado nos primeiros anos do governo revolucionário.

O cartaz de propaganda política surgiu no início de uma década na qual as diretrizes políticas e culturais cubanas convergiam para um epicentro onde a construção de uma memória oficial, socialista, dentro dos parâmetros revolucionários, serviria de

¹⁰⁶ CAPELATO, Maria Helena R. *Multidões em Cena. Propaganda Política no Varguismo e no Peronismo*. Campinas: Papirus, 1998, p.

base, de sustentáculo para toda uma política cultural e, porque não, ideológica. De acordo com Sílvia Miskulin, mesmo que as mudanças da política cultural oficial tenham sido sancionadas no Congresso Nacional de Educação e Cultura de 1971, “o fechamento político e ideológico com relação à cultura foi anterior aos anos setenta”¹⁰⁷.

O *cartaz 1*, datado de 1963, é uma amostra clara do trabalho de propaganda, focado em uma memória nacional recente, que formará o alicerce não só da história que o governo revolucionário procura glorificar, em detrimento de uma história que deverá ser criticada, mas, também, de uma política social e econômica em vias de implantação. É um dentre tantos cartazes que irão divulgar a memória oficial e, paralelamente, instituirão as datas comemorativas do novo calendário histórico cubano.

Nitidamente, podemos perceber que esse cartaz não nos remete somente a um júbilo comemorativo, aos moldes das propagandas comunistas do Leste Europeu. Notamos que a mensagem mais explícita permanece centrada no ideal de comemoração nacional, de uma data que deve ser lembrada e glorificada por toda a nação, permitindo, assim, uma caminhada em direção ao comunismo. Festejar o aniversário da Revolução Cubana é qualificá-la como importante, marcante e como uma data nacional que passa a ser parte fundamental da história e do novo calendário comemorativo cubano. Observamos, também, que há uma prioridade em mostrar a consolidação da Revolução Cubana, enfatizando que se comemora seu quarto aniversário e que, deste modo, ela já é uma nova realidade social e política que deve ser lembrada e comemorada todos os próximos anos. Neste primeiro momento, de maneira clara e objetiva, o cartaz cumpre a função de propagar as datas que deverão ser lembradas e que integrarão a vida comunitária, podendo ser classificado como um típico cartaz de propaganda comunista

¹⁰⁷ MISKULIN, Sílvia Cezar. *Os intelectuais cubanos e a política cultural da Revolução (1961-1975)*. São Paulo: Departamento de História – FFLCH-USP (Tese de Doutorado), 2005, p. 10.

que apela para a importância das comemorações em sociedade, em detrimento das comemorações individuais.

Paralelamente, a frase “*Con los cinco puntos de Fidel*” surge como uma segunda mensagem, em caixa alta e destacada em preto, não tão discreta, mas parecendo estar fora desse contexto comemorativo. Neste momento, percebemos a intenção de associar um projeto do governo com a data comemorativa e, dessa forma, propagar o que realmente interessava naquele contexto. O quarto aniversário da Revolução Cubana foi comemorado em janeiro de 1963, três meses após o desfecho da Crise dos Mísseis¹⁰⁸, quando as relações entre Cuba e URSS se mostravam bem instáveis e Fidel Castro, ofendido por não ter participado das negociações que terminaram com a iminência do conflito entre as duas superpotências da época, tentava dificultar ao máximo o diálogo entre EUA e URSS. De acordo com Luiz Alberto Moniz Bandeira, o líder cubano levantou cinco pontos¹⁰⁹, “com fortes aplausos da China”, e recusava a inspeção em território cubano, com o objetivo de atrapalhar Kruchev e fazer-se ouvir nas negociações. O clima, então, era de hostilidades e o governo cubano não estava em condições de romper frontalmente com a URSS, devido às suas necessidades econômicas, e, ainda, precisava buscar o apoio do povo cubano para legitimar as suas medidas governamentais.

¹⁰⁸ A crise dos mísseis ocorreu em outubro de 1962 e foi um dos episódios mais desconcertantes da Guerra Fria. Estados Unidos e União Soviética estiveram bem perto de um conflito nuclear após os soviéticos enviarem a Cuba, situada a 120 Km do litoral norte-americano, mísseis de longo alcance capazes de transportar ogivas nucleares, alegando ajuda na defesa do território cubano. As intenções políticas desse incidente e o seu desfecho podem ser melhor compreendidos em: BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. *De Martí a Fidel. A Revolução Cubana e a América Latina*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998, p. 412-492.

¹⁰⁹ Os cinco pontos de Fidel Castro foram os seguintes: 1) suspensão do bloqueio econômico e de todas as medidas de pressão comercial que os EUA impunham a todo mundo contra Cuba; 2) suspensão de todas as atividades subversivas, como lançamento e desembarque de armas e explosivos por via aérea ou marítima, organização de invasões mercenárias, infiltração de espíões e sabotadores, bem como de todas as ações fomentadas a partir dos EUA e de alguns países cúmplices; 3) cessação dos ataques piratas realizados desde as bases existentes nos EUA e em Porto Rico; 4) cessação das violações do espaço aéreo e marítimo de Cuba por aviões e navios de guerra norte-americanos; 5) retirada da base naval de Guantánamo e devolução do território cubano ocupado pelos EUA. *Ibidem*, p. 475.

Esse cartaz reuniu, em um mesmo espaço simbólico, a pauta comemorativa do governo, apresentando-a como elemento de importante manifestação daquele contexto, mas aproveitou-se da oportunidade para buscar o apoio popular aos cinco pontos estabelecidos pelo governante. É a prática do princípio da propaganda comunista chamado de *klassovost*¹¹⁰.

Mais além, no discurso implícito, essa propaganda buscou fazer uma correlação da política revolucionária com o projeto de industrialização almejado por Ernesto Che Guevara¹¹¹. Assim, observamos que, neste cartaz, a parte superior do rifle, arma-símbolo da revolução, na posição vertical, toma a forma de uma chaminé, símbolo que, de maneira corrente, representa a industrialização, os parques industriais. Esse discurso imagético, bem nas entrelinhas, como coadjuvante da mensagem principal, revela, ainda nos primórdios do processo revolucionário, início da década de 60, os planos industriais do novo governo, o sonho da industrialização cubana. Essa imagem nos conta que, da mesma forma que o rifle e a chaminé estão inseparáveis fisicamente, o processo de industrialização de Cuba e, conseqüentemente, o fim de sua condição colonial, tão almejada desde os tempos de José Martí, concretizar-se-á ao associar-se ao novo governo. Rifle e chaminé unidos fisicamente nos dizem, respectivamente, que o governo revolucionário e o processo industrial a ser implementado em Cuba são processos inseparáveis e, mais, que somente lutando pelos ideais cubanos, pelos cinco pontos apresentados por Fidel, poder-se-á alcançar os objetivos sócio-econômicos, tais como a

¹¹⁰ Cf. Cap. 1 dessa dissertação p. 38.

¹¹¹ O propósito de Guevara era diversificar a produção do país, focalizada no açúcar, e promover a sua independência econômica em relação às potências da Guerra Fria. O sonho industrial cubano almejava o primeiro lugar na América Latina na produção *per capita* de aço, cimento, energia elétrica, tratores, calçados, tecidos, refino de petróleo (superados apenas pela Venezuela), e o segundo lugar no mundo na produção de níquel metálico. O complicado seria transformar um país agroexportador em uma grande potência industrial sem recorrer aos financiamentos da URSS e, conseqüentemente, a uma dependência em relação a este país, ponto na política internacional que incomodava deveras o ministro Guevara. Sobre este assunto ver: CASTAÑEDA, Jorge G. *Che Guevara: a vida em vermelho*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997, p. 191-230.

industrialização. Em um único cartaz, o aparelho propagandístico do governo conseguiu reunir três idéias que seriam de vital importância para o fortalecimento do Estado em construção¹¹².

O *cartaz 2*, de 1965, também se refere a uma data do calendário nacional e internacional e melhor se encaixa nos modelos de peças comemorativas de outros países comunistas, pois a mensagem conclama a todos os cubanos a comparecerem à *Plaza de la Revolución* para festejarem, ao lado de seu líder e representante máximo, Fidel Castro, o dia do trabalho. É a presença do princípio *norodnost*, que busca reunir em torno da massa seus supostos gostos e realidades¹¹³.

A inscrição “*1º de Mayo*”, grafada em branco sobre fundo vermelho, cor símbolo do comunismo, é o primeiro indício de associação da data com o modelo político adotado pelos dirigentes da ilha. O 1º de Maio é uma data muito significativa, visto que sempre foi bem explorada pela propaganda governamental, não só por governantes comunistas, mas também por democratas, nacionalistas e nazistas como uma forma de aproximação com a massa trabalhadora. É o momento em que o líder invoca a importância do trabalho e de se comemorar, em comunidade, em um local público, com festejos, a existência dos trabalhadores e ressaltar a importância dessa classe para o crescimento da nação. Nos países comunistas, os discursos políticos do dia do trabalho apresentam os trabalhadores como elementos indissociáveis da nação, como os principais arquitetos da construção dessa nova sociedade e ressaltam o contraponto com o capitalismo, que se apóia na exploração da mão-de-obra do trabalhador e não oferece trabalho digno para todos. É o momento de dizer às massas que o trabalho

¹¹² A sigla CTC presente na parte superior dos cartazes 1 e 2 significa *Central de Trabajadores de Cuba*. A CTC foi fundada em 28 de enero de 1939 e após o triunfo da Revolução passou a ter prerrogativa legislativa. Por direito constitucional, a entidade incorpora atividades como a administração dos círculos sociais dos trabalhadores, por isso a inserção de sua sigla em cartazes que possuem alguma relação com o sindicalismo cubano. Na verdade, os dois cartazes foram produzidos pela Editora Política com a participação da CTC. Para saber mais sobre a CTC ver: <www.cubasindical.cu>

¹¹³ Cf. a página 38 dessa dissertação.

constrói a “verdadeira nação” e que esse mesmo trabalho, em uma sociedade comunista, é mais justo e igualitário que nas sociedades capitalistas.

Nesse cartaz, não encontramos uma mensagem que glorifica explicitamente o dia do trabalho e, tampouco, a postura do trabalhador, mas há a evocação da necessidade de estabelecer uma união entre seu líder e a massa, expressa na frase “*Todos con Fidel a la Plaza de la Revolución*” e, nesse sentido, aproximamo-nos de um discurso que clama por apoio, por legitimação, associado à imagem de um Fidel Castro contemplativo, com olhar paternalista, como se estivesse, naquele instante, direcionando um olhar de proteção e cuidados para aquela massa. Muito mais que um convite para a comemoração, este olhar prega a união e garante a proteção estatal aos trabalhadores que investirem sua mão-de-obra na construção do socialismo. Nos meados da década de 60, o lema em Cuba era trabalhar para a construção de uma sociedade mais justa para todos os cubanos e isso incluía o trabalho voluntário e mútuo, não importando a formação profissional, somente a convicção no progresso da nação, que só ocorreria com a cooperação de todos os trabalhadores para reerguer a economia do país. O líder, dessa forma, deveria reunir a “sua” massa e fazê-la reafirmar o seu compromisso com a nação. O 1º de maio apresenta-se como uma data propícia para essa reunião e o cartaz convoca a todos para esse momento de união e comemoração em torno do projeto comunista.

Adentrando a década de 80, outra data utilizada na propaganda estatal e considerada como acontecimento essencial da historiografia revolucionária cubana é o desembarque dos militantes do iate Granma em Cuba, realizado em 1956 e tido como o início do posterior sucesso da luta guerrilheira em Sierra Maestra¹¹⁴. Após o

¹¹⁴ De acordo com Vânia Bambirra, a idéia do desembarque foi tomada de Martí e os assaltos aos quartéis se inspiravam nos movimentos cubanos dos anos 30. A autora caracteriza o movimento como insurrecionalista, pois todas as operações militares programadas tinham como objetivo paralisar o

desembarque, que deveria ser mantido em segredo, os insurgentes foram surpreendidos pelas tropas de Batista, resultando na morte de muitos, na perda de armamentos e no deslocamento dos doze combatentes que escaparam para as imediações de Sierra Maestra, onde conquistaram a simpatia dos camponeses e promoveram a ação armada que findou-se com a entrada triunfal dos *barbudos* em Havana, em janeiro de 1959.

Assim, verificamos que cada etapa, desde o início da luta armada, deve ser lembrada e revivenciada como acontecimento histórico importante a ser comemorado, ano após ano, como expresso no *cartaz 3*, de 1986. Não devemos nos esquecer que foi exatamente neste ano que Mikhail Gorbachev implementou na URSS os processos de reestruturação econômica, conhecido como *perestroika*, e transparência política, denominado *glasnost*. A democratização da URSS foi recebida em Cuba como uma traição ao socialismo e o governo revolucionário retrocedeu na política de reformas ao lançar uma campanha, conhecida como “*Rectificación de errores y tendencias negativas*”, para “consertar os erros” economicistas do Sistema de Planificación y Dirección de la Economía (SPDE)¹¹⁵, implementado entre 1976 e 1985, considerados como uma cópia malograda de tudo que a URSS fazia, e, também, para combater as tendências “negativas” como *perestroika* e *glasnost*.¹¹⁶ De acordo com Carlos César Almendra, a política de retificação cubana foi decidida no III Congresso do Partido Comunista Cubano, em 1986, e pregava “um rompimento com o paternalismo russo e uma maior independência em relação ao comércio com o Leste Europeu”, voltando-se para os recursos da economia local, como a produção de arroz e a atividade pesqueira. O Estado cubano assistia à diminuição de sua capacidade de oferta de alimentos, a alta

aparelho repressivo e as atividades por meio da greve geral e, só depois, a tomada do poder. Ver: BAMBIRRA, Vania. *A Revolução Cubana – uma reinterpretação*. Coimbra: Ed. Centelha, 1975.

¹¹⁵ Sistema que ajustava a economia dos países alinhados à União Soviética traçando uma articulação com o Conselho de Ajuda Mútua Econômica.

¹¹⁶ BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. *Op. cit.* p. 609-611.

dos preços, e a especulação em torno do Mercado Livre Camponês¹¹⁷, fatores que representavam um duro golpe na economia. Em 86, o governo fechou o Mercado Livre Camponês e tentou negociar com o Clube de Paris¹¹⁸. O Clube propôs a Cuba adotar um plano de austeridade econômica, apresentado aos países endividados sob a forma de arrocho salarial e aumento de tarifas, além de acabar com a ditadura do partido único. Diante dessas propostas, Cuba suspendeu o pagamento da dívida externa que, mesmo assim, continuou a crescer e atingiu o montante de US\$5,7 bilhões em 1987¹¹⁹.

Nesse contexto conturbado, submersa por reformas indesejáveis, por notícias que não poderiam se propagar na ilha, a propaganda estatal precisava trabalhar as mentes e manter o apoio popular. A sugestão de firmeza ideológica, política e de contraposição às reformas no Leste Europeu estão implícitas na mensagem do *cartaz 3*, “*Firme el timón, proa al futuro*”. A palavra *firme* indica a manutenção da postura política do governo, a não aceitação de uma abertura política clara, como ocorria na URSS e sugerida pelo Clube de Paris. Em seguida, a palavra *timón* está permeada por referências ideológicas mais sutis. Além de associar-se com o iate Granma, pois o *timón* é o que garante a direção de uma embarcação, e fazer uma analogia à manutenção dos princípios revolucionários desencadeados com o desembarque de 1956, essa palavra, durante muitos anos, esteve associada ao líder comunista chinês Mao Tse-tung, conhecido como “o grande timoneiro”, uma alusão à sua forma de atuação e sua

¹¹⁷ A lógica do Mercado Livre Camponês era bem simples e consistia em permitir que os 70 mil produtores agrícolas deixassem de vender ao Estado o excedente de sua produção para destiná-la à venda direta à população em feiras livres. Porém, em pouco tempo, a especulação alcançou níveis nunca vistos desde 1959 e muitos agricultores e intermediários começaram a acumular rendas. Ver: ALMENDRA, Carlos César. “A situação econômica cubana diante da queda do Leste Europeu”. In: COGGIOLA, Osvaldo (org). *Revolução Cubana: história e problemas atuais*. São Paulo: Editora Xamã, 1998, p. 137.

¹¹⁸ O Clube de Paris é uma instituição informal - sem existência jurídica reconhecida - que reúne um grupo de países credores, com o propósito de renegociar a dívida governamental de alguns países em dificuldades financeiras. Para ter seu débito externo renegociado junto ao Clube de Paris, o país deve aderir à condição essencial de adoção de um programa de estabilização aprovado pelo Fundo Monetário Internacional - FMI. Outras informações sobre o Clube de Paris podem ser encontradas em <www.tesouro.fazenda.gov.br>, acessado em 21 de julho de 2006.

¹¹⁹ ALMENDRA, Carlos César. *Op. cit.* p. 137-149.

liderança firme na condução dos rumos da “embarcação” chinesa. Entendemos, portanto, que, de uma forma subentendida, a palavra *timón* remete a uma exaltação do comunismo chinês, que esteve na contramão da vertente soviética e que, diante da política de “retificação de erros” e “tendências negativas”, tão claramente relacionadas com a URSS, essa mensagem permite fazer uma analogia com a tentativa de se identificar mais, naquele momento e contexto histórico, com a postura chinesa de manutenção da ditadura do partido único e radicalização ideológica¹²⁰.

Voltando à análise da mensagem, a frase *proa al futuro* sugere que a manutenção das políticas econômicas e sociais e a própria manutenção do regime levaria esse barco, chamado Cuba, em direção ao futuro. Quando a palavra futuro é invocada politicamente, não conseguimos perceber temores ou acontecimentos negativos, somente uma alusão à esperança de dias melhores, associada à política governamental, característica do Realismo Socialista, que pregava o otimismo em relação ao futuro.

A referência à comemoração do desembarque do Granma está explicitamente representada pelos escritos *Granma e XXX Aniversario del Desembarco*”. Uma insinuação nacionalista aparece nas únicas cores empregadas neste cartaz, azul, vermelha e branca, que são as cores da bandeira cubana que, por sua vez, aparece hasteada na ponta da embarcação, como uma espécie de guia, de abertura dos caminhos. Ao olhar este cartaz, o espectador, imediatamente, o associa com a data comemorativa e é estimulado a permanecer firme e leal aos ideais revolucionários iniciados com o desembarque do Granma.

¹²⁰ Lembrando que nos anos 80 a China iniciou o processo de abertura comercial que não se estendia ao campo político.

1.1 – Espetacularização do episódio de Moncada

Como uma fórmula que dá frutos positivos na propaganda estatal, o apelo às datas comemorativas foi conteúdo relevante nos cartazes de propaganda política cubanos nos anos 70 e 80. Uma data que não poderia deixar de compor o calendário histórico revolucionário cubano, e que foi tema de inúmeros cartazes de propaganda política, é o 26 de Julho, dia em que é celebrado o Assalto ao Quartel de Moncada¹²¹, tido como o marco da luta armada e episódio que originou o Movimento 26 de Julho, liderado por Fidel Castro.

A temática está bem representada nos cartazes 4, 5, 6 e 7, respectivamente de 1970, 1973 e 1983. Por meio dela, podemos identificar a *Lei de Orquestração*, classificada por Domenach como a repetição incessante de determinado assunto sob prismas diferentes para não se tornarem cansativos¹²².

O *cartaz 4* traz a frase, aparentemente simples, “*Viva el XVII aniversario del 26 de julio*”, como um convite à comemoração do episódio que deu início à Revolução. Grafada em caixa alta, a frase ovaciona o movimento e nos surpreende por ser apresentada em caracteres brancos, e não vermelhos, dando a entender que os primórdios da luta armada em Cuba não tinham nenhuma relação com o comunismo. Essa mesma postura pode ser percebida no *cartaz 6*, contudo, os diferentes tons de vermelho foram utilizados com outros sentidos nessas peças de propaganda estatal.

Na realidade, esses cartazes não podem ser vistos apenas como a tentativa de construção da memória nacional revolucionária cubana, pois, intimamente, são representações marcantes do relacionamento de amor e ódio entre URSS e Cuba. A

¹²¹ O assalto ao Quartel de Moncada, ocorrido em 26 de julho de 1953, em Santiago de Cuba, é considerado o ponto de partida da luta armada contra a ditadura de Fulgêncio Batista. O episódio, que culminou com a morte de dezenas de insurrectos e a prisão do próprio Fidel Castro, é tido como o limiar da Revolução Cubana. Ver: BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. *Op. cit.* cap. V e VI.

¹²² Sobre as leis da propaganda de Domenach, consultar o Cap. I dessa dissertação, p. 32-35.

década de 70 foi marcada por acordos políticos e econômicos entre esses dois países, construções de bases submarinas na Baía de Cienfuegos, divergências em relação à intervenção nas lutas de libertação nacional em países do Terceiro Mundo. Todavia, apesar de toda essa falta de consenso político, o ano de 1972 seria lembrado como o ano da reconciliação, quando Cuba passou a integrar, formalmente, o *Consejo de Ayuda Mutua Economica* (CAME)¹²³. Isso significou a integração oficial no bloco socialista e o início da reprodução da ortodoxia soviética em Cuba, com a criação da Assembléia Nacional Popular, o Conselho de Estado e o Conselho de Ministros e, em 1975, o estabelecimento de um novo Bureau Político, Secretariado e Comitê Central no Congresso do Partido Comunista de Cuba. A ilha via-se cada dia mais ligada à burocracia do modelo soviético, cada vez mais dependente de seus financiamentos e os cartazes de propaganda promoviam um retorno silencioso às raízes do movimento guerrilheiro, criando um paradoxo ideológico entre o início da luta armada, mais nacionalista, e a necessidade de enquadrar-se no comunismo internacional.

Assim, além da entusiasmática mensagem “*Viva el XVII aniversario del 26 de julio*”, o *cartaz 4* acrescenta, ao feito comemorativo, um discurso paralelo que promove a divulgação das mudanças que serão necessárias na nova sociedade. Esse cartaz antecipa os acordos e projetos realizados nos meados dos anos 70 e demonstra a necessidade de uma aproximação cada vez maior com o socialismo real, buscando o apoio da população por meio dessas peças de propaganda. Deixando de lado a “pureza” do início revolucionário, o vermelho passa a ser adotado como a cor predominante na construção desse cartaz. Uma grande estrela vermelha em primeiro plano segue

¹²³ O CAME, também conhecido como COMECON, foi criado pela URSS, em 1959, com o objetivo de formar uma união econômica com a Tcheco-Eslováquia, Hungria, Polônia, Romênia e Bulgária e, posteriormente, com a República Democrática Alemã e a Albânia. O CAME garantiu a Cuba o acesso a empréstimos adicionais, intensificação do comércio com os países do Leste Europeu, além da União Soviética passar a pagar pelo açúcar e níquel cubanos preços mais elevados do que aqueles praticados no mercado mundial. Ver: BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. *Op. cit.* p. 595 e 596.

formando, com outras estrelas menores, uma espécie de estrada, de caminho, em direção ao segundo plano do cartaz. Nessa direção, o vermelho vai adquirindo tonalidades mais claras até chegar a uma pequena estrela branca ao fundo. As duas pontas da estrela maior com a ponta da última estrelinha formam uma seta que aponta para a direção final.

Observamos que essa imagem pode nos dizer muitas coisas. Para começar, ao retratar a sociedade cubana como uma estrela, símbolo do sucesso e das conquistas máximas, a imagem nos sugere uma sociedade em ascensão. Implicitamente, o discurso imagético revela que essa ascensão deverá partir do socialismo em prática nos anos 70 em Cuba, representado pela grande estrela vermelha, mas que o destino dessa sociedade, após uma longa caminhada pelas trilhas do socialismo, deverá ser um amálgama gradativo, como as tonalidades de vermelho, ao “puro”, à ideologia nacionalista inicial, independente de interferências estrangeiras, um retorno às raízes fixadas no dia 26 de julho de 1953.

O *cartaz 5*, intitulado “Os mártires”, retoma a temática de Moncada, sem fazer qualquer referência escrita, pois a imagem, por si só, basta e transmite o que não deve ser esquecido, o que deve ser rememorado e festejado por toda a sociedade. Esse cartaz adiciona ainda o mito do herói anônimo tombado em campo de batalha. Não é a primeira vez que o herói sem nome é glorificado pela propaganda estatal na tentativa de construção de memórias oficiais. Em diversas nações democráticas, podemos ver essa utilização na construção de monumentos ao soldado desconhecido, ao herói que perdeu a vida por amor à pátria. Nesse pôster, os heróis em questão são os combatentes anônimos tombados em 1953, retratados em vermelho, caídos ao lado de seus rifles e aos pés de seus carrascos em um chão negro que pode representar tanto o luto como a morbidez desse espetáculo. Em pé, ao lado desses corpos, o exército de Batista é

representado na figura de cinco soldados na cor verde, cor símbolo dos exércitos. A posição de muitos combatentes, caídos de costas, e dos soldados com a arma em punho, mesmo após todos estarem mortos, sugere-nos que foram atacados covardemente e sustenta a história oficial de que os rebeldes eram a maioria, mas que, por defasagem de armamento e por apoio norte-americano ao exército nacional, foram massacrados de maneira cruel e sem chance de defesa. Esse cartaz pode ser considerado um clássico exemplo do uso da memória para formatar a história que deverá ser passada adiante ou, simplesmente, o exemplo de uma imagem que expressa a versão oficial de um feito histórico.

O terceiro cartaz que trabalha com a data de aniversário do Assalto ao Quartel de Moncada é o *cartaz 6*, de 1983. É interessante observarmos que, desde o ano anterior, Cuba passava pela crise econômica que assolou não só a América Latina no início da década de 80, como, também, os países do bloco socialista. Apesar da elaboração dos planos quinquenais de 1976-1980 e 1981-1985, parte do Sistema de Planificación y Dirección de la Economía (SPDE), fixado pelo COMECON, Cuba se viu “*forçada a pedir o reescalonamento de sua dívida, na esteira de uma aguda redução dos créditos de curto prazo e depósitos, acompanhada pela alta dos juros e queda dos preços de açúcar*”¹²⁴.

Devido a esses percalços econômicos, Fidel Castro intensificou, em 1982, a política de contrato de *joint ventures* com empresas estrangeiras, encorajada desde 1977. Iniciava-se, então, um período de lentas e gradativas transformações no sistema econômico cubano, com a elaboração de um código de investimentos que concedia aos capitais estrangeiros isenção de impostos sobre o uso da terra e materiais importados, além da repatriação dos lucros e da possibilidade de compra de até 49% das empresas

¹²⁴ BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. *Op. cit.* p. 608 e 609.

locais. No biênio 82/83, a ilha tinha US\$2 bilhões de dólares em dívidas que se agigantavam rapidamente com a crise da década¹²⁵. Como podemos perceber, a abertura do mercado cubano ao capital estrangeiro não se deu em uma única arrancada, depois da derrocada da União Soviética. O processo começou no início dos anos 80 e o governo, por meio da propaganda, precisava superar a crise e manter o apoio popular às suas medidas.

Nesse contexto, o trabalho em torno da memória histórica, do resgate dos grandes momentos da Revolução, como o episódio de Moncada, desviava a atenção da crise e rememorava os grandes feitos da nação rebelde. Já haviam transcorrido 30 anos daquele acontecimento histórico, e a necessidade de rememorar, de comemorar, tornava-se cada vez mais imprescindível para a manutenção do regime e a *Lei de Ampliação e Desfiguração* auxilia esse trabalho de propaganda¹²⁶.

O *cartaz 6*, elaborado em um fundo vermelho, não traz uma frase com ovação ao 26 de Julho ou uma convocação aos festejos da data, como vimos em outras peças, apenas a inscrição “*26 de Julio, XXX Aniversario del Moncada*”, como se fosse um simples lembrete. Ao analisarmos a grafia dessa frase, deparamo-nos, uma vez mais, com a cor branca que, conforme ressaltamos anteriormente, indica-nos uma pureza do movimento anterior ao governo revolucionário, ligado ao comunismo. Abaixo dessa frase, aparece a imagem de um braço, novamente na cor branca, segurando o corpo de um rifle, negro, que forma, com o seu prolongamento, um segundo braço, desta feita, na cor negra. Esses dois braços aparecem unidos fisicamente pelas laterais, dando a entender que o momento é de união em torno de um ideal, que nasceu com o Moncada e que nesse período, de crise e restrições, precisa de uma união comprometida, de

¹²⁵ ALMENDRA, Carlos César. *Op. cit.* p. 135-154.

¹²⁶ Cf. p. 33 desta dissertação.

engajamento indiferenciado, de homens brancos e negros, em torno da mesma causa, a revolucionária, representada pelo rifle dos rebeldes de Sierra Maestra.

Confeccionado no mesmo ano do cartaz anterior, o *cartaz 7*, apresenta certas peculiaridades. Ao contrário dos cartazes *4 e 5*, que insinuam, sutilmente, um desligamento do Assalto ao Quartel de Moncada das idéias comunistas, esse cartaz fornece indícios de que o líder do Movimento de 26 de Julho, Fidel Castro, já estava envolvido com idéias comunistas antes do triunfo da Revolução em 1959. De uma forma peculiar, escapando da temática dos cartazes anteriores que era trabalhada associada ao nacionalismo, esta peça apresenta, em um plano principal, a fotografia do jovem Fidel Castro no seu julgamento e uma imagem de Lênin em trajes ocidentais com o tradicional gorro russo. A frase pronunciada por Castro no julgamento, e utilizada na propaganda, “*Sí, nosotros leemos a Lenin, y quien no lea a Lenin es un ignorante*”, soa como uma confissão da presença de ideais comunistas nos primórdios do movimento armado. Concluímos que, com esta menção a Lenin e a utilização dessa frase em uma propaganda oficial, o governo revolucionário visava convencer os cubanos de que as raízes do movimento revolucionário já estavam permeadas por concepções leninistas antes mesmo da declaração de seu caráter socialista, após as agressões norte-americanas, e, com isso, manter o bom relacionamento com a URSS e seu apoio financeiro naquela década de dificuldades econômicas.

1.2 – Girón, a vitória não poderá ser esquecida

Não poderíamos deixar de mencionar, dentre os cartazes que exploram as datas do calendário oficial, o uso do episódio conhecido como Ataque à Baía dos Porcos, ou

Playa Girón¹²⁷. O acontecimento não foi uma invasão “oficial” norte-americana, no entanto recebeu apoio do governo estadunidense e serviu de base para a manutenção do discurso de vitória das milícias cubanas contra os agentes treinados e organizados pela CIA. A metáfora bíblica de Davi vencendo o gigante Golias foi empregada diversas vezes para ilustrar a vitória na Baía dos Porcos, e os cubanos que se alistaram e lutaram durante a invasão foram tratados como heróis.

Mesmo sem estar indicada a data de sua confecção, o *cartaz 8* é um bom exemplo do apelo a essa temática pela propaganda estatal. Nesse cartaz percebemos a necessidade de estimular a lembrança do acontecimento histórico por meio da palavra, grafada em cor vermelha e caixa alta, “Girón”, indicando que o episódio foi fundamental para o encaminhamento da Revolução Cubana ao socialismo, mas, também, de enfatizar a comemoração do Dia do Miliciano, uma data específica que evoca o 16 de abril, um dos dias em que a população civil cubana pegou em armas para defender a Revolução, transformando-o em um dia memorável.

A criação de uma data para comemorar o Dia do Miliciano é uma estratégia de exaltação dos valores dos cubanos que, desde outubro de 1959, integravam as Milícias Nacionais Revolucionárias, o povo armado idealizado por Che Guevara, e objetivava gerar possibilidades para uma resistência armada em território cubano¹²⁸. O número oficial de 250.000 milicianos, que superava o Exército Rebelde, era, nas palavras do próprio Fidel Castro, “*la garantía definitiva de la Revolución*”¹²⁹. O governo

¹²⁷ Exilados cubanos nos EUA, apoiados pelo governo Kennedy e pela CIA, programaram a invasão de Cuba pela Baía dos Porcos, local conhecido como Playa Girón, em abril de 1961. Os acontecimentos que precederam a invasão, como os ataques aéreos aos aeroportos de Havana, Santiago de Cuba, Cienfuegos e San Antonio de los Baños, levaram Fidel Castro, em janeiro de 61, a declarar o caráter socialista de seu governo. A invasão foi frustrada em 19 de abril, e o presidente cubano afirmou que Playa Girón foi a primeira derrota do imperialismo na América Latina, consolidando, assim, o triunfo da Revolução Cubana com o grande apoio da população na resistência aos invasores. Ver: BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. *Op. cit.* p. 267-294.

¹²⁸ *Ibidem*, p. 209 e 210.

¹²⁹ *Ibidem*, p. 210.

revolucionário necessitava manter o apoio dessas milícias dia após dia. Glorificar e criar um dia especial soa como uma demonstração da importância desse segmento da população cubana e uma forma de cativar e manter vivo o sentimento de amor à nação. O miliciano é saudado com uma homenagem nesse cartaz de propaganda, e o rifle em riste segue como símbolo inseparável da Revolução e motivo de orgulho para os cubanos.

O discurso de motivação desses “heróis milicianos” permanece no *cartaz 9*, sem data de produção, estimulando o sentimento militante sustentado pela fotografia de uma jovem, levando consigo mantimentos, dentro de uma trincheira. Acima dela uma foto dos rebeldes de Sierra Maestra dentro de um coração. A imagem nos diz que, por ser jovem, aquele era o momento de se alistar e lutar por seu país, reforçado pela mensagem “*Esta mi hora*”. Paralelamente, a empolgação visível no rosto dessa jovem representa a alegria de estar cumprindo um dever com a pátria que é explicitado na outra frase, “*este mi puesto*”. A tentativa de equiparação com os heróis da Revolução é feita pelo pronome *yo*, que está ao lado da fotografia da jovem, de onde sai uma seta em direção à fotografia dos rebeldes. Ou seja, toda aquela alegria estampada na expressão da jovem e o seu alistamento nas milícias a levariam a ser igualada àqueles que lutaram e libertaram seu país das “forças mercenárias”.

A propaganda política baseou-se, também, nos acontecimentos posteriores ao episódio de Girón, mas que tinham alguma relação com ele. As relações entre os EUA e Cuba pioraram ainda mais depois do fiasco da operação anticastrista de abril de 1961. Exilados cubanos que viviam em Miami passaram a promover vôos clandestinos dos quais atacavam alvos em território cubano e lançavam panfletos de contrapropaganda. Após constatar que Fidel Castro contava com um grande apoio popular, a CIA, apoiada pelo presidente Kennedy, lançou a Operação Mongoose, com o objetivo de

desestabilizar o governo revolucionário cubano e apoiar as incursões paramilitares que destruía material bélico e incendiavam canaviais¹³⁰.

No entanto, o governo de Fidel Castro não poderia permitir que as forças inimigas conquistassem a simpatia da população e é esse cenário de guerra ideológica que podemos presenciar no *cartaz 10*, que foi confeccionado em 1962. Nele podemos identificar o princípio da contrapropaganda elaborada pela imagem na qual um grande satélite em primeiro plano e um míssil, com a sigla do exército norte-americano, foi abatido em um terreno caracteristicamente tropical. Diante desse míssil, um soldado cubano monta guarda. Enfim, a mensagem escrita nos fornece o elemento de interpretação dessas imagens. “*El cielo de Cuba pertenece a Cuba. Luchamos contra las invasiones del espacio aéreo y naval por aviones y armas de guerra norteamericanos*”. É a representação gráfica da propaganda que objetiva divulgar a idéia de que o espaço aéreo e naval cubano continuam ameaçados por forças estrangeiras e que qualquer tentativa de invasão será rechaçada com determinação e coragem por parte do Exército, lembrado na figura do soldado em guarda. O satélite simboliza o estado de alerta do governo cubano e o míssil derrubado evoca o direito de defesa e sustenta a idéia de que as agressões partem do outro lado. Não podemos nos esquecer de que esse cartaz foi confeccionado no mesmo ano da Guerra dos Mísseis e que, por isso, a imagem do míssil tombado relaciona-se com o conflito e com a questão da autonomia territorial cubana.

Outra maneira de trabalhar a memória de Girón foi associá-la a uma campanha antiimperialista. O sentimento cubano de combate ao capitalismo sempre esteve relacionado à guerra ideológica contra os Estados Unidos. As propagandas políticas

¹³⁰ A Operação Mongoose objetivava atingir Cuba economicamente, privando o governo das divisas em dólar e boicotando suas exportações. Também, psicologicamente, com o estabelecimento de 60 estações de rádio na América Latina e três na Flórida destinadas à propaganda anticastrista e à difusão de falsos rumores. As operações de sabotagem em território cubano seriam intensificadas com esse planejamento. BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. *Op. cit.* p. 394.

cubanas, neste sentido, foram direcionadas ora para o público externo, como demonstraremos no próximo capítulo, ora para o público interno, conforme as próximas análises ratificarão.

Direcionado, portanto, para uma investida máxima e irrestrita contra o imperialismo representado pelo inimigo norte-americano, o governo cubano denominou o ano de 1969 de Ano do Esforço Decisivo. Ressaltamos que, neste ano, a URSS concluiu as negociações comerciais com Cuba, que foram brindadas com a participação de técnicos e até do embaixador soviético, Aleksandr Soldatov, em um dia de trabalho voluntário na colheita da cana. Nenhum esforço foi tão decisivo como a visita do ministro da defesa da URSS, Andrei Grechko que insinuou uma quebra do acordo entre Kruchev e Kennedy ao propor a construção de uma base de submarinos na Baía de Cienfuegos com o objetivo de equiparação estratégica da URSS aos EUA¹³¹.

Com o intuito de divulgar os objetivos do Ano do Esforço Decisivo e, assim, atrair ainda mais a simpatia da URSS, o *cartaz 11* investiu na relação construída pela própria propaganda entre Girón e a primeira vitória contra o imperialismo norte-americano. A finalidade discursiva é representada pela frase “*Girón primera derrota del imperialismo en América*” que, além de reafirmar que a vitória na Baía dos Porcos foi a primeira, dentre muitas que virão, acrescenta que, a partir dali, o imperialismo, na figura dos Estados Unidos, estava fadado à superação. A ilustração complementa a idéia ao apresentar a ponta de uma escopeta perpassando a sigla dos Estados Unidos, expressando um gesto de supressão, como se a arma estivesse adentrando o inimigo e eliminando-o.

Essa relação da invasão de Playa Girón com o início da derrocada do imperialismo na América pode ser constatada, também, no *cartaz 12*, de 1972. Desta

¹³¹ BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. *Op. cit.* p. 588.

vez a sigla USA é “rasgada” por um mapa da América Latina, gesto entendido como representativo da derrota dos Estados Unidos. Além disso, observamos que, de dentro das entranhas da sigla, de seu íntimo, surge o elemento responsável pelo início da derrocada do imperialismo na América Latina: a resistência cubana na Baía dos Porcos. Os dizeres “*Giron, XI Aniversario*” apenas complementam essa associação.

1.3 – Comemorar eventos internacionais e sustentar a ideologia

Curiosamente, constatamos que os cartazes cubanos não exploraram somente as datas comemorativas dos eventos nacionais para conquistar o seu público. Identificamos, também, o uso de uma memória mais abrangente, diríamos de uma história mundial, como forma de propaganda ideológica. Datado de 1975, o *cartaz 13* pode servir-nos como exemplo. A mensagem “*XXX ANIVERSARIO DE LA DERROTA DEL YUGO NAZI-FASCISTA. El futuro pertenece por entero al socialismo*”, defende a idéia de que a derrocada do nazi-fascismo na Segunda Guerra Mundial foi obra da ação soviética e, conseqüentemente, socialista. Essa premissa pode ser confirmada pela imagem do soldado que, com a bandeira da URSS em mãos, fazendo-a tremular, parece pronto a cravá-la na cabeça de um Adolf Hitler boquiaberto. O gesto de colocar a bandeira da URSS na cabeça de Hitler, simbolizando a arquitetura do nazismo na Europa, sugere toda a supremacia da URSS, que foi capaz de destruir o mal nazista tanto militarmente como ideologicamente.

Paralelamente, existe a mensagem de que a humanidade só terá um futuro, livre da ameaça nazi-fascista, por causa das tropas soviéticas que entraram em guerra para salvar a humanidade. Por isso, o futuro pertence ao socialismo, porque foi ele o único capaz de pôr um fim à guerra e é o único capaz de dar esperança à humanidade. Mas este cartaz não foi confeccionado, exclusivamente, para comemorar a derrota nazista na

guerra e exaltar o socialismo. Como vimos anteriormente, no início da década de 70, as relações entre Cuba e URSS se estreitaram com a entrada de Cuba para o COMECON e foi, exatamente, em 1975 que o Partido Comunista Cubano estabeleceu o novo Bureau Político, semelhante aos parâmetros soviéticos, assumindo o papel de força dirigente da nação e indicando, claramente, a reaproximação e dependência da URSS. O governo cubano via-se, economicamente, cada vez mais preso à teia do Leste Europeu e tornou-se necessário aproximar-se ainda mais da ideologia dominante na URSS. Sílvia Miskulin esclarece que, com o Primeiro Congresso do PCC, realizado neste ano, “*a arte e a literatura assumiram uma função pedagógica e transformaram-se na maioria dos casos em veículo de propaganda do governo, com o objetivo de educar as massas na construção do socialismo e do homem novo*”¹³². Contudo, sabemos que, no caso dos cartazes de propaganda política cubanos, concebidos como uma certa manifestação de arte, essa função pedagógica esteve presente desde o início dos anos 60 e o que ocorreu após o estreitamento dos laços com a URSS foi uma intensificação desse objetivo pedagógico, condicionado, em grande medida, pela situação de dependência financeira. Por sua própria natureza e objetivos, esses cartazes têm a particularidade de serem a princípio, didáticos e doutrinários, diferentemente de outras expressões artísticas.

Os cartazes de propaganda, especificamente esse *cartaz 13*, que divulga uma informação unilateral, desconsiderando a participação dos outros aliados, como França, Inglaterra e Estados Unidos, na referida guerra, por serem capitalistas, promoveu a glorificação do exército soviético, como o único salvador da humanidade, e garantiu uma política de boas relações com a URSS, fundamental para a manutenção do castrismo e dos investimentos do bloco socialista.

¹³² MISKULIN, Sílvia Cezar. *Os intelectuais cubanos e a política cultural da Revolução (1961-1975)*, p. 224.

Como podemos avaliar, a divulgação da memória e da história nacional e internacional objetiva a construção de uma história oficial, mas, também, vai ao encontro da divulgação de projetos políticos, econômicos e ideológicos que devem ser propagados e formar consenso. O período de relações amistosas com a URSS também pode ser percebido no *cartaz 14*, de autor e data desconhecidos. O aniversário da Revolução de Outubro, da URSS, é utilizado para tecer uma analogia entre socialismo e liberdade. A foice e o martelo, símbolos do comunismo, que estão presentes na bandeira da URSS, formam uma espécie de ave, símbolo de liberdade. Logo abaixo, a frase “*Las ideas revolucionarias avanzan por el camino que abrió la Revolución de Octubre*” faz crer que a liberdade e o socialismo possuem uma relação direta, que nas sociedades comunistas os homens são livres como os pássaros. E mais, a mensagem escrita leva-nos a acreditar que a Revolução Russa foi o início de um processo de libertação mundial que será promovido por consecutivas revoluções inspiradas nas idéias socialistas.

2 – Os mitos e heróis da Revolução e a criação do “homem novo” cubano

A propaganda estatal cubana, por meio dos cartazes que trabalharam a memória oficial, não se sustentou somente em datas comemorativas. A construção dessa memória revolucionária precisou passar também pelo processo de criação de mitos e heróis nacionais. Ao analisar os cartazes que trabalharam essa temática, percebemos a predominância da *Lei de Transfusão*¹³³, que se apóia nos sentimentos populares criando estereótipos e convicções com o intuito de gerar heróis e exemplos para a “nova história”, e a inserção do conceito do “homem novo”.

De acordo com Luiz Bernardo Pericás, o Novo Programa do Partido Comunista da União Soviética, de 1961, revela as características da futura sociedade comunista que estaria composta por “*um novo homem que irá combinar harmoniosamente saúde*

¹³³ Cf. p. 33 desta dissertação.

espiritual, pureza moral e um físico perfeito". Em Cuba, no entanto, a concepção do "homem novo" esteve pautada pela visão guevarista, que se ligava às questões práticas da Revolução Cubana, isto é, o "homem novo" cubano seria dotado de um espírito de grupo e de uma consciência da importância de cada trabalhador na construção do socialismo no país¹³⁴. Sílvia Miskulin salienta que o projeto de construção do "homem novo" cubano esteve presente nas páginas do suplemento cultural *El Caimán Barbudo*¹³⁵, de janeiro de 1968, que registrou que a função do intelectual "*relacionava-se com a construção do 'homem novo' em uma nova sociedade, a comunista, na qual a divisão entre trabalho intelectual e trabalho manual tenderia ao desaparecimento*"¹³⁶.

Cada um dos cartazes que serão analisados, a seguir, traz elementos indicativos de como ser um cidadão exemplar, revolucionário, um "homem novo" que trabalha em prol da construção da sociedade idealizada e comunista. Como podemos conferir, em muitos casos, a edificação desses mitos e heróis, exemplos do "homem novo" cubano, está associada a uma data comemorativa, como aquele cartaz que festejou o aniversário do Assalto ao Quartel de Moncada e se apoiou no mito do combatente heróico e desconhecido.

O ano de 1968 nos forneceu o *cartaz 15* e o *cartaz 16* como exemplos de propaganda que trabalhou com a imagem de homens heróicos e mitológicos da Revolução Cubana. Esse tipo de propaganda ajuda na construção da história a ser contada e dos mitos a serem glorificados, com o intuito de educar a massa dentro dos ideais estabelecidos por aqueles que estão no controle ideológico.

¹³⁴ PERICÁS, Luiz Bernardo. "Che Guevara e o Homem Novo". IN: COGGIOLA, Osvaldo (org). *Revolução Cubana: história e problemas atuais*. São Paulo: Editora Xamã, 1998, p. 95 -111.

¹³⁵ O suplemento literário *El Caimán Barbudo*, encarte mensal do jornal *Juventud Rebelde*, surgiu em maio de 1966 como uma alternativa para preencher o vazio representado pelo fechamento de *Lunes de Revolución* e de *El Puente*. MISKULIN, Sílvia Cezar. *Os intelectuais cubanos e a política cultural da Revolução (1961-1975)*, p. 09.

¹³⁶ *Ibidem*, p. 167.

O contexto histórico de 1968 está marcado pelo Maio de 68¹³⁷ e pela Primavera de Praga¹³⁸, acontecimentos que, segundo Sílvia Miskulin, estiveram ausentes da agenda informativa cubana no decorrer daquele ano. Esse silêncio, essa ausência de informação, podem ser constatados nos cartazes estudados que, nesse sentido, são omissos aos processos históricos contemporâneos a eles e assumem, mais intensamente, seu caráter de “obras de combate”, desviando a atenção das massas dos acontecimentos ao redor do mundo e focalizando as suas mensagens imagéticas na construção da sociedade comunista e do “homem novo” dessa sociedade. Além disso, “*o governo cubano convencionou denominar cada ano da Revolução como forma de marcar temporalmente os principais objetivos da Revolução para cada período*”¹³⁹ e o ano de 1968 foi o Ano do Guerrilheiro Heróico, por isso a insistência nessa temática nos cartazes que analisaremos.

Criado nesse contexto, o *cartaz 15* apresenta um panorama de heróis conhecidos e anônimos como modelos do “homem novo” cubano, o espelho de moral e o ideal

¹³⁷O movimento conhecido como Maio de 68 advém do período marcado pela movimentação estudantil ocorrida em Paris, em 1968. Descontentes com a disciplina rígida, os currículos escolares e a estrutura acadêmica conservadora, estudantes de Paris organizaram protestos que levaram à ocupação da Universidade de Nanterre (a oeste de Paris), em 23 de março. Eles contestavam, também, a situação social e política do país e o governo do general Charles de Gaulle, em virtude do desgaste provocado pela guerra de independência da Argélia. Entre os slogans criados estão *É Proibido Proibir, O Poder Está nas Ruas e A Imaginação no Poder*. A decisão da reitoria de fechar a faculdade, em 3 de maio, fez a Sorbonne abrir as portas para os alunos de Nanterre. Influenciados pelos estudantes, operários de Paris realizaram protestos, ocupando fábricas e organizando passeatas e greves. Em 6 de maio ocorreu o confronto entre 13 mil jovens e a polícia que lançou bombas de gás lacrimogêneo, respondidas com pedras pelos jovens. A princípio, o governo francês ficou paralisado, mas, em seguida, a situação foi controlada, com violenta repressão. No total foram mais de 1,5 mil feridos. O governo de De Gaulle, abalado, sustentou-se no poder somente até abril de 1969. No entanto, o exemplo de Paris espalhou-se para outros países onde jovens e trabalhadores protestaram contra a situação do pós-guerra, as guerras e as ocupações imperialistas. Nos Estados Unidos os jovens opuseram-se à Guerra do Vietnã e fizeram manifestações do movimento hippie. Nas críticas, de modo geral, existia uma mistura de radicalismo político e irreverência, que acusava tanto o capitalismo como o socialismo. Para aprofundamento do tema Ver: MATOS, Olgária Chain Féres. Tardes de maio. In: *Tempo Social – Rev. Sociologia da USP*, São Paulo, vol. 10, n.2, outubro de 1998.

¹³⁸ A Primavera de Praga foi um movimento que reivindicou um “socialismo com rosto mais humano”, em agosto de 68 na antiga Tchecoslováquia. O movimento foi reprimido, duramente, por tanques da União Soviética e saudado, em seus primeiros dias, em Cuba. No entanto, no dia 23 de agosto Fidel Castro definiu a posição do governo cubano e deu o seu apoio à invasão soviética à Praga surpreendendo os cubanos e a intelectualidade de esquerda internacional. Ver: FORNÉS-BONAVÍA DOLZ, Leopoldo *Apud* MISKULIN, Sílvia. *Os intelectuais cubanos e a política cultural da Revolução (1961-1975)*, p. 186.

¹³⁹ *Ibidem*, p. 135.

revolucionário que deve ser imitado por todos aqueles que trabalham a favor da sociedade comunista. Há uma predominância das cores da bandeira cubana, azul, vermelho e branco, mescladas com um tom de amarelo que, neste caso, tem a função de quebrar os tons escuros e dar uma aparência suave às imagens. Na parte superior do cartaz está a ilustração de um camponês, *guajiro*, segurando a bandeira de Cuba, simbolizando o amor e lealdade à Pátria, ao lado da imagem de Ernesto Guevara, morto no ano anterior. Essa construção imagética nos sugere que o camponês anônimo e o herói da Revolução estão lado a lado, ambos sendo fundamentais na solidificação do ideal revolucionário e, se todos se apoiarem nesse ideal, serão capazes de erguer a nação como se ergue aquela bandeira.

Logo abaixo, ao lado do ano do cartaz, vemos a ilustração de um negro e de um branco, um estereótipo do operário que trabalha com boné, representando as diferentes raças que, com seus semblantes felizes de pessoas que têm uma missão a cumprir investem a sua mão-de-obra no trabalho de edificação do socialismo. Abaixo dessas figuras, estão as imagens dos rebeldes Haydée Santamaría¹⁴⁰ e seu namorado, Boris Coloma, assassinado na prisão por Batista, símbolos do amor e da abnegação rebelde pela causa da Revolução. A imagem de um Fidel Castro contemplativo, com olhar em direção ao infinito, nos sugere a figura do líder, da pessoa que tem uma visão do futuro e que detém confiança em seus atos. Na parte inferior do cartaz, uma ao lado da outra, estão as imagens de José Martí, simbolizando o início da luta pela independência cubana, ainda no século XIX, e Camilo Cienfuegos, representação da continuação dessa luta que se transformou em vitoriosa com a Revolução de 1959. O único texto presente

¹⁴⁰ Haydée Santamaría foi uma das poucas mulheres que se destacou na luta armada urbana contra a ditadura de Batista e teve um papel importante no governo revolucionário ao dirigir de, 1959 a 1980, a instituição cultural *Casa de las Américas*. Em 26 de Julho de 1980, data em que se comemora o Assalto ao Quartel de Moncada e ocasião na qual o seu noivo foi feito prisioneiro, Haydée suicidou-se, ato que representou a profunda crise na Revolução e que foi explicado por Fidel Castro em razão de conseqüências psicológicas das torturas que ela havia sofrido no cárcere de Batista. Para consultar a biografia de Haydée Santamaría ver: < www.rebellion.org >, acessado em 27 de julho de 2006.

neste cartaz é uma exaltação à Revolução, na frase “*Viva la Revolución*”. Esse cartaz, portanto, reúne, em um mesmo espaço imagético, a idéia de construção da história oficial por meio dos heróis e mitos da Revolução Cubana, o cidadão comum, exemplificando o ideal de “homem novo” da sociedade socialista e a comemoração do Ano do Guerrilheiro Heróico.

Em tonalidades diferentes de verde, cor que simboliza a esperança, e em formato retrato foi confeccionado o *cartaz 16*. Esta peça segue os parâmetros do cartaz anterior e reúne a intenção de comemoração do ano do guerrilheiro heróico, representado pela imagem de Camilo Cienfuegos que, ao mesmo tempo, simboliza o exemplo moral a ser imitado na construção do “homem novo”. Muitos elementos fizeram de Cienfuegos a imagem perfeita do mito e herói de uma história oficial e, por isso, seu exemplo perpassou não só cartazes de propaganda política como, também, números especiais dos suplementos culturais cubanos. Dentre suas aptidões heróicas, Sílvia Miskulin narra a trajetória de sua vida como guerrilheiro, desde a sua incorporação no Movimento 26 de Julho no México, o desembarque do Granma, a luta, ao lado de Che Guevara, em Sierra Maestra e as vitórias rumo à parte ocidental da ilha¹⁴¹. Contudo, o fator decisivo para seu processo de mitificação foi sua morte prematura, em novembro de 1959. Camilo viajou a Camaguey para prender o major Huber Matos, comandante do Exército Rebelde e governador militar da província de Camaguey, que havia participado da guerrilha e foi considerado conspirador pelo governo revolucionário, depois de renunciar ao seu cargo e discordar das orientações comunistas. No retorno a Havana, o avião que Camilo embarcara desapareceu, dando margem a inúmeras especulações, visto que nem seu corpo, nem os destroços do avião foram encontrados. Nesse sentido, o governo de Fidel Castro precisou isentar-se de qualquer culpa e, portanto, a

¹⁴¹ MISKULIN, Sílvia. *Cultura ilhada: Imprensa e Revolução Cubana (1959/1961)*, p. 131.

glorificação de Camilo como mito e herói serviu também para promover essa isenção. O discurso imagético desse cartaz salienta ainda a pureza revolucionária de Camilo, representada por uma imagem sorridente envolta em flores brancas e estrelas, a imagem perfeita do “homem novo” cubano: rebelde, corajoso, detentor de uma moral inquestionável e, acima de tudo, feliz com as suas conquistas. A propaganda política, neste caso, serviu não só para a idealização do “homem novo”, mas para ressaltar a inocência do governo cubano no desaparecimento de Camilo Cienfuegos¹⁴²?

Ernesto Che Guevara, tratado em Cuba somente por Che ou por Comandante Guevara, é um mito que, ao lado de José Martí, é um dos mais explorados pela propaganda estatal cubana. Neste *cartaz 17*, datado de 1969, vemos a apropriação da famosa fotografia tirada por Alberto Korda, nos primeiros dias da vitória da Revolução, que circulou pelo mundo como representação do Che rebelde, do Che guerrilheiro, do grande idealizador e exemplo vivo do “homem novo” cubano e do revolucionário internacional. O rosto de Che Guevara está envolto em um prisma de cores que partem de uma estrela no centro da boina em sua cabeça. Essa construção nos sugere que a mente de Guevara, suas idéias e seus ideais, poderiam partir de um pequeno foco central, a estrela, e iluminar, com todas as cores, não só o vermelho do comunismo, uma imensidão e, porque não dizer, a humanidade. A imagem é a retratação perfeita do guerrilheiro, com olhar posto no futuro, e que dedicou a sua vida e a sua morte à causa socialista.

Além de tratar da construção do mito guevarista, este cartaz é um exemplo da apropriação da morte pela propaganda estatal. Podemos entender que, uma vez mais, a propaganda tenta, glorificando e mitificando um de seus membros mortos, isentar-se das acusações de divergências entre Fidel Castro e Che Guevara e do abandono final do Che

¹⁴² BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. *Op. cit.* p 209.

na Bolívia em 1967¹⁴³. Depois de dois anos do assassinato de Che na selva boliviana, nada seria mais eficaz que uma propaganda oficial, valendo-se da imagem de Che e exaltando as suas qualidades de herói, para se livrar da culpa e justificar e enfatizar a amizade.

Já o *cartaz 18*, de acordo com Lincoln Cushing¹⁴⁴, ficou conhecido no mundo todo com o nome de “Cristo Guerrilheiro”, quando foi, na verdade, uma homenagem feita a Camilo Torres¹⁴⁵, o sacerdote, professor de sociologia e guerrilheiro colombiano morto em fevereiro de 1966. Segundo Sílvia Miskulin, o suplemento *El Caimán Barbudo* publicou alguns artigos em homenagem a Torres, incluindo uma mensagem do sacerdote aos estudantes, na qual os conclamava a aderir à revolução latino-americana e a passar da teoria à prática revolucionária¹⁴⁶. Como podemos perceber, os cartazes de propaganda política eram amparados por outras formas de propaganda estatal, como suplementos literários, e esse cartaz, especificamente, mitificou Camilo Torres e o colocou na galeria dos heróis revolucionários a serem saudados na historiografia cubana como exemplos do “homem novo”.

A imagem mostra um homem de barba e cabelos longos, envolto em uma auréola reluzente, símbolo dos santos do catolicismo e clara indicação da beatitude

¹⁴³ A interpretação de Jorge Castañeda fundamenta-se na culpa de Fidel Castro por não tentar resgatar Che Guevara quando este fracassou na tentativa de criar uma guerrilha que partiria da Bolívia para o resto do continente. Castañeda baseou-se nos depoimentos de Daniel Alarcón Ramírez, um sobrevivente da guerrilha boliviana, mais conhecido como Benigno, que lutou ao lado de Guevara e denunciou a existência de acordos entre Castro, Mário Monje (do Partido Comunista Boliviano, contrário à guerrilha) e o Partido Comunista da União Soviética, nos quais Fidel Castro estaria comprometido a não salvar Guevara e cortar os incentivos à guerrilha na América Latina. Retomaremos essa discussão quando estivermos analisando os cartazes de propaganda política cubanos referentes à América Latina. Ver: CASTAÑEDA, Jorge G. *Op. cit.* p. 276-450.

¹⁴⁴ CUSHING, Lincoln. *Op. cit.* p. 67.

¹⁴⁵ Camilo Torres nasceu em Bogotá, em 1929, e ordenou-se sacerdote em 1954. Estudou na Universidade de Louvain e, ao retornar à Colômbia, em 1959, foi professor de sociologia na Universidade Nacional. Promoveu a propaganda das lutas populares por meio do jornal *Frente Unido*, órgão da *Frente Unida do Povo*, e uniu-se à guerrilha do *Ejército de Liberación Nacional*, dirigida por Fábio Vázquez. Morreu em combate, na Colômbia, em fevereiro de 1966. Ver: LOWY *Apud* MISKULIN, Sílvia *Os intelectuais cubanos e a política cultural da Revolução (1961-1975)*, p. 144.

¹⁴⁶ *Ibidem*, p. 144.

dessa figura. A barba adquire dois significados distintos, uma analogia com a imagem de Jesus Cristo e, também, com os guerrilheiros cubanos, conhecidos por “barbudos”, ou seja, existe uma real intenção de associar a imagem de Cristo, que trouxe idéias inovadoras para o seu tempo e contribuiu para mudar o rumo da humanidade, com a imagem do guerrilheiro. Essa premissa pode ser confirmada pelas suas vestes, copiadas dos modelos romanos, e pelo fuzil que o homem leva aos ombros como se afirmasse que, assim como Jesus Cristo foi um revolucionário para o seu tempo e trouxe novas esperanças para humanidade, o rebelde socialista carrega consigo um ideal parecido. Ao mesmo tempo, este discurso imagético, na figura do homem santificado, promove uma relação direta com a dupla função, sacerdotal e revolucionária, de Camilo Torres.

Questionamos o porquê de um cartaz de propaganda política cubana se apossar do simbolismo da figura do Cristo, dado que, no final dos anos 60, Cuba se aproximava cada vez mais do dogmatismo soviético e pregava a total separação entre Igreja e Estado e entre escola e Igreja, chegando ao ponto de proibir completamente cultos religiosos e condenar o catolicismo como forma de alienação e desvio ideológico. Concluímos que os apelos de uma propaganda estatal, principalmente quando lhe parece conveniente, fogem das orientações dogmáticas e se dirigem ao público com elementos que vão ao encontro da sensibilidade das massas. É a apropriação da *Lei de Transfusão*, que apreende e explora os sentimentos conscientes e inconscientes dos povos para transformá-los em propaganda eficaz.

No caso deste cartaz, de 1969, havia a necessidade de sustentação da história oficial por meio dos mitos e de relacionar esses mitos com a criação do “homem novo”. Camilo Torres era um exemplo do “homem novo” que o governo revolucionário cubano queria moldar e não havia como desvincular a sua imagem da religião, por isso, o

discurso imagético religioso foi conveniente nessa representação, porque pareceu oportuno associar uma figura religiosa com o ideal do “homem novo”.

O *cartaz 19* e o *cartaz 20*, ambos da década de 70, são amostras de cartazes que trabalham a construção do herói, relacionando-o com a comemoração de uma data específica, neste caso, o Dia Internacional da Mulher, 8 de março. A Revolução de 1959 trouxe para Cuba, uma sociedade com valores machistas, a idéia de que a mulher, na construção do Estado comunista, deveria ter os mesmos direitos e a mesma importância que o homem. Naquele início dos anos 70, havia a necessidade de reunir toda a espécie de mão-de-obra para alcançar os recordes idealizados nas plantações de açúcar e o governo não poderia deixar espaço para a discriminação do trabalho feminino. Todavia, em nenhum momento conseguimos identificar, na bibliografia consultada a respeito da Revolução Cubana, uma menção clara de qual seria a função feminina, o papel da mulher na construção e manutenção do Estado comunista. Sabemos que, nesse tipo de sociedade, o ideal é uma equiparação do trabalho masculino ao feminino e que a mulher pode ser um exemplo de revolucionária tal como qualquer homem, conforme já nos foi demonstrado anteriormente no cartaz que destaca Haydée Santamaría como exemplo de herói da Revolução. Por isso, acreditamos que esses dois cartazes são importantes, pois, além de dirigir-se ao público feminino e conquistar a simpatia dessa parcela da sociedade, destacando o dia da mulher, eles nos oferecem indícios mais claros de qual seria o papel da mulher na sociedade cubana socialista.

O *cartaz 19* evoca a data comemorativa nos dizeres “*Marzo 8... Día Internacional de la Mujer*”, assim como o *cartaz 20*, um ano depois, reproduz a mesma frase em quatro idiomas diferentes, espanhol, inglês, francês e russo, dando a entender que aquela propaganda se dirigiria ao público interno, mas incluindo os estrangeiros residentes no país para algum trabalho de intercâmbio, muito comum àquela época.

Além disso, busca no exterior o público feminino, visto que essa é uma data internacional e reproduzindo-o em quatro idiomas realça a questão do internacionalismo cubano. As duas peças complementam-se e apresentam quatro situações distintas nas quais deixam bem claras as funções da mulher na sociedade comunista. Na parte superior do *cartaz 19*, observamos uma mulher protegida por um chapéu, com os lábios entreabertos como se estivesse cantarolando, enquanto colhe uma fruta. Logo abaixo, surge a mulher operária, com o mesmo semblante tranqüilo, segurando um fio de linha. Na parte mais inferior do cartaz, a mulher acalenta uma criança, sem mudar a expressão de seu rosto.

Essa seqüência de imagens nos diz que a mulher, na sociedade comunista, é capaz de adotar várias funções, como a de camponesa, operária e mãe. Em todas elas, a mulher parece segurar o “fruto” de suas funções sem deixar-se abater, exercendo o seu papel com zelo e satisfação, como deve ser feito por todas as mulheres que se espelham no modelo do “homem novo”. Sabemos que os dois cartazes foram elaborados pelo mesmo artista, Heriberto Echeverría, e imaginamos que, um ano depois, ele resolveu complementar o discurso do *cartaz 19* confeccionando o *cartaz 20*. Neste, a função da mulher na sociedade comunista termina por ser definida com a indicação de que, além de camponesa, operária e mãe, a mulher deve ser, acima de tudo, revolucionária. Essa assertiva pode ser confirmada pela representação da mulher, com o cabelo envolto em flores e borboletas, simbolizando a delicadeza feminina, segurando um rifle, símbolo da guerrilha cubana. O discurso imagético nos assegura que cada mulher, com toda sua “delicadeza natural”, pode ser uma revolucionária destemida e, por isso, homenageada todo 8 de março. Assim, esses dois cartazes, de maneira clara, oferecem-nos a definição dos papéis que a mulher deveria exercer na sociedade socialista cubana.

Finalmente, a exemplificação do “homem novo” cubano encontra na figura de José Martí¹⁴⁷ a analogia ideal. Um intelectual, sem qualquer experiência em campos de batalha, Martí teve seu lugar de destaque na história cubana por causa de sua participação idealista na Guerra de Independência. Considerado como um dos principais expoentes do pensamento latino-americano do século XIX e personagem de uma geração que se envolveu em debates polêmicos em torno das empolgantes doutrinas transplantadas da Europa, José Martí tornou-se mito e “apóstolo”, após o advento da Revolução Cubana. Praças, ruas, escolas, aeroporto, hospitais receberam seu nome, que passou a ser explorado de forma incessante na criação da memória oficial cubana e na resolução dos embates ideológicos do regime castrista. Na frase “*Antes de ser marxista, sou martiano*”¹⁴⁸, podemos perceber a intenção de Fidel Castro de se declarar marxista, fato que ocultava nos primórdios do governo revolucionário, e, ao mesmo tempo, de deixar claro que a matriz de suas concepções ideológicas, desde os tempos do Partido Ortodoxo, está no pensamento político de Martí. Se não era explícita a filiação comunista de Castro antes do episódio de Playa Girón, por sua vez, é fato que o líder da Revolução Cubana já via um ídolo em Martí, antes mesmo de sua prisão pelo assalto ao Quartel de Moncada. Com isso, entendemos que existia no governo revolucionário um discurso nacionalista, amparado pela figura de José Martí, e que, muitas vezes, esse

¹⁴⁷ José Julián Martí Pérez nasceu em Havana em 1853 e lutou na Guerra de Independência Cubana, no final do século XIX. Filho de pais espanhóis, tudo indica que sua família pertencia a um segmento médio da sociedade, visto que Martí pôde cursar escolas em Cuba e seguir com seus estudos. Começou a escrever sobre a questão da independência na ilha, motivo pelo qual foi condenado, primeiramente, a trabalhos forçados e, depois, ao desterro. Foi na Espanha que Martí se formou em Letras e Filosofia pela Universidade de Zaragoza e de onde partiu para conhecer a Europa. Dotado de uma cultura perspicaz, Martí abraçou a causa da independência e escreveu para variados jornais, entre eles o *La Nación*, de Buenos Aires; *La América*, de Nova York; *La Opinión Nacional*, de Caracas; *La República*, de Honduras; *El Economista Americano*, de Nova York; *La Opinión Pública*, do Uruguay; *El Partido Liberal*, do México; e em revistas ilustradas. Morreu em combate em 1895. Ver: CARVALHO, Eugênio Rezende de. *José Martí e o centenário da independência cubana (1898-1998)*. Vitória: Anais Eletrônicos do III Encontro da ANPHLAC, 2000.

¹⁴⁸ CASTRO, Fidel *Apud* BETTO, Frei. *Fidel e a religião*. São Paulo: Brasiliense, 1985, pg. 159.

nacionalismo era conduzido paralelamente ao discurso fundamentado pelo dogmatismo soviético. Essa assertiva nos aparece ainda mais clara na análise do *cartaz 21*, de 1983.

A imagem nos apresenta cinco vezes o rosto de Martí, marcado por uma expressão séria que denota respeito e moral. Em um único momento, a bandeira cubana aparece ao lado de seu rosto, promovendo uma relação entre a personalidade de Martí, firme, decidida, e a nacionalidade cubana. No entanto, é na mensagem escrita que se sustentam os objetivos dessa peça propagandística. Conforme elucidamos anteriormente, no início dos anos 80, Cuba passava por uma intensa crise econômica e precisava, mais do que nunca, do respaldo popular. A frase “*Hacer es la mejor manera de decir*”, de autoria de Martí, conclama à ação associada ao pensamento e à discussão, ou seja, aquele era o momento de por em prática todas as premissas idealizadas anteriormente. A propaganda reproduziu as palavras de um herói, uma personalidade respeitada em toda a nação, para chamar à ação os construtores da sociedade comunista.

Da mesma forma, o *cartaz 22*, de 1985, apresenta um Martí sério com uma estrela sobre sua testa. A estrela representa o brilho próprio do intelectual que empresta a frase “*Ni pueblos, ni hombres respetan a quien no se hace respetar*” para mostrar aos espectadores deste cartaz que aquele momento de mudanças vindas do outro continente não poderia atingir os “verdadeiros revolucionários”. Era a hora de se inspirar no heroísmo de Martí, em seu amor pela pátria, e fazer-se respeitar e, assim, criar um consenso nacional em torno da manutenção das propostas revolucionárias. Martí, simbolizando a independência de Cuba, refere-se, neste ano, a uma independência em relação à URSS e, também aos Estados Unidos, além de garantir a manutenção dos ideais da Revolução Cubana.

Por meio desses 22 cartazes, fomos capazes de identificar como a exploração da memória nacional, dos mitos e heróis da Revolução Cubana e de datas comemorativas

inseriram, em seus respectivos contextos históricos, concepções ideológicas, além de promover a identificação de papéis e funções sociais, divulgar os planos e diretrizes governamentais, estabelecer uma história oficial, fundamentada na visão revolucionária, e definir, de maneira clara e precisa, o modelo de “homem novo” da sociedade cubana comunista.

3 – Rumo à lavoura e à doutrinação

Além da utilização da memória coletiva como meio de propagação da ideologia vigente, os cartazes de propaganda política cubanos empregaram uma forma mais direta e menos sutil de doutrinação. Nesta última, é mais perceptível o tom de defesa e sacrifício pela coletividade, visto que, para alcançar a plenitude de uma sociedade comunista, era preciso o sacrifício de todos, incluindo o trabalho voluntário. Eduardo Mizukami e Marcelo Buzetto relatam que:

“Com o passar do tempo, os revolucionários ampliaram o trabalho de propaganda, de agitação e de formação de novos quadros que se responsabilizariam pela fiscalização e implementação das leis do novo governo, principalmente no campo...”¹⁴⁹.

Dessa forma, o *cartaz 23*, datado de 1961, é um dos primeiros cartazes da propaganda comunista do governo revolucionário cubano direcionado à doutrinação da massa. Amparados pelo discurso imagético, acreditamos que essa peça foi confeccionada logo após o sucesso da resistência à invasão à Baía dos Porcos. Vemos, em primeiro plano, os rostos sorridentes de mulheres, negros e brancos, todos caracterizados por uma roupagem militar. Em um segundo plano, há uma massa erguendo bandeiras, lampiões e os próprios braços. A imagem, apoiada pela mensagem

¹⁴⁹ MIZUKAMI, Eduardo de Souza, BUZETTO, Marcelo. “Revolução inacabada”. IN: COGGIOLA, Osvaldo (org). Op.cit. p. 75.

“*Todos a saludar a las brigadas vencedoras*”, sugere que essa massa, distribuída por uma longa estrada, está retornando para casa após uma vitória importante e que deve ser saudada com alegria por todos. A segunda mensagem, “*Cumplimos*”, é um verbo conjugado na primeira pessoa do plural e complementa esse discurso, levando-nos a entender que não se trata de um processo individual, mas, sim, de um procedimento sustentado por toda uma massa em união que forma o “nós”, o coletivo em torno de um objetivo comum: defender a pátria, defender a Revolução. Observando, atentamente, o lado direito da parte inferior desse cartaz, podemos identificar, em letras minúsculas, a frase “*Campaña Nacional de Alfabetización*” e entender que essas brigadas vencedoras estão relacionadas ao projeto governamental de alfabetização, que trataremos mais adiante. Implicitamente, a mensagem a ser divulgada é a de que todos deverão unir-se, formando uma massa homogênea, de cidadãos exemplares, em torno da defesa e da manutenção da Revolução Cubana.

Esse apelo à união e à coletividade permanecerá enfático nos cartazes elaborados para as campanhas de trabalho e colheita, compreendendo que, para se cumprir os objetivos econômicos e sociais planejados pelo governo revolucionário, tornou-se necessário cativar e estimular a produção e, conseqüentemente, angariar mão-de-obra suficiente para os recordes fixados. O direcionamento da propaganda para o sentimento de exaltação, que impele os indivíduos a adotar concepções políticas com as quais parece compartilhar uma maioria, classifica esses cartazes dentro da *Lei de Unanimidade ou de Contágio*¹⁵⁰.

A plantação e a colheita da cana-de-açúcar, principal produto cubano desde a época colonial, receberiam, então, uma atenção especial das agências de propaganda. De acordo com Alain Touraine, a economia cubana, a partir de 1959, passou por

¹⁵⁰ Cf. p. 33 desta dissertação.

algumas fases distintas em relação à produção do açúcar. Em um primeiro momento, houve o sonho industrial e a tentativa de diversificar a economia, com a diminuição dos investimentos no açúcar, feito que provocou uma grave crise. O voluntarismo no trabalho, pregado por Ernesto Che Guevara, visava o crescimento econômico, não sustentado apenas pela produção açucareira e associado a uma competição fraternal, e firmava-se como característica essencial do “homem novo” cubano. Logo depois, amparada pelos financiamentos soviéticos e pela entrada no COMECON, Cuba viu-se forçada a exercer o seu papel de país produtor e agroexportador do bloco socialista e, também, a planificar a sua economia aos moldes soviéticos. Isso significou um retorno à cultura da cana-de-açúcar e a idealização das grandes safras, com objetivos cada vez mais ambiciosos de plantação e colheita. A meta de 10 milhões de toneladas, fixada para a safra de 1970, não se consumou e o sistema de trabalho voluntário na colheita desorganizou outras atividades econômicas. O passo seguinte seria a padronização da economia e a aceitação do papel de Cuba de país exportador de açúcar para o Leste Europeu¹⁵¹. Na década de 80, Cuba produzia mais de 7 milhões de toneladas de açúcar por ano, dos quais a URSS comprava mais de 4 milhões a preços superfaturados¹⁵².

Seja tentando modificar o direcionamento econômico, seja retornando às origens da monocultura, o trabalho voluntário tornou-se essencial nas plantações de cana. O governo necessitava da maior quantidade de mão-de-obra possível e disponibilizá-la era o objetivo central dos cartazes de propaganda política direcionados às campanhas de produção. Na concepção de Jorge Castañeda, Che Guevara contribuiu para que o trabalho voluntário fosse um dos principais projetos da Revolução e uma espécie de escola criadora da consciência revolucionária. Ele enxergava no voluntarismo a

¹⁵¹ Ver: TOURAINE, Alain. *Palavra e Sangue: Política e sociedade na América Latina*. São Paulo: Trajetória Cultural; Campinas: Editora da Unicamp, 1989 p. 395-403.

¹⁵² ALMENDRA, Carlos César. Op.cit. p. 141.

característica fundamental do “homem novo” e, para criá-lo, eram necessários estímulos morais e não materiais, como apregoava um outro segmento do governo revolucionário, mais identificado com a corrente soviética¹⁵³. Esses estímulos morais eram representados por medalhas, bandeiras e diplomas que cumpriam o papel de criar uma consciência do trabalhador na construção do socialismo. Segundo Luiz Bernardo Pericás, essa seria uma maneira de construir o socialismo por meio do aproveitamento máximo da mão-de-obra do país e do aumento da produtividade, além de servir de instrumento para a elevação da consciência dos trabalhadores. O método consistia em “*premiar os melhores trabalhadores e mostrá-los aos outros como exemplo, utilizando-se, aí, uma intensa campanha publicitária e propaganda política*”¹⁵⁴.

O *cartaz 24* é um dos que tratam essa temática de forma peculiar. Confeccionado em 1970, entendemos que o seu objetivo era “convidar” a população a participar da colheita da cana de 1971. Este convite está explicitado na mensagem escrita “*y dónde estaremos el 2 de enero? En la caña!*”. Vemos que a primeira frase, em forma de pergunta, parece partir de um final de conversação, de um diálogo casual no qual uma pessoa complementa seu discurso perguntando a outra onde estarão no dia 2 de janeiro. A resposta, que elas estarão nas plantações de cana, soa como um acontecimento natural e programado, parte do cotidiano de todos, como uma obrigação rotineira. Sustentando a naturalidade desse discurso, surge a imagem de um canavial, no qual o agricultor em destaque é ninguém menos que Fidel Castro. A figura do líder máximo do governo revolucionário com chapéu de camponês e trabalhando na colheita remete ao exemplo que parte de cima e surge como o emprego da regra de propaganda política conhecida como *personalidade-piloto*. Se Fidel Castro, que ocupa o cargo mais importante no governo revolucionário, está trabalhando na colheita da cana, todos

¹⁵³ CASTAÑEDA, Jorge G. *Op. cit.* cap. 7, p. 231-275.

¹⁵⁴ PERICÁS, Luiz Bernardo. *Op.cit.* p. 107.

devem mirar-se em seu exemplo, deixar de lado as suas ocupações rotineiras e entregar-se ao trabalho voluntário. Esse discurso apresenta o trabalho nas plantações de cana como um dever, uma forma de patriotismo que não deve ser ignorada e que é de fundamental importância para o crescimento econômico da nação rumo ao comunismo.

Devido ao fracasso da meta estipulada para 1970, Cuba precisava incentivar a plantação e a colheita do açúcar para cumprir seus acordos comerciais com o Leste Europeu, afinal, retomava-se o lema “Sem açúcar não há nação”. Como reforça Carlos Almendra, muitos setores importantes da economia dependiam diretamente do desempenho da produção açucareira, explicação plausível para a vulnerabilidade da economia cubana. “*A produção de açúcar deveria crescer cada vez mais, para gerar mais divisas ao país e estas seriam investidas em outros setores. O malogro do crescimento açucareiro foi o malogro dos investimentos em outros setores*”¹⁵⁵. O governo necessitava, assim, de uma propaganda eficiente que garantisse mão-de-obra voluntária e barata e assegurasse o sucesso econômico. Por fim, o *cartaz 24* estabelece essa relação comunicativa entre governo e trabalhadores, visando conquistar o máximo de mão-de-obra para levar às plantações de cana.

O discurso de otimização da colheita de açúcar continua presente no *cartaz 25*, de 1971. Inserido no mesmo contexto histórico do cartaz anterior, essa peça de propaganda estatal reforça a idéia de trabalhar nas plantações de cana, independente de qualquer situação e sacrifício. Podemos comprovar essa assertiva pela mensagem escrita “*Cortar hasta la última caña, llueva mucho o llueva poco*”. Essa frase aparece com um tom mais imperativo, como se cortar toda a cana-de-açúcar fosse a atividade mais importante daquele momento e que não deveria ser interrompida por qualquer outro fator, até mesmo o climático. No discurso imagético é predominante a cor vermelha, do

¹⁵⁵ ALMENDRA, Carlos César. Op.cit. p. 141.

comunismo, e alguns pedaços de cana cortados para ilustrar o objetivo da mensagem escrita. Portanto, a intenção discursiva desse cartaz é bem clara, é estimular o trabalho, ignorando qualquer forma de interferência que pudesse prejudicá-lo.

Entendendo que para Che Guevara o trabalho voluntário possuía uma relação direta com a criação do “homem novo” cubano, os cartazes que serão apresentados a seguir não só objetivam a construção moral desse cidadão da nova sociedade como, também, continuar a incentivar a produção de cana-de-açúcar. A propaganda, em relação à criação do “homem novo”, exerceu a função de trabalho ideológico, promovendo a mobilização e o controle popular, que partia sempre das necessidades e razões da cúpula do governo, como é o caso das super safras¹⁵⁶.

A campanha por trabalho voluntário na safra de 1971 permaneceu como tema principal no *cartaz 26*, desse mesmo ano. A mensagem “*A Camaguey, con la fé y el valor de los combatientes del Moncada*” traz um tom imperativo que indica ao receptor o caminho que deve ser tomado: a província de Camaguey, um dos palcos fixados para a colheita do açúcar. O apelo se sustenta, ainda, no uso da história cubana, no episódio do Assalto ao Quartel de Moncada, com a finalidade de convencer os trabalhadores de que todo o esforço e suor empregados na colheita os igualariam aos heróis da Revolução, dado que o trabalho e o sacrifício em conjunto são também virtudes daqueles que lutam pela causa socialista e do “homem novo”. A mensagem é reforçada pela imagem de trabalhadores seguindo, ordenadamente, para o campo com suas máquinas e instrumentos de trabalho sob um céu que os cobre com espingardas. Ao mesmo tempo em que essa representação estabelece uma comparação entre instrumentos de trabalho e de luta, coragem para combater e para manter o socialismo; o céu de espingardas, em variações de vermelho, cor símbolo do comunismo, sugere uma

¹⁵⁶ Cf. ANDRADE, Everaldo de Oliveira. “O debate sobre a construção do Estado Socialista”. IN: COGGIOLA, Osvaldo (org). Op.cit. p. 119.

proteção daqueles que morreram em combate, mas continuam “velando” pelos que permanecem na luta pela manutenção do Estado socialista.

Apesar de alcançar entre 70% e 80% das exportações até a década de 90¹⁵⁷, nem só de cana-de-açúcar sobrevivia a economia cubana e outros produtos exigiam do governo direcionamento da mão-de-obra ativa. Entre eles encontramos o tabaco, matéria-prima dos famosos charutos cubanos, como o *Cohiba*, que fizeram a sua fama, e apareceram em fotografias no mundo todo, nos dedos de Fidel Castro e Ernesto Guevara. Por serem apreciados como os melhores do mundo, a exportação de charutos atingiu o patamar de 4% nos primeiros anos da década de 90¹⁵⁸. Mesmo que no início dos anos 70 as metas estivessem estabelecidas para a super safra de açúcar, o setor tabagista não podia ser ignorado. A propaganda não poderia se voltar, exclusivamente, para as plantações de cana-de-açúcar, pois as exportações de charutos, igualmente, precisavam ser mantidas.

Assim, o *cartaz 27* tenta, de uma só vez, estimular a adesão de mão-de-obra para ambas as plantações. A imagem nos mostra seis livros empilhados e de suas páginas, em direções contrárias, saem, alternadamente, folhas de tabaco e cana-de-açúcar. É para as plantações que devem dirigir-se os jovens estudantes conclamados pela frase “*Junto a los obreros creando riquezas. La escuela al campo*”. A escola deverá voltar-se para o campo para, de forma prática, ajudar a criar riquezas para o país. Os livros, representantes do trabalho intelectual, devem estar conciliados com o trabalho manual e os estudantes, neste momento, devem aproveitar o tempo ocioso e juntar-se aos obreiros do socialismo. É neste discurso imagético que salta aos olhos, uma vez mais, o ideal de “homem novo” cubano. Segundo Luiz Bernardo Pericás, a idéia do trabalho voluntário de Che Guevara desempenhava, além de função ideológica, uma função econômica

¹⁵⁷ ALMENDRA, Carlos César. *Op. cit.* p.139.

¹⁵⁸ *Ibidem*, p. 139.

muito importante, dado que ele seria “*uma ligação concreta entre o trabalho intelectual e o trabalho manual, deveria ser cumprido com prazer, e significaria uma participação consciente, voluntária dos trabalhadores, afastando-os da alienação e acelerando a transição ao socialismo*”¹⁵⁹. O cartaz 27 nos diz exatamente isso, que o momento de unir o trabalho intelectual ao manual era nas plantações de cana e tabaco e, dessa maneira, construir o “homem novo” e a sociedade comunista.

O cartaz 28 é de 1983 e produzir para exportar era uma das metas daquele início de década marcado pela crise econômica. Apenas a frase “*El tabaco espera tu mano joven*” nos orienta para a intenção discursiva dessa peça propagandística: o governo necessitava investir mão-de-obra nas plantações de tabaco e, para isso, precisava cativar e dirigir-se ao público jovem. Para tanto, valeria programar as férias universitárias e escolares para o período da colheita e direcionar as campanhas publicitárias para essa parcela da população. No entanto, essa prática não foi usual apenas na década de 80. Muito antes da crise o governo cubano investia a propaganda estatal da função de incentivar a mão-de-obra jovem das universidades a ocupar seu tempo ocioso nos campos, como nos comprovou o cartaz 27.

Inserido no contexto da crise econômica dos anos 80, o cartaz 29, de 1984 apresenta a imagem de uma jovem sorridente, envolta em folhas de tabaco, com trajes camponeses. O trabalho voluntário, na idealização guevarista, deveria ser realizado com alegria, com prazer, como a expressão ilustrativa dessa jovem. A mensagem escrita sustenta o discurso imagético com a frase “*Alegria en los campos de tabaco*”, isto é, o trabalho voluntário nos campos de tabaco promove um ambiente alegre e prazeroso, típico da sociedade idealizada pelo projeto revolucionário.

¹⁵⁹ PERICÁS, Luiz Bernardo. *Op. cit.* p. 107.

Tangenciando o trabalho relativo à cana e ao tabaco, o *cartaz 30* traz um discurso otimista em relação a outros produtos agrícolas cubanos. Mesmo propiciando uma ínfima parte das exportações da ilha¹⁶⁰, os legumes, frutas e verduras mereceram, aqui, um certo destaque na propaganda estatal. O ano de sua criação, 1983, não nos traz novidades referentes ao contexto histórico da época, mas podemos deduzir que a crise exigia a diversificação da produção, principalmente para o consumo interno. O discurso imagético é simples, representações dos produtos que poderiam ser cultivados. A mensagem escrita, todavia, expõe as necessidades e os objetivos a serem alcançados naquele momento.

Apesar da frase extensa “*La tierra es fértil... A trabajar por el 100% de población. Cada campo sembrado...*” parecer confusa, ela pode ser desmembrada para ser entendida em sua totalidade. O primeiro fragmento, “*La tierra es fértil...*”, tem por objetivo derrubar o mito de que o solo cubano era pobre para a agricultura, fato que privilegiaria a plantação da cana¹⁶¹. Com essa afirmativa, a propaganda tenta incentivar um maior esforço para melhorar e diversificar a produção. A partir da bibliografia disponível sobre o assunto, podemos afirmar que uma das grandes dificuldades do governo revolucionário, desde o início do processo, foi manter a população bem alimentada, principalmente após o embargo norte-americano. Diante dessa perspectiva, a frase “*A trabajar por el 100% de población*” perde o véu da obscuridade e nos fornece um retrato da necessidade governamental de alimentar a população. Ao assumir, paternalmente, as responsabilidades de manter o povo alimentado, o Estado socialista cubano precisava criar novas fontes alimentares, sendo que a crise da década de 80 não

¹⁶⁰ Ver: ALMENDRA, Carlos César. *Op. cit.* p. 139.

¹⁶¹ Ver: BANDEIRA, Antonio Rangel. *Sombras no paraíso*. Rio de Janeiro: Record, 1994.

permitia que muitos alimentos contidos na *libreta*¹⁶², e essenciais para a alimentação humana, chegassem a Cuba. Por fim, “*Cada campo sembrado...*” reforça a necessidade de plantar cada pedaço de terra para obter alimentos suficientes para a população. O povo precisava comer e o governo precisava incentivar o cultivo de produtos alimentícios para matar a fome de seu povo. A propaganda política entrou, então, em cena, mas tentando não expor a urgência e a gravidade da situação.

4 – Educação, esporte, cinema, saúde, economia e controle social, elementos de manutenção de um regime forte

Outros temas ligados às questões ideológicas fizeram parte do universo imagético dos cartazes de propaganda política. A cultura, em geral, precisava ser direcionada para fins específicos, tecendo um paralelo com a política e a economia. Segundo Sílvia Miskulin, a Revolução Cubana deu abertura a um período de intensa produção cultural com o surgimento de publicações, editoras, teatros e as campanhas de alfabetização. Foi nos anos 60 que o governo elaborou as diretrizes das políticas culturais e passou a exigir o compromisso do artista e do escritor com a nova sociedade¹⁶³. Portanto, podemos verificar que há uma relação temporal entre a declaração da condição de Estado socialista de Cuba e o início do controle estatal sobre as produções culturais.

Dessa forma, os cartazes que inseriram seu discurso no âmbito da cultura exerceram a função de meio de controle cultural e, até mesmo, social. Fundamentado pela crença marxista de que a escola, juntamente com a religião e a família, era um

¹⁶² De acordo com Antônio Rangel Bandeira, os produtos disponíveis na *libreta* eram: 450 gr de frango, 2,5 kg de arroz, 1,5 de batata, 3 de açúcar; ½ de feijão, 4 ovos, 250 gr de manteiga 1 sabonete e 1 sabão, frutas e legumes a cada 30 dias; dois pares de peças íntimas a cada dois anos. A carne, o rum e outros itens que constam na *libreta*, a partir do final dos anos 80, só existem no mercado negro ou nas *diplo tiendas*, lojas para turistas. BANDEIRA, Antonio Rangel. *Ibidem*, p. 240.

¹⁶³ MISKULIN, Sílvia. *Os intelectuais cubanos e a política cultural da Revolução (1961-1975)*, p. 25.

importante aparelho ideológico de Estado¹⁶⁴, o governo revolucionário precisava exercer o controle doutrinário desde as idades mais tenras. Além disso, uma das grandes conquistas da Revolução Cubana foi conseguir alcançar os 98% de taxa de alfabetização. Antônio Rangel Bandeira relata que, com o passar dos anos, o ensino tornou-se barato, variando de acordo com a possibilidade dos pais, e obrigatório até o sexto grau. O governo fornecia uniforme e material escolar gratuitamente e as crianças permaneciam na escola de 8 às 17 horas onde faziam suas refeições. No entanto, o ensino superior foi limitado às pessoas que estivessem em concordância com o regime e, mesmo assim, o marxismo-leninismo era matéria obrigatória para todos os cursos. As faculdades de sociologia e política só estavam abertas aos estudantes considerados absolutamente confiáveis pelo governo e o próprio Ernesto Guevara idealizou um espaço educacional onde as crianças pudessem estabelecer um contato com o conhecimento vocacional já na escola¹⁶⁵. Foi assim que surgiu o *Palácio Central de Pioneiros Ernesto Guevara* que funciona como uma espécie de centro de doutrinação infantil.

Haroldo Dilla Afonso acrescenta que, em 1989, mais da metade da população possuía graus muito diferentes de educação, e o número de técnicos e profissionais se aproximava do meio milhão de pessoas¹⁶⁶. Compreendemos, a partir desses dados, que o controle estatal sobre a educação e as manifestações culturais em Cuba foi auxiliado pela propaganda estatal, visando criar um grande laboratório doutrinário que, em muitos casos, não encontrou relutância na sociedade.

¹⁶⁴ Para aprofundar-se mais no pensamento marxista, Ver: MARX, Karl. *Liberdade de imprensa*. Porto Alegre: Editora L&PM, 2001.

¹⁶⁵ BANDEIRA, Antônio Rangel. *Op. cit.* p. 310 a 340.

¹⁶⁶ ALFONSO, Haroldo Dilla. Cuba: significado e importância das mudanças. In: *Política Externa*, São Paulo, vol. 7, n.2, set.1998, p. 127-146.

É com essa finalidade que o *cartaz 31*, de 1971, apresenta, em primeiro plano, o rosto de um jovem, todo em branco, denotando um olhar pensativo e sonhador. Por essa imagem, entendemos que a jovem representa a promessa de futuro e o olhar almeja alcançar esse futuro sendo útil para o seu país. Para chegarmos a tal conclusão, fomos auxiliados pela mensagem expressa nesse cartaz: “*Yo voy a estudiar para maestro*”. Por meio dela, podemos identificar que o objetivo propagandístico do governo era incentivar que jovens passassem a idealizar, a sonhar e, conseqüentemente, a buscar a carreira de magistério. O governo tinha de manter o alto nível de alfabetizados alcançado pela Campanha de Alfabetização, que fez com que a taxa de 23% de analfabetismo caísse para 3,9% no final dos anos 60 e fosse saudada pela ONU¹⁶⁷. Para tanto, necessitava de mão-de-obra especializada em educação e este cartaz confirma o direcionamento vocacional dos cubanos pretendido pelo Estado. A propaganda, dessa maneira, persuade jovens a estudar e seguir carreiras que, de tempos em tempos, eram fixadas como prioridade pelo Estado.

Ainda em relação à educação, temos o *cartaz 32*, de autor e data desconhecidos. Nele, vemos dois livros entreabertos esboçando um corpo humano, no qual a cabeça é uma bola de beisebol e as pernas e os braços são formados pelas capas dos livros. A suposta mão está segurando uma pá que, por sua vez, simboliza o trabalho no campo. Percebemos nessa imagem a repetição da tentativa de associar o trabalho intelectual ao trabalho manual como idealização do “homem novo” cubano, discutidos no *cartaz 27*. A frase “*La Educación Universal junto al Trabajo Universal*” apenas reforça esse discurso imagético. De forma mais implícita está a idéia de que a educação é o corpo da sociedade, elemento que põe essa sociedade em movimento e, conseqüentemente, em desenvolvimento. Por sua vez, a cabeça, morada do intelecto, deve voltar-se para a

¹⁶⁷ CASTAÑEDA, Jorge G. *Utopia Desarmada: Intrigas, dilemas e promessas da esquerda latino-americana*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994, p.

ação, seja ela com as práticas esportivas ou com o trabalho manual propriamente dito. Percebemos, assim, que mesmo divulgando e incentivando a educação e o processo de aprendizagem há outras razões governamentais guiando a propaganda.

Ao lado da educação e da saúde, o esporte forma o tripé dos investimentos sociais cubanos. Antônio Rangel Bandeira relata que, em Cuba, a prática esportiva é incentivada nas escolas, nos locais de trabalho e nos bairros, que possuem professores designados para o exercício físico de idosos.¹⁶⁸ A prática esportiva incentivada pelo governo revolucionário é, juntamente com o cinema, uma das formas de lazer permitidas pelo Estado, pois é consenso que as formas de diversão sejam monitoradas pelo governo socialista¹⁶⁹. Os cartazes com temáticas esportivas reforçam a idéia de que o “homem novo” da sociedade comunista associa um corpo perfeito à saúde espiritual e pureza moral¹⁷⁰.

Assim, o *cartaz 33* é um modelo de propaganda que buscava incentivar a prática esportiva. Ele está composto por três figuras humanas, ao fundo, jogando beisebol, o esporte mais praticado em Cuba. Observando-os, no primeiro plano, está um homem de costas, possivelmente de mais idade, posicionado como se fosse o guia dos atletas, o técnico que coordena e orienta. Na parte superior a frase “*Practicar deportes es cultivar la salud*” sustenta a correlação entre esportes e homens saudáveis, estabelecendo um padrão do homem da nova sociedade.

Já o *cartaz 34*, confeccionado em 1969 em comemoração ao décimo aniversário do *Instituto Cubano del Arte e Industria Cinematográficas*, o ICAIC, é uma amostra da propaganda que divulga o cinema como forma de lazer oficial. O instituto foi fundado em março de 1959 “*com o objetivo de promover as propostas da Revolução por*

¹⁶⁸ BANDEIRA, Antônio Rangel. Op.cit. p. 296.

¹⁶⁹ Ver: BALARI, Eugenio R. *Cuba: la revolución acosada?* Ciudad de México: Ed. Fondo de Cultura Económica, 1992, p. 56.

¹⁷⁰ PERICÁS, Luiz Bernardo. *Op. cit.* p. 102.

intermédio de noticiários e documentários que seriam exibidos em todo o país, visando a conscientização política”¹⁷¹. Conforme expusemos no primeiro capítulo, o ICAIC funcionou, também, como uma das grandes agências propagandísticas cubanas, ao produzir cartazes relacionados à cultura cinematográfica. Entretanto, como nos revela esta peça, por trás da fachada de divulgação de uma data comemorativa, existia uma intenção ideológica discursiva.

Em um primeiro momento, nos questionamos se a imagem apresentada é uma câmera cinematográfica ou uma metralhadora. Em seguida, percebemos que a intenção de seu autor era criar esse paradoxo como forma de representação da intencionalidade discursiva a ser propagada. Sendo câmera, ela produz um disparo colorido que comporia os documentários e filmes que, por sua vez, serviriam para a educação doutrinária da população em seus momentos de lazer. Sendo uma metralhadora, símbolo de combatividade, traz à tona a idéia de que as produções culturais deveriam estar aliadas à luta pela construção do Estado socialista. Do feixe de luz colorido sai uma espécie de fumaça que nos sugere que dali foi feito um disparo. É uma comparação que nos diz que a cultura deve estar associada ao processo revolucionário e, portanto, às diretrizes culturais impostas pelo governo, que os disparos feitos pela metralhadora cultural devem estar a serviço da Revolução.

Um outro tema trabalhado pelos cartazes de propaganda política cubanos foi o combate à criminalidade, visto que a repressão ao crime tornou-se intensa após o advento da Revolução. A execução de muitos presos foi motivo, inclusive, para a ONU condenar o violento aparato de repressão ao crime na ilha. O *cartaz 35*, de 1971, ilustra como foi feita essa propaganda de combate à criminalidade.

¹⁷¹ MISKULIN, Sílvia. *Os intelectuais cubanos e a política cultural da Revolução (1961-1975)*, p. 25.

Uma mão segurando, firmemente, um facão é a imagem apresentada. Por si só, essa representação imagética poderia significar a divulgação de um filme ou documentário, mas a mensagem textual “*El filo a la res; a ti el cuidado*” esclarece-nos que o objetivo principal dessa propaganda é combater a intenção de assassinatos por armas brancas. Dessa forma, a faca deve ser guardada para abater o gado, enquanto a pessoa que lê o cartaz deve cuidar de desviar-se de qualquer intenção homicida. Porém nos perguntamos, por que ao fazer uma propaganda contra a criminalidade não usaram uma arma de fogo? A resposta é simples. A população cubana, inserida nos Comitês de Defesa da Revolução, sempre foi motivada a armar-se para defender o seu país. A arma de fogo, então, não poderia ser, ao mesmo tempo, símbolo do revolucionário e da luta armada e objeto de criminalidade. Era preciso associar a prática de crimes a outros tipos de armas e desvincular essa atitude anti-revolucionária dos símbolos instituídos como representantes da Revolução.

Seguindo com a nossa análise, selecionamos dois cartazes que nos fornecem exemplos do tipo de propaganda que era direcionado para as campanhas de saúde. O governo castrista dedicou especial atenção aos problemas sanitários, sendo que a medicina preventiva cubana às doenças tropicais chegou a ser uma das mais eficientes das Américas. De acordo com a Organização Mundial de Saúde, Cuba ocupa um lugar de destaque no que se refere às taxa de mortalidade infantil, pois conseguiu erradicar doenças infantis e promover a imunização contra diversas moléstias¹⁷².

No *cartaz 36*, datado de 1970, a imagem apresentada é a parte dianteira de uma moto com os dizeres “*Trabajando por los 10 millones. En plena salud con la atención permanente de la Brigada Sanitaria Motorizada*”. A moto representa a forma

¹⁷² Em Cuba, as principais causas de morte entre a população, em 2003, corresponderam às enfermidades crônicas não transmissíveis, como cardiopatias, tumores malignos e doenças cerebrais. Nesse mesmo ano, a taxa de mortalidade infantil era de 6.3 por 1.000 crianças nascidas vivas. Para mais informações consultar a página da OMS: <www.paho.org>, acessada em 30 de julho de 2006.

motorizada adotada pelas brigadas que se dirigiam para os campos a fim de realizar os programas de saúde. A Brigada Motorizada era composta por médicos, selecionados pelo governo, que se responsabilizavam por determinado número de habitantes em uma região específica, chegando a alcançar o número de um médico para cada 280 habitantes. Sua missão era atender às famílias em um nível primário evitando, assim, o congestionamento em hospitais, que ficariam responsáveis pelo atendimento secundário de casos mais graves. Os casos que requeressem uma maior especialização eram encaminhados para os institutos especializados, como o *Sanatório Las Vegas*, responsável pelo tratamento e confinamento dos pacientes portadores de HIV¹⁷³. A construção desses hospitais e clínicas, aliada à campanha de vacinação, gerou um alto custo para o governo¹⁷⁴.

A propaganda governamental funcionou como mais um instrumento para contribuir com a prevenção de enfermidades, além das tradicionais campanhas de imunização. Precaver doenças e epidemias, em um Estado com poucos recursos financeiros, significa poupar gastos ao governo. Dessa forma, o investimento em peças de propaganda de prevenção a doenças parece-nos a maneira prática que o governo encontrou para evitar doenças que eram difíceis de ser combatidas por medicamentos e economizar gastos com a saúde pública. É o que salienta o *cartaz 37*, de 1970.

O fundo todo negro é o indício primário de que o discurso a ser tratado nesse cartaz não é idílico, mas fúnebre. A mão branca, formando o contraste com o plano de fundo, está segurando um cigarro. Da ponta desse cigarro sai uma fumaça em forma de caveira que dá o tom da mensagem: o cigarro é venenoso e pode matar. Os dizeres “*Se arriesga? Cancer pulomonar, infarto cardiaco, enfisema pulmonar. Fumar es quemar*”

¹⁷³ BANDEIRA, Antônio Rangel. *Op. cit.* p. 135.

¹⁷⁴ CASTAÑEDA, Jorge G. *Utopia Desarmada: Intrigas, dilemas e promessas da esquerda latino-americana*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994, p. 74.

salud” complementa o discurso imagético fazendo uma referência às doenças conseqüentes do tabagismo e transferindo a responsabilidade para o próprio fumante, com o tom interrogativo da primeira parte. Diminuindo o número de fumantes no país o governo conseguiria enfraquecer o consumo interno de tabaco, principalmente por parte dos trabalhadores das fábricas de charutos, e, assim, fazer com que o dinheiro gasto com o fumo fosse direcionado para outros bens de consumo, além de atenuar os gastos com a saúde pública.

A preocupação do governo revolucionário com a economia do país é mais visível nos cartazes seguintes. O embargo econômico imposto pelos Estados Unidos cercou a vida da sociedade civil de limitações nos aspectos alimentares, de vestuário, de saúde e usufruto de bens de consumo.

Ao lado do discurso de guerra ideológica, podemos perceber no *cartaz 38*, da década de 70, um apelo à população para economizar recursos. Esse cartaz pode ser apreciado como uma exemplificação da *Lei de Simplificação ou do Inimigo Único*, ao transferir para o adversário as responsabilidades de uma situação relevante para a vida social do país. A mensagem sugere que cada produto economizado será um golpe nas pretensões inimigas de levar a Revolução ao fracasso por meio do embargo. Segundo as inscrições, poupar energia, água, petróleo e matéria-prima é uma arma poderosa contra o oponente. A rogativa principal é fundamentada pela analogia estabelecida entre o manejar bem os recursos assim como os combatentes das Forças Armadas e milicianas exercem seu papel de forma eficiente. Por fim, a imagem mostra uma grande gota, que ao que tudo indica é de petróleo, amassando o chapéu característico do Tio Sam. Porém, esse chapéu apresenta algumas peculiaridades, pois além das tradicionais cores da bandeira norte-americana, a parte inferior está repleta de suásticas nazistas. O discurso imagético indica que os EUA, representados pelo chapéu, ao decretarem o embargo

contra Cuba, agiram de forma totalitária e nazista, mas que a população cubana, dotada de ideais dignos e revolucionários, poderá reverter a situação, visto que “*Cada recurso ahorrado es un golpe al enemigo*”.

O arrocho econômico da década de 80 serviu de motivação para a produção dos dois cartazes abaixo. O *cartaz 39*, de 1981, é simples, porém expressa as necessidades econômicas do governo naquele momento de crise e dificuldades. A cena mostra a estrutura de uma casa, edificada em dois andares, com apenas um ambiente iluminado no qual aparece a imagem de um homem lendo. Acima dela a frase “*Solo la necesaria*”. Compreendemos que o cartaz foi criado visando à necessidade de se economizar energia elétrica, portanto, a ilustração sugere que ela seja gasta apenas com coisas importantes, como estudar e ler, deixando de lado gastos supérfluos, tais como programas de TV, rádio, etc. Apesar da energia elétrica cobrir 85% do território cubano¹⁷⁵, a escassez do petróleo e de combustíveis domésticos produziram apagões de oito a doze horas diárias em Havana, levando o funcionamento de setores produtivos e de serviços à paralisação quase total de suas atividades¹⁷⁶. Economizar energia era sinônimo de garantir a produção e a entrada de divisas no país.

No entanto, não bastava economizar eletricidade. Era preciso administrar, também, os recursos naturais capazes de gerar essa energia. Assim, a propaganda política voltou-se para uma campanha contra o desperdício da água, um dos substitutos do petróleo na geração de energia no país. Mas, assim como o carvão mineral, a água é um bem natural pouco abundante em território cubano. A única fonte aproveitável é um rio no extremo leste da ilha, com perspectivas de pouca produção de energia e

¹⁷⁵ BANDEIRA, Antônio Rangel. *Op. cit.* p. 201.

¹⁷⁶ PERERA PEREZ, Maricela. Vida cotidiana, crise e reajuste cubano nos anos 90. In: *Psicologia e Sociedade*, São Paulo, vol. 11, n.1, jan/jun 1999, p. 67-79.

necessidade de alto investimento¹⁷⁷. Como exemplo dessa campanha, apresentamos o *cartaz 40*, de 1983, em que a imagem de uma torneira foi desenhada na posição inversa e a gota d'água ao invés de sair retorna a ela. Em letras grandes, o verbo poupar conjugado no imperativo: “*Ahorrala*”. A ordem era clara, economizar água, se possível, armazenando-a.

Os cartazes de propaganda interna, dessa forma, foram direcionados para provocar o envolvimento da sociedade cubana com as novas políticas vigentes e, para tanto, trabalharam muito com o resgate da memória histórica cubana, a memória oficial, para ajudar na construção de uma história que atendessem aos interesses do governo revolucionário.

Adentrando nos discursos desses cartazes, presenciamos não só uma tentativa maniqueísta de fortalecer a ideologia comunista em Cuba, mas, fundamentalmente, vimos a existência de uma utopia fundamentada na construção de uma nova sociedade e de um “homem novo” cubano. As necessidades governamentais de cada período, retratadas nas campanhas de trabalho, educação, saúde e cinema, por exemplo, estiveram casadas com um idealismo que oscilava entre o discurso nacionalista e a prática do socialismo real. Dentre as diversas características do “homem novo” dessa sociedade, pudemos destacar o papel da mulher cubana, expresso nesses cartazes. Além disso, o uso de determinadas cores, de palavras específicas, de certos símbolos, representou os altos e baixos das relações entre Cuba e a União Soviética, podendo ser vistos como representantes dessa conturbada história entre os dois países.

Esse tipo de construção discursiva levou-nos, também, a constatar uma relação marcante desses cartazes com o realismo socialista, principalmente no que se refere às

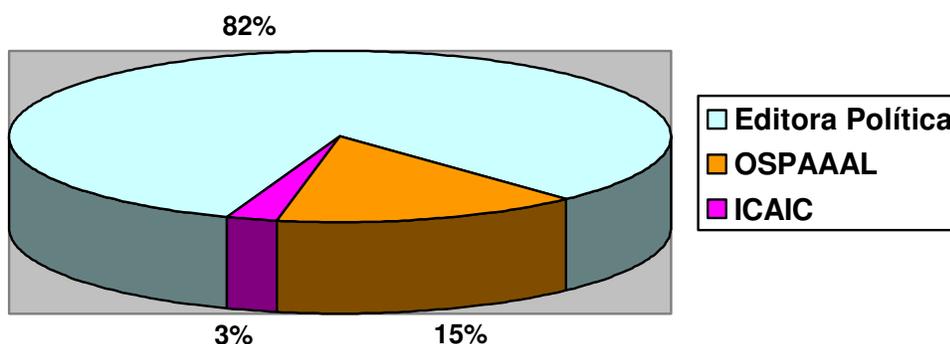
¹⁷⁷ FERNANDES, Jorge Ney de Souza. Investimentos estrangeiros em Cuba – razões e oportunidades. *In: Política Externa*, São Paulo, vol. 8, n.4, mar/abr/mai de 2000, p. 52-70.

mensagens escritas, ao emprego de verbos no imperativo, ao discurso de construção de uma sociedade comunista e do “homem novo” cubano.

No entanto, a estética ortodoxa soviética foi amenizada por imagens coloridas e por experimentações visuais. É evidente a predominância da arte pop, com seus signos e símbolos retirados do imaginário popular e da cultura de massas, e da *art nouveau*, que contribuiu com detalhes decorativos e ornamentais a algumas configurações lineares.

Os cartazes trabalharam suas imagens empregando, em grande parte, a ilustração como recurso gráfico. Dentre as peças analisadas, somente os cartazes 7 e 24 utilizaram fotografias em sua composição e apenas uma exceção, o cartaz 38, foi confeccionado em formato horizontal.

O gráfico a seguir demonstra que, por se tratar de cartazes que trabalharam temáticas envolvendo questões econômicas e sociais dirigidas ao público interno, houve a predominância de produção da Editora Política.



Enfim, os 40 cartazes expostos e analisados neste capítulo são demonstrações de uma propaganda direta da ideologia comunista e representantes da cultura política socialista cubana. Contudo, o que mais nos chamou a atenção nesses cartazes foi a criatividade dos artistas cubanos ao mesclar tendências do realismo socialista com

estilos próprios para trabalhar temáticas repetitivas e, muitas vezes, exaustivas. Percebemos, com isso, a preocupação da propaganda cubana em não cansar o destinatário e, para tanto, o uso, em diversos momentos, da *Lei de Orquestração* de Domenach¹⁷⁸.

Outros cartazes estabeleceram uma relação com públicos diversos, de países muito diferentes. São esses cartazes que analisaremos no próximo capítulo.

¹⁷⁸ Cf. p. 33 dessa dissertação.

Capítulo III – *Hecho en Cuba*: os cartazes de propaganda política cubanos dão a volta ao mundo

“A diferença entre a moral e a política está no fato de que, para a moral, o homem é um fim, enquanto que, para a política, é um meio. A moral, portanto, nunca pode ser política, e a política que for moral deixa de ser política”. **Pío Baroja**

Os cartazes de propaganda política direcionados para o público cubano estão permeados pelo conceito de *poder simbólico* e pelo sentido de doutrinação e manutenção desse poder. Nesse sentido, eles são compreendidos como tipificações da cultura política socialista vigente em Cuba.

Contudo, ao deparar-nos com os cartazes que constróem discursos voltados para públicos externos a essa cultura política, uma nova questão pode ser levantada: quais os objetivos de uma propaganda que adota um público tão diverso? Sentimos, então, que a propaganda política cubana não tinha apenas a finalidade de fortificar a cultura política comunista em Cuba, mas divulgá-la com o propósito de viabilizá-la em outras partes do mundo. Acreditamos, assim, que o governo revolucionário cubano mantinha o “sonho” de disseminar a Revolução Socialista pelo mundo mesmo contra a posição soviética de não intervenção¹⁷⁹.

Percebemos, por meio dos cartazes analisados, que todo esse processo estava permeado por sentimentos nacionalistas e antiimperialistas mantinha um paralelo com a caracterização dos Estados Unidos, e a sua sociedade capitalista, como inimigos da liberdade e da justiça. Para sustentar esse discurso, a estratégia propagandística se

¹⁷⁹ Neste capítulo, usamos, muitas vezes, como fonte bibliográfica, artigos retirados de revistas acadêmicas internacionais disponíveis na internet devido à falta de material disponível sobre determinados assuntos.

apoiou, muitas vezes, na chamada *Lei de Simplificação ou do Inimigo Único* de Domenach¹⁸⁰.

Creemos que esse direcionamento é uma consequência das relações estabelecidas entre Cuba e Estados Unidos desde o século XIX. Com frequência, a nação tende a se unir quando o inimigo é externo e, em Cuba, o sentimento anticolonialista, antiimperialista e nacionalista vinha se fortalecendo desde as guerras de independência. Ao concluir seu processo de libertação em relação à Espanha, a ilha se encontrou em uma espécie de nova situação colonial por conta da Emenda Platt, imposta pelos Estados Unidos. Segundo Kátia Baggio,

... a construção do Estado socialista em Cuba esteve intrinsecamente ligada à luta pela ruptura com a dominação externa e à defesa da soberania nacional, apesar do posterior alinhamento e crescente subordinação à URSS(...). O sentimento de defesa da soberania e o orgulho nacional contra as imposições externas estão, até hoje, entre os principais sustentáculos do regime castrista¹⁸¹.

Na avaliação de Alain Touraine, a evolução e estabilização do regime socialista em Cuba foram dominadas pela consciência do conflito inelutável com os EUA, ou seja, a política castrista foi sustentada por uma lógica de guerra internacional¹⁸².

O embate ideológico direto com os Estados Unidos, na visão de Sílvia Miskulin, começou no início de 1960, quando o secretário do Tesouro norte-americano Robert Anderson aconselhou indústrias petrolíferas que atuavam na ilha a não refinarem o petróleo que Cuba havia adquirido da URSS. Entre os meses de junho e julho daquele ano, o governo cubano interveio nas instalações da Texaco, Shell e Esso, com o objetivo de obrigá-las a refinarem o petróleo, o que culminou com a determinação de

¹⁸⁰ Cf. p. 32 dessa dissertação.

¹⁸¹ BAGGIO, Kátia Gerab. Reflexões sobre o nacionalismo em perspectiva comparada: as imagens da nação no México, Cuba e Porto Rico. In: *Varia Historia*. Belo Horizonte, n. 28, dez. 2002, p.50-52.

¹⁸² TOURAINE, Alain. *Palavra e sangue: política e sociedade na América Latina*. São Paulo: Trajetória Cultural; Campinas: Editora da Unicamp, 1989, p. 399.

Eisenhower de suspender a importação de 700 mil toneladas de açúcar. Em meio a essas medidas de retaliação, Cuba fechou acordos comerciais com a URSS, China e países do Leste Europeu, vendendo a cota boicotada pelos EUA, e expropriou bens e empresas pertencentes a pessoas físicas e jurídicas norte-americanas, como a United Fruit Company, Esso, Texaco, companhias de telefone e energia elétrica, além de nacionalizar bancos, destilarias, fábricas de bebidas e de açúcar. A resposta definitiva dos EUA veio com o embargo total decretado pelo governo Kennedy, em 1962. A saída de Cuba foi estreitar os laços com a URSS, fato que levou a Conferência da OEA na Costa Rica, também em 1962, a condenar a intervenção da URSS no continente. Por fim, decidiu-se pela expulsão de Cuba da OEA na reunião de Punta Del Leste, no mesmo ano, quando só o México se manteve solidário à ilha¹⁸³.

Dessa forma, podemos afirmar que os cartazes de propaganda política voltados para o público internacional estão permeados pelo discurso de guerra contra o imperialismo norte-americano e pela intenção de neutralizar a influência dos Estados Unidos em outros países e, assim, promover a revolução em outras partes do mundo. Os primeiros cartazes analisados neste capítulo não especificam o seu público, porém, fomentam esses pressupostos de forma geral.

Partindo, então, para as análises, o *cartaz 41*, de 1969, traz como objetivo principal transmitir a noção de que as guerras e a fome são frutos do imperialismo norte-americano. Não podemos deixar de ressaltar que o ano de confecção desse cartaz foi denominado Ano do Esforço Decisivo na Luta contra o Imperialismo. Como se fosse uma carta de baralho, essa peça pode ser observada de duas posições distintas. Em uma delas, é visível a metade do corpo de um guerreiro que esboça um sorriso. Esse

¹⁸³ MISKULIN, Sílvia. *Cultura ilhada: imprensa e Revolução Cubana (1959/1961)*. São Paulo: FAPESP/Xamã, 2003, cap. 2.

guerreiro está inserido em um fundo vermelho que, deste ponto de vista, relaciona-se ao sangue derramado pelas guerras e pelas lanças, armas brancas e de fogo que o envolvem. No escudo que o protege está retratada uma caveira, tradicional símbolo da morte. Na outra posição, surge a imagem de um homem magro, com aspecto enfermo, em um fundo verde, que, na simbologia das cores, representa a doença e estágios pré-morte. Essa imagem pode ser explicada pela frase *“Ir al militarismo y al hambre”* expressa nas línguas espanhola, inglesa, francesa e árabe. Associada a esta mensagem escrita, a imagem atende aos objetivos de propagar a idéia de que a corrida armamentista e as guerras promovidas pelos EUA, representadas pelo guerreiro armado, levariam o mundo à fome e à morte, simbolizadas pelo homem decrépito.

Por sua vez, o *cartaz 42* foi confeccionado com a finalidade de divulgar o V Congresso Latino Americano de Estudantes, realizado no Chile em 1973, antes do golpe que derrubou o presidente Salvador Allende. Contudo, o discurso alia a temática principal à propaganda antiimperialista ao exibir uma águia, símbolo dos EUA, sendo abatida por três lanças que a atingem no peito e nas asas. Os olhos dessa ave são vermelhos, representando a presença de intenções malignas. O discurso final é o de que os estudantes latino-americanos, oriundos de vários países, por isso raios provenientes de direções diversas, e reunidos no Congresso, poderiam criar possibilidades para combater e destruir o imperialismo norte-americano. Essa idéia é reforçada pela frase *“La unión antimperialista es la táctica y la estrategia de la victoria”*, que prega a união de todos os países latino-americanos como tática na luta contra a hegemonia dos Estados Unidos.

Datado de 1977, o *cartaz 43* promove uma apropriação do Homem Vitruviano¹⁸⁴, de Leonardo Da Vinci, a fim de relacioná-lo com a propaganda antiimperialista. O homem presente dentro de um círculo está acorrentado pelos braços e pelas pernas. Podemos considerar que este círculo aprisionando o homem é a analogia com o capitalismo e, mais precisamente, o capitalismo norte-americano simbolizado pela águia que sobrevoa sua cabeça. Assim como nos estudos de Da Vinci, o Homem Vitruviano pode, também, estar inserido dentro de um quadrado que, nesta representação, é composto pelas palavras fome, repressão, desemprego e racismo, repetidamente, nos idiomas espanhol, inglês, francês e árabe. Entendemos que esta é mais uma referência ao capitalismo, visto que as palavras que formam o quadrado são, na concepção da propaganda política cubana, derivações das políticas capitalistas que aprisionam e matam o homem. Da mesma forma, a frase “*Capitalismo: negación de los derechos humanos*”, é apresentada nos quatro idiomas supra citados, indicando-nos a intenção de uma distribuição mais ampla desta peça.

Seguindo esta linha, o *cartaz 44*, de 1983, apresenta um homem maltrapilho como se estivesse crucificado no cifrão, símbolo do dinheiro. A imagem revela o intento de relacionar o sacrifício dos trabalhadores com o sacrifício em prol da humanidade de Jesus Cristo, ou seja, ambos se sacrificaram por uma causa e sofreram as sanções de sua época. Jesus foi crucificado por subverter a ordem romana que imperava em seu tempo, e o trabalhador está crucificado por se submeter à ordem capitalista que explora sua

¹⁸⁴ O Homem Vitruviano é um desenho de Leonardo Da Vinci, datado de 1492. Da Vinci confeccionou esta peça com o objetivo de demonstrar as proporções da forma humana, baseando-se em uma célebre passagem do arquiteto romano Vitruvius. Nessa passagem, Vitruvius expõe como a figura humana deitada de barriga para cima com as mãos e pernas abertas poderia ser rodeada tendo o umbigo como centro do círculo. A cabeça é avaliada como sendo um décimo da altura total e a figura pode também estar contida dentro de um quadrado. Leonardo estudou intensamente a anatomia humana e foi incriminado por dissecar mais de trinta cadáveres para estudar e descobrir os segredos do corpo humano e, por isso, foi um dos primeiros a aprofundar-se nos mistérios do crescimento da criança no ventre materno. Apesar de praticar uma ação criminosa para o seu tempo, seus registros existem até hoje e mostram um rigor que impressiona. Ver: <www.brasile scola.com/pedagogia/leonardo-da-vinci.htm>, acessado em 20 de julho de 2006.

mão-de-obra e lhe tira tudo. A assertiva pode ser confirmada pela frase “*Deuda externa*” em espanhol, inglês e francês, assegurando que a dívida externa, consequência de financiamentos de instituições capitalistas como o FMI, que tem a sua sigla gravada na suposta cruz, provoca o sacrifício de homens e mulheres trabalhadores de todo o sistema. Implicitamente, aparece a sugestão de que a melhor saída é a recusa do pagamento da dívida. Não podemos nos esquecer que no ano de confecção desse cartaz a dívida externa cubana girava em torno de dois bilhões de dólares¹⁸⁵, fato que nos faz crer que a propaganda política necessitava difundir a idéia de que as dificuldades cubanas estavam diretamente ligadas ao sistema financeiro internacional.

1- O encontro com a América Latina

Em seu livro *De Martí a Fidel: a Revolução Cubana e a América Latina*, Luiz Alberto Moniz Bandeira relata as tensões geradas no governo estadunidense ao deparar-se com uma revolução socialista a 120 km de sua costa. Vivenciando a Guerra Fria, os Estados Unidos tinham que se assegurar de que o socialismo não se espalharia pela América Latina e interferiria em sua área de influência econômica e ideológica. Para isso, diversas operações foram organizadas pela CIA para evitar que a influência da Revolução Cubana atingisse setores cada vez mais amplos do continente latino-americano e provocasse uma explosão de revoluções localizadas¹⁸⁶. Portanto, os países latino-americanos eram o “tendão de Aquiles” dos Estados Unidos.

Por sua vez, o governo cubano via a América Latina como o palco para o despontar da revolução socialista devido às suas condições de ex-colônias e subdesenvolvimento. Baseadas na influência cubana, parcelas significativas da esquerda latino-americana passaram a propor a revolução armada, sustentada pela guerra de

¹⁸⁵ ALMENDRA, Carlos César. *Op. cit.* p. 136.

¹⁸⁶ BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. *Op. cit.* p. 217-252.

guerrilhas¹⁸⁷. Entretanto, Jorge Castañeda afirma que, ao se aproximar cada vez mais da URSS, a posição de Cuba foi se alterando e, “diante de sua crescente dependência de Moscou, Havana viu-se obrigada a pôr fim aos seus atritos com os soviéticos, tanto em matéria de política econômica como em assuntos internacionais”¹⁸⁸. O autor chega a insinuar que, por conta dos acordos com o bloco soviético, Fidel Castro teria abandonado Ernesto Che Guevara à morte na Bolívia¹⁸⁹.

Todavia, os cartazes que se dirigem ao público latino-americano não confirmam, por completo, a tese de Castañeda. Ao incentivar a produção e distribuir cartazes com alto teor ideológico, o governo cubano exportava a revolução e se colocava contra as ingerências soviéticas. De acordo com Sílvia Miskulin, o governo revolucionário impulsionou os movimentos guerrilheiros na América Latina fornecendo apoio material às guerrilhas e campos de treinamento no território cubano para preparar guerrilheiros oriundos de diversos países do continente¹⁹⁰.

Os cartazes aqui analisados fazem referências a diversos países latino-americanos, salientam a atitude cubana de interferir na política interna de outros países e confirmam nossas premissas supra relatadas.

Confeccionado em 1964, o *cartaz 45* faz uma referência à ditadura militar que se instituiu no Brasil naquele ano e pôs na clandestinidade diversas associações. Dentre elas, a União Nacional dos Estudantes, tema desta peça da propaganda cubana. Na parte superior do cartaz, em fundo verde-oliva, cor do exército, está retratada a imagem de dois militares com cassetetes em riste, conduzindo um jovem. Em ambos os lados, a palavra “*Protesta*” convida o público a “resistir” à repressão. É a palavra que indica a

¹⁸⁷ MISKULIN, Sílvia. *Os intelectuais cubanos e a política cultural da Revolução (1961-1975)*. São Paulo: USP, 2005, p. 141.

¹⁸⁸ CASTAÑEDA, Jorge G. *Utopia desarmada: intrigas, dilemas e promessas da esquerda latino-americana*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994, p. 77.

¹⁸⁹ CASTAÑEDA, Jorge G. *Che Guevara: a vida em vermelho*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997, p. 379-450.

¹⁹⁰ MISKULIN, Sílvia. *Os intelectuais cubanos e a política cultural da Revolução (1961-1975)*, p. 141.

condenação do regime instaurado no Brasil, que atribuiu às reformas pregadas pelo ex-presidente João Goulart um caráter socializante. Logo abaixo, a mensagem “*Unión de Estudiantes de Brasil (uneb) ilegalizada por la dictadura*” e uma pequena imagem da sede da associação indicam a intenção de solidarizar-se com os estudantes brasileiros e provocar o repúdio a essa ação em outras partes do continente. O mais interessante, no entanto, é a tentativa de desvincular as agências cubanas desse tipo de propaganda, ao colocar no pé do cartaz que a publicação foi feita pela União Internacional dos Estudantes. Era uma forma de tentar garantir à URSS que Cuba não estava se envolvendo em propaganda ideológica em outros países.

De 1967 data o *cartaz 46* que tem por tema principal a Conferência da *Organización Latinoamericana de Solidaridad* (OLAS) realizada em Cuba naquele ano, sob a organização de Haydée Santamaría, com o objetivo de debater a estratégia revolucionária na América Latina, isto é, uma tentativa de organizar uma Internacional no continente. A conferência ocorreu em Havana, entre os dias 31 de julho e 10 de agosto, e contou com a participação de 27 delegações e os Partidos Comunistas do Uruguai, Costa Rica e El Salvador¹⁹¹. Segundo Luiz Alberto Moniz Bandeira, os incentivos cubanos às guerrilhas e a tentativa de organizar a OLAS não foi bem vista por Brejnev, que estava à frente do poder soviético e era contra a expansão da revolução para países do Terceiro Mundo. Além disso, organizações maoístas e trotskistas de países latino-americanos foram proibidas de participar da Conferência¹⁹². O cartaz fornece a imagem de uma mulher, com características físicas e trajes indígenas, supostamente andinos, apontando para as montanhas nevadas. A mulher carrega consigo um rifle, símbolo da luta armada, e traduz a perspectiva da esquerda latino-americana de

¹⁹¹ MISKULIN, Sílvia. *Os intelectuais cubanos e a política cultural da Revolução (1961-1975)*, p. 138.

¹⁹² BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. *Op. cit.* p. 573-574.

transformar a Cordilheira dos Andes numa Sierra Maestra de proporções continentais¹⁹³. A imagem retrata o objetivo da OLAS de compor uma estratégia de guerrilha para levar a revolução socialista aos países da América Latina. A mensagem escrita “*Saludamos Conferencia OLAS*” complementa o discurso imagético.

Também de 1967 é o *cartaz 47*, que utiliza a prisão de Régis Debray¹⁹⁴ na Bolívia para promover mais uma campanha contra o imperialismo. Em um fundo avermelhado, a foto de Debray em dois momentos: com expressão contemplativa, retratando o intelectual; e subjugada, no entanto ativa, representando o preso político. Acima da imagem, a frase “*En Bolívia el imperialismo no juzga a Debray, sino el derecho de los pueblos a conocer la verdad*” faz crer que o julgamento do escritor francês não compunha um cenário de justiça, mas sim era um atentado contra os povos que deixariam de conhecer a “verdade” de suas palavras. E qual “verdade” seria essa nesse contexto histórico? Debray estava na Bolívia para entrevistar o Che que, naquele momento, alimentava seu sonho de promover a revolução socialista na América Latina, a partir de um pântano boliviano. A “verdade” de Régis Debray estaria relacionada com as palavras de Guevara e com a repercussão que a entrevista ganharia.

A Guatemala é o alvo da propaganda exposta no *cartaz 48*. No ano de sua confecção, 1968, os rebeldes guatemaltecos já tinham perdido o comandante das *Fuerzas Armadas Revolucionarias*, Luiz Augusto Turcio Lima. As FAR haviam nascido em 1962 com o objetivo de unificar as diversas organizações guerrilheiras, entre elas, o Destacamento 20 de outubro, constituído por membros do Partido Guatemalteco do Trabalho (Partido Comunista); o Movimento 13 de novembro (dos

¹⁹³ MISKULIN, Sílvia. *Os intelectuais cubanos e a política cultural da Revolução (1961-1975)*, p. 140.

¹⁹⁴ O escritor francês Régis Debray foi preso na Bolívia, em 1967, após retornar do acampamento de Ernesto Che Guevara em Vallegrande. O autor de *Revolución en la Revolución*, que era militante comunista e acreditava que a guerra de guerrilhas era a alternativa para desencadear a revolução na América Latina, foi julgado em território boliviano e condenado a trinta anos de prisão. Diplomatas franceses negociaram a sua libertação, que só ocorreu em 1970. Cf: <www2.uol.com.br/historiaviva/>, acessado em 27 de julho de 2006.

jovens militares) e o Movimento 12 de abril (organização que reunia camponeses, operários e estudantes)¹⁹⁵. Assim, em um país onde os golpes de Estado eram constantes, a propaganda cubana se uniria ao movimento rebelde liderado pelas FAR. Esse cartaz apresenta um totem dos índios da América Central empunhando um rifle. O discurso imagético tenta passar a noção de que a luta pela liberdade está nos primórdios da história da Guatemala, quando os maias ainda dominavam aquela região, e que, por isso, o povo guatemalteco detinha, como característica “natural”, a rebeldia.

O *cartaz 49*, de 1970, faz uma referência à guerra civil na República Dominicana. Em abril de 1965, uma insurreição popular dirigida pelo coronel Francisco Caamaño Denó foi derrotada com a intervenção dos marines norte-americanos, em maio daquele mesmo ano. Milhares de dominicanos foram mortos em combate com as forças americanas e o conflito só foi suspenso, definitivamente, em agosto¹⁹⁶. Esse cartaz utiliza-se de um episódio político de outro país, de sua memória recente, para divulgar a visão ideológica cubana. Confeccionado em dupla cor, preto e branco, ele exhibe a imagem de um soldado, com a sigla USA gravada em seu capacete, apontando uma arma ao mesmo tempo em que um outro rifle dispara dentro de seu corpo. A mensagem visual sugere que o povo dominicano comportou-se como um povo revolucionário, ao pegar em armas e resistir à invasão estadunidense.

O golpe militar de Augusto Pinochet no Chile, em 1973, é tratado como manifestação nazista pelo *cartaz 50*. O Chile da *Unidad Popular* de Salvador Allende havia restabelecido relações diplomáticas com Cuba em 1971, o mesmo ano que Fidel Castro visitou e estabeleceu acordos com o país andino. O caminho democrático rumo ao socialismo proposto por Allende era visto pelo presidente Richard Nixon como uma

¹⁹⁵ MISKULIN, Sílvia. *Os intelectuais cubanos e a política cultural da Revolução (1961-1975)*, p. 146.

¹⁹⁶ Para mais informações, ver: MOYA PONS, Frank. *Breve Historia Contemporánea de República Dominicana*. Ciudad de México: Ed. Fondo de Cultura Económica, 1999.

ameaça à hegemonia norte-americana e, por meio da CIA, seu governo ajudou a desestabilizar o governo chileno da UP e a desfechar o golpe de Pinochet. Cuba, auxiliada pela República Democrática Alemã, URSS e Nicarágua, sustentou a oposição contra a ditadura militar chilena e fomentou a luta armada do Partido Comunista Chileno¹⁹⁷. O apoio “logístico” cubano pode ser observado nesse cartaz. Nele, está desenhada a bandeira chilena, da esquerda para a direita, em três momentos distintos. Na primeira parte a bandeira fragmentada está associada à suástica nazista e, nesse sentido, promove-se uma comparação entre a ditadura de Pinochet e o regime nazista de Adolf Hitler. Em seguida, a bandeira chilena vai se reestruturando enquanto a suástica começa a desfazer-se. Na última parte, a bandeira, com suas partes completamente unidas, permanece e a suástica desaparece. Abaixo a mensagem, com o verbo empregado no futuro, “Chile vencerá”, escrita em espanhol, inglês, francês e árabe. Postos lado a lado, os discursos visual e escrito apostam que o Chile derrotará, num futuro próximo, o regime que o oprime. A bandeira, então, simboliza o povo que busca o Chile unido e a suástica tem relação com o regime que o aprisiona.

Uma campanha de solidariedade com o Peru é o tema do *cartaz 51*, de 1976. Esse cartaz trabalha a oposição ao general Francisco Morales Bermúdez que, em agosto de 1975, assumiu o lugar do general Juan Velasco Alvarado, o então presidente do *Gobierno Revolucionario de la Fuerza Armada de Perú*¹⁹⁸. Apesar de Bermúdez

¹⁹⁷ VER: AGGIO, Alberto. *Democracia e socialismo: a experiência chilena*. São Paulo: Annablume, 2002, 2ª ed.

¹⁹⁸ De 1968 a 1975, Juan Velasco Alvarado instituiu no Peru um governo militar que optou pela via nacionalista. Ainda que se utilizasse de uma linguagem tipicamente socialista e tivesse o apoio de quase todos os grupos de esquerda, excetuando o Partido Comunista do Peru de vertente maoísta, Velasco não se alinhou à União Soviética, apenas contou com o manifesto apoio do leste europeu durante a política de nacionalização de empresas que afetou os interesses norte-americanos. Os Estados Unidos ficaram em alerta durante as reformas promovidas por Velasco, entre elas, a reforma agrária e industrial de cunho nacionalista. Além disso, as organizações sindicais e de camponeses foram convidadas a participar da burocracia governamental e um considerável número de intelectuais passaram a apoiar Velasco. Em 9 de agosto de 1975, o governo do presidente Velasco, gravemente enfermo, foi substituído pelo primeiro-

declarar que seu objetivo era aprofundar o processo revolucionário iniciado por Velasco, o governo cubano entendia que a ditadura no Peru tinha relações com os Estados Unidos e a propaganda cubana investiu na história e resgatou da memória peruana Túpac Amaru, líder da rebelião indígena do século XVIII¹⁹⁹. A imagem é composta por um homem com trajés e características indígenas, que pode bem representar os camponeses do século XX como, também, o próprio Túpac Amaru. A frase “*Campesino, el patrón no comerá más tu pobreza*” é atribuída ao líder indígena e, por intermédio dela, entendemos que o objetivo dessa peça propagandística era mobilizar os trabalhadores rurais peruanos – na maioria indígenas e mestiços –, utilizando de sua própria memória histórica e associando o *patrón*, que explora e abusa de sua força de trabalho, ao governo ditatorial de Bermúdez.

O *cartaz* 52, de 1978, traz, em um fundo negro, uma corrente arrebitada simbolizando a libertação, com os dizeres “*Uruguay, un pueblo en lucha*”. Com essa construção discursiva, a propaganda política cubana voltava-se contra a ditadura militar

ministro da Guerra, general Francisco Morales Bermúdez. Cf: PEASE, Franklin. *Breve historia contemporánea del Perú*. Ciudad de México: Ed. Fondo de Cultura Económica, 1995.

¹⁹⁹ De acordo com Maria Lígia Prado, “durante o século XVIII, a sociedade colonial no vice-reinado do Peru experimentou um fenômeno cultural que John Rowe chamou de *movimento nacional inca*. Esse movimento, liderado pela nobreza incaica, envolveu o ressurgimento e a reelaboração de várias tradições incas e tomou forma no teatro, na pintura, nos desenhos e em outras representações artísticas”. A rebelião de Túpac Amaru, que se iniciou em novembro de 1780, foi uma das conseqüências desse processo. Os pontos centrais do programa de Túpac Amaru eram, segundo Maria Lígia: “a expulsão dos espanhóis, com a abolição de toda a sua organização administrativa; a restituição do Império Incaico, que deveria ser restaurado tendo à frente os descendentes da aristocracia inca; e a introdução das transformações substantivas na estrutura econômica; entre elas, a supressão da mita indígena e a liberdade de comércio. A revolução indígena ultrapassou os objetivos propostos por seu líder e, após ‘proclamarem’ Túpac Amaru como rei, os camponeses destruíram as propriedades espanholas e os símbolos de dominação sem distinguir entre peninsulares e *criollos*”. Depois da morte de Túpac Amaru, em abril de 1781, a rebelião renasceu sob o comando de Túpac Catari espalhando-se pelo Alto Peru e aproximando-se de La Paz. Até 1782, os espaços *quéchua* e *aymara* estiveram convulsionados e a derrota da rebelião deixou nos *criollos* “um verdadeiro terror diante da possibilidade de novas rebeliões e nos índios a perda dos títulos de nobreza incaica”. Além disso, as populações indígenas foram proibidas de realizar qualquer tipo de manifestação que pudesse fazer reviver as tradições incas, inclusive de identificarem-se como tais. Cf: PRADO, Maria Lígia Coelho. *Esperança radical e desencanto conservador na Independência da América Espanhola*. Assis: *História*, Ed. UNESP, 2003, v. 22, n. 2, p. 26-27.

que assolava o Uruguai, desde 1973²⁰⁰, e divulgava a idéia de que o povo uruguaio não aceitava aquela situação de opressão e lutava para libertar-se do regime ditatorial. Essa propaganda encontrava no Uruguai um eco para a disseminação de idéias revolucionárias, principalmente entre os integrantes da guerrilha urbana dos tupamaros²⁰¹, que provocara violentos protestos nas ruas de Montevideú, e outros segmentos da esquerda uruguaia. Assim, o cartaz cubano volta a sua atenção às ditaduras militares da América Latina e dirige-se ao povo uruguaio buscando criar uma resistência local e, a partir daí, desestabilizar o governo militar que contava com apoio financeiro e ideológico dos Estados Unidos.

Em 1980, ano de confecção do *cartaz 53*, o Haiti passava por mais uma crise política e civil. A ex-colônia francesa foi governada, de 1957 a 1971, por François Duvalier, chamado de Papa Doc. Seu regime foi marcado pela repressão política apoiada por uma milícia paramilitar, os Voluntários da Segurança Nacional, que semeavam o terror entre os opositores. Em 1964, Duvalier proclamou-se presidente vitalício e executou, em 1967, 2000 rebeldes que tentaram provocar um levante popular. Com sua morte, em 1971, seu filho, Jean Claude Duvalier, o Baby Doc, deu continuidade à política de seu pai, antes de iniciar uma tímida liberação política. A repressão, a extrema pobreza do povo haitiano e o constante êxodo para os Estados Unidos promoveram um cenário de incessante guerra civil no país²⁰². É nesse contexto histórico que se baseia o *cartaz 53*. Em primeiro plano, vemos uma criança negra com a tristeza estampada em sua expressão facial. Essa criança é a representação da miséria

²⁰⁰ Para conhecer mais sobre a ditadura militar no Uruguai, Cf: CAETANO, Gerardo; RILLA, José Pedro. *Breve historia de la dictadura, 1973-1985*. Montevideo: Centro Latinoamericano de Economía Humana/Ediciones de la Banda Oriental, 1987.

²⁰¹ O nome do movimento uruguaio, Movimento de Libertação Nacional-Tupamaros, foi inspirado no líder indígena peruano Túpac Amaru.

²⁰² Sobre a história política do Haiti, ver: WEINSTEIN, Brian; SEGAL, Aaron. *Haiti: the failure of politics*. Nova York: Praeger Publishers, 1992.

que castigava o povo haitiano. Miniaturas de dois soldados arrastando um corpo pelo chão, ao fundo do cartaz, é a simbologia da repressão policial que marcou aquela época. O apelo discursivo, fundamentado pelo despertar do sentimento alheio, é complementado pela frase “*Solidaridad com el pueblo de Haiti*”.

No ano seguinte, 1981, a propaganda cubana voltou-se para a guerra civil de El Salvador. Durante a década de 1970, a situação política levou à criação de diversas milícias populares, dentre elas uma facção do Partido Comunista, chamada de Forças Populares de Libertação Farabundo Martí (FPL). As eleições fraudadas de 1972 e o subsequente golpe militar culminaram com a criação de outros grupos armados de esquerda, como o Exército Revolucionário do Povo (ERP) e as Forças Armadas de Resistência Nacional (FARN). Os militares que estavam no poder receberam armamentos de Israel e dos Estados Unidos e, juntamente com grupos paramilitares anticomunistas, exterminaram incontável número de opositores. O ano de 1980 foi marcado pelo aumento da repressão estatal, que associou a Frente Democrática Cristã, composta por membros da Igreja Católica, com a esquerda comunista e surpreendeu o mundo com o estupro e assassinato de religiosas. Após vários acontecimentos dessa natureza, as forças guerrilheiras se unificaram e fundaram a Frente Farabundo Martí para a Libertação Nacional, a FMLN, que, no ano de confecção do *cartaz 54*, 1981, convidou a população à insurreição nacional e deu início à guerra civil propriamente dita²⁰³. A FMLN foi vista pelo governo cubano como exemplo de grupo revolucionário que luta contra os agentes imperialistas e foi saudada nessa peça da propaganda estatal. Em um fundo avermelhado, podemos presenciar um homem armado que se protege atrás de um muro onde se vê inscrita a sigla FMLN. Na parte de cima do cartaz, a inscrição “*El Salvador, el pueblo está en cada combatiente*”, em espanhol, inglês,

²⁰³ A respeito da história de El Salvador, cf: DUTRÉNIT, Silvia. *El Salvador: una historia breve*. Ciudad de México: Nueva Imagem, 1988.

francês e árabe, indica a intenção de relacionar a guerrilha com o apoio popular dos salvadorenhos e, com isso, passar ao mundo a idéia de que o comunismo estava promovendo a luta de libertação nacional em El Salvador com o respaldo popular.

O cartaz 55, feito por René Azcuy Cárdenas em 1983, para a propaganda do filme cubano *Puerto Rico*, demonstra que o cinema cubano estava, também, engajado na propagação de ideologias. O filme, dirigido por Fernando Pérez e Jesus Díaz, é um documentário de 79 minutos que fornece uma análise social e econômica de Porto Rico, passando por uma apresentação de suas classes sociais e partidos políticos, além de exibir uma síntese histórica do país e os grupos participantes do movimento de independência. De acordo com Kátia Baggio, ainda que, oficialmente, Porto Rico seja denominado, desde 1952, um Estado Livre Associado aos Estados Unidos, o país caribenho é, na prática, uma colônia norte-americana²⁰⁴. No cartaz, essa condição é representada pela bandeira norte-americana imobilizando um homem, que simboliza Porto Rico, em posição de sentido, de obediência. A bandeira possui uma parte rasgada, o que significa a posição de luta pela liberdade, ainda que por setores minoritários. Tomando a divulgação do filme como pretexto, a propaganda cubana utiliza-se do discurso imagético para convencer os seus espectadores de que o imperialismo norte-americano quer reduzir o mundo a uma espécie de neocolonialismo e utiliza Porto Rico como um exemplo de subordinação imposta pelos EUA e sua intervenção capitalista. Podemos destacar, além disso, o apoio explícito à independência do país vizinho.

Granada, uma pequena ilha do Caribe, esteve muito perto de acompanhar a linha política cubana quando Maurice Bishop, um jovem advogado marxista e admirador de Fidel Castro, foi eleito em 1975. Bishop, que mantinha estreito relacionamento com

²⁰⁴ Cf. BAGGIO, Kátia Gerab. *A questão nacional em Porto Rico: o Partido Nacionalista (1922-1954)*. São Paulo: Annablume/FAPESP, 1998.

Cuba e URSS, foi deposto e assassinado pelo exército de seu país em 1983. As revoltas que se seguiram à morte de Bishop e um grupo de estudantes estadunidenses que estavam na ilha foram as desculpas encontradas pelo presidente Ronald Reagan para invadir Granada e livrar-se de um novo enclave socialista a 3.500 quilômetros de seu território. O exército de Granada recebeu apoio de Cuba para a resistência, mas os Estados Unidos conseguiram impor um governo provisório e celebrar eleições em 1984, quando Herbert Blaize espantou, definitivamente, o fantasma socialista da ilha caribenha²⁰⁵. O *cartaz 56*, confeccionado no ano das eleições granadinas, ataca o imperialismo norte-americano, ao exibir uma águia com o logotipo da Força Aérea dos EUA e as garras esticadas pairando sob um céu claro e, aparentemente, tranqüilo. Ao fundo, uma ilha tropical e a palavra “*Grenada*”, indicando que os Estados Unidos estavam estendendo seu poder a um país independente.

A mesma águia, com um gesto agressivo, de ataque, ilustra o *cartaz 57*, de 1985. Abaixo dela, um grupo de homens, desenhados em vermelho, empunhando rifles, como se estivessem rumo a uma guerra. O alvo, dessa vez, seriam os sandinistas nicaragüenses, confirmado pela frase “*Alto a la agresión yanqui a Nicaragua*”, em três idiomas. A propaganda em favor da Nicarágua se explica pelo fato de Cuba haver mantido, antes de 1979, uma estreita relação com os revolucionários da Frente Sandinista de Libertação Nacional, fornecendo-lhes treinamento, assessoramento e armas, para depor o ditador Anastácio Somoza. Quando os rebeldes chegaram ao poder, o país estava destruído pela guerra e buscou rearticular as bases institucionais por meio de um projeto de caráter socialista. A similaridade com as reformas cubanas alertaram os Estados Unidos, que apoiaram e treinaram ex-integrantes da Guarda

²⁰⁵ CF. TORRES, Carlos Alberto. *Estado, educación no formal y socialismo en Cuba, Nicaragua y Granada*. In: *Desarrollo Económico*, Buenos Aires, vol. 31, n°124, jan/mar de 1992, <www.educ.ar/educar/superior/biblioteca_digital>, acessado em 30 de julho de 2006.

Nacional, os Contra, exilados na Costa Rica e Honduras, para iniciar uma guerra contra o regime sandinista. O país mergulhou, novamente, em uma guerra civil e despertou atos de solidariedade em todo o mundo. O *cartaz 57* é, portanto, parte da propaganda direcionada ao público internacional que visava acabar com a ajuda norte-americana aos Contras, ainda mais quando se descobriu, em 1985, o episódio Irã-Contras²⁰⁶.

A invasão norte-americana do Panamá é o tema do *cartaz 58*, de 1989. Após a morte de Omar Torrijos, em 1981, Manuel Noriega, acusado de narcotráfico e de ser um ex-espião da CIA, assumiu o poder no Panamá. Em 1983, o Senado norte-americano concluiu que o Panamá era um importante centro de tráfico de drogas e lavagem de dinheiro. Mas, o verdadeiro motivo para a intervenção estadunidense centrava-se no independentismo de Noriega, que ameaçava os interesses dos EUA no canal. Era preciso controlar a população panamenha antes de terminar o processo de transferência do controle do canal em 2000. Dessa forma, o governo norte-americano começou impondo sanções que prejudicaram a economia panamenha e levaram a população a ficar insatisfeita com Noriega, responsabilizando-o pelo embargo e pelas suas conseqüências sociais. À margem do direito internacional, os Estados Unidos terminaram por invadir o Panamá, em dezembro de 1989, restaurando o poder de grupos conservadores e assegurando o controle do Canal²⁰⁷. Assim, o *cartaz 58*, elaborado no ano da invasão, mostra a águia que, desta feita, traz no peito a bandeira norte-americana. Com o bico aberto ela tenta engolir a bandeira do Panamá que, por sua vez, permanece hastiada. Essa construção imagética estabelece a relação entre a agressão dos Estados Unidos, na figura da águia tentando abocanhar o Panamá, e a resistência da população

²⁰⁶ Em 1985 descobriu-se que a CIA vendia armas ao Irã, contrariando o bloqueio decretado pelas Nações Unidas, e, com o dinheiro obtido, apoiava os Contra nicaragüenses. Cf: GARCÍA, Juan Monroy. *Los partidos políticos y la democracia en Nicaragua*. In: *Coatepec/Universidad Autonoma de México*, Toluca, vol. 3, n. 5, jul/dez de 2003, p. 115-130.

²⁰⁷ SACRANTON, Margaret E. The Noriega years: US-Panamá relations, 1981-1990. In: *Journal of Interamerican Studies and World Affairs*. Miami, vol. 34, n. 2, 1992, p. 185-189.

panamenha na simbologia da bandeira resistente. A premissa é confirmada pela frase, em três idiomas, “*Resistir es vencer*”.

Mas a propaganda cubana não se limitou ao continente americano e foi buscar apoio e divulgar sua ideologia em outras partes do globo.

2 – A questão africana

Os cartazes de propaganda política cubanos demonstram que a conquista pelas mentes estendeu-se às antigas colônias européias do continente africano que, durante as décadas de 1960, 1970 e 1980, passavam por intermináveis guerras civis ou de independência. O governo cubano enviou tropas, e o próprio Che Guevara, para treinar guerrilhas no continente africano e, de acordo com Luiz Alberto Moniz Bandeira, na segunda metade da década de setenta, a presença militar de Cuba na África passou a ser o principal problema nas relações com os Estados Unidos. Nesse sentido, além de atuar como aliada da URSS na Guerra Fria, Cuba desempenhava um papel mais ativo e militante nas mais diversas regiões do Terceiro Mundo²⁰⁸. As peças da propaganda cubana aqui analisadas comprovam que o apoio do governo de Fidel Castro foi muito além da participação militar, mas, sobretudo, pregou a doutrinação socialista em países em conflito.

A segregação racial na África do Sul, ou *apartheid*, foi uma das bandeiras levantadas pela propaganda cubana, como evidenciam os *cartazes 59 e 60*, de 1969 e 1972, respectivamente. Os colonizadores de origem inglesa e holandesa entendiam que essa segregação poderia manter o domínio sobre a população nativa negra, forçando-a a viver em terras que ocupavam somente 13% do território sul-africano, enquanto a minoria branca dominava os 87% restantes. Quando o Partido Nacional, constituído por

²⁰⁸ BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. *Op. cit.* p. 597.

brancos, assumiu o poder, em 1948, o *apartheid* passou a atingir a habitação, o emprego, a educação, os serviços públicos e até o casamento entre “raças” diferentes tornou-se ilegal. O Partido impôs, também, uma repressão aos grupos simpatizantes do comunismo, ao mesmo tempo em que estimulava as divisões étnicas e enfraquecia a resistência contra o domínio branco. Para lutar contra as injustiças, o Congresso Nacional Africano (CNA), uma organização negra clandestina que tinha como líder Nelson Mandela, partiu para a luta armada, que terminou com o massacre de Shaperville e a condenação de Mandela à prisão perpétua em 1962²⁰⁹.

Dessa forma, o regime do *apartheid* na África do Sul era visto pelas autoridades cubanas como uma forma de imperialismo e de agressão ao comunismo. Nesse sentido, entendemos que a propaganda estava investindo em um público propenso a lutar por sua emancipação política e, quiçá, adotar o comunismo como ideologia governamental.

No *cartaz 59*, a imagem apresenta um jovem negro, sem camisa e com um olhar de revolta. No lugar do coração, esse jovem traz um mapa da África, em cor vermelha, com um filete, sugerindo sangue, escorrendo de sua ponta. O discurso imagético revela o sofrimento do negro sul-africano com a segregação imposta, expresso pelo sangue. Paralelamente, sugestiona que a África é o coração dos negros, terra mãe da raça negra e que, por isso, a dominação branca no continente deve ser repelida. Associada a esse contexto, está a frase “*Contra el Apartheid*” em três idiomas, dando a nítida impressão que essa propaganda foi elaborada para circular em vários países.

²⁰⁹No dia 21 de março de 1960, em Joanesburgo, 20 mil negros protestavam contra a lei do passe, que os obrigava a portar cartões de identificação, especificando os locais por onde eles podiam passar. No bairro de Shaperville, os manifestantes se depararam com tropas do exército que atiraram sobre a multidão, matando 69 pessoas e ferindo outras 186. Essa ação ficou conhecida como o Massacre de Shaperville e, em memória à tragédia, a Organização das Nações Unidas instituiu o 21 de março como o Dia Internacional de Luta pela Eliminação da Discriminação Racial. Cf: EVANS, Graham. South Africa in Remission: The Foreign Policy of an Altered State. In: *Journal of Modern African Studies*, Lancaster, vol. 34, n. 2, jun. de 1996, p. 249-269.

Já o *cartaz 60* faz uma referência à obra *O Grito*, do norueguês Edvard Munch. Na propaganda, um negro expressa todo o horror de sua situação esboçando um grito de dor, revelada pela expressão facial da ilustração. Na parte inferior do cartaz, o único indício de que se trata de uma propaganda contra o *apartheid*, a frase, composta em quatro idiomas, “*Jornada de solidaridad con África del Sur*”.

O internacionalismo cubano foi aplicado, como prática guerrilheira, no Congo e em Angola. No caso angolano, Fidel Castro cumpria a promessa feita por Ernesto Che Guevara a Agostinho Neto de enviar instrutores cubanos para treinar os rebeldes do Movimento pela Libertação de Angola (MPLA), que não tinham o apoio bélico da União Soviética²¹⁰. No ano de 1975, após mais de uma década de lutas anti-coloniais, Portugal abandonou Angola, sua antiga possessão africana, e o MPLA estava preparado para formar um novo governo. Devido ao apoio cubano dado ao líder do MPLA, Agostinho Neto, os Estados Unidos resolveram apoiar outras facções anti-portuguesas que atendessem aos interesses norte-americanos, a Frente Nacional de Libertação de Angola (FNLA) e a União Nacional para a Independência Total de Angola (UNITA). A China, para se contrapor ao socialismo de vertente soviética na região, passou a treinar membros da FNLA no Zaire. Por sua vez, o regime do *apartheid* da África do Sul, que recebia armamentos e assessoramento estadunidenses, aumentava sua influência na UNITA. Assim, antes que a independência fosse proclamada em novembro, as forças apoiadas pela África do Sul e pelos Estados Unidos avançaram para Luanda com o objetivo de tomar a capital, mas o braço militar do MPLA, com o reforço dos voluntários cubanos, derrotou a investida e garantiu a proclamação da independência por Agostinho Neto²¹¹.

²¹⁰ BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. *Op. cit.* p. 548.

²¹¹ Cf: BIRMINGHAM, David. “Angola”. In: CHABAL, Patrick. *A History of Postcolonial Lusophone África*. Bloomington: Indiana University Press, 2002, p. 137-184.

Mas antes que os voluntários entrassem em cena, a propaganda cubana tratava de divulgar a luta angolana do MPLA e buscar apoio à sua causa, como demonstram o *cartaz 61*, de 1969, e o *cartaz 62*, de 1973. No *cartaz 61*, surge uma figura feminina, com características físicas e culturais da região, de seios expostos promovendo uma associação entre maternidade e a pátria angolana. O detalhe deve ser observado na granada que aparece na frente dessa figura, estabelecendo uma relação discursiva com a guerra pela libertação. Por esse caminho, compreendemos que o discurso propagandístico divulgava que a população angolana planejava, idealizava, usar armamentos para buscar a sua independência em relação a Portugal, motivo representado pela granada, um artefato de guerra, presente na cabeça da mulher negra.

A caracterização do povo angolano como revolucionário aparece no *cartaz 62*. A frase “*Solidaridad Angola*” surge como complementação da imagem de uma jovem, carregando um fuzil nas costas. A associação dos jovens com a luta guerrilheira é uma constante no discurso imagético da propaganda cubana. Nesse caso, a idealização do revolucionário angolano, que busca libertar-se das amarras coloniais, é representada pela população jovem e guerrilheira que pega em armas pelo seu país.

A outra intervenção direta cubana ocorreu na atual República Democrática do Congo (ex-Congo Belga e ex-Zaire), onde o próprio Ernesto Che Guevara esteve, em 1965, treinando o Exército de Libertação do Congo (ELC). Para Jorge Castañeda, Che seguiu para o Congo, juntamente com outros cubanos, sem o apoio de Fidel Castro e, pelo fato de ser branco, o comandante não foi aceito nos confrontos armados diretos, fato que desmotivou Che Guevara e adiantou a sua partida da África “com a impressão de que os povos africanos não estariam preparados para uma revolução”²¹².

²¹² CASTAÑEDA, Jorge G. *Che Guevara: a vida em vermelho*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997, cap. 9.

O Congo só obteve a independência em relação à Bélgica em 30 de julho de 1960, quando o primeiro-ministro e líder nacionalista Patrice Lumumba assumiu o poder. Lumumba havia fundado, em 1958, o Movimento Nacional Congolês, de orientação democrático-socialista e avessa ao tribalismo, com o objetivo de mobilizar a população congoleza a pressionar o governo belga a cumprir a promessa de independência. O MNC desejava promover uma transição pacífica de governo e não organizou forças armadas que pudessem acelerar, dessa forma, a independência da colônia. Mesmo sendo considerado herói nacional, Lumumba enfrentou diversas rebeliões e tentativas de secessão. Apoiados pelos Estados Unidos e por tropas belgas que entraram no Congo com a justificativa oficial de proteger os civis, o Coronel Mobutu, chefe do Estado-Maior do Exército de Lumumba, e seus aliados iniciaram uma onda de repressão, terminando por capturar e assassinar Patrice Lumumba em janeiro de 1961. Finalmente, em 1965, Mobutu articulou um golpe militar e instaurou uma ditadura de partido único que permaneceu até 1997. Considerado um dos mais brutais da África, o regime de Mobutu se fundamentou na repressão política, corrupção e culto à personalidade. Em 1978, os rebeldes da província de Katanga tinham iniciado uma insurreição que levou Mobutu a pedir o apoio militar dos Estados Unidos, da França e da Bélgica, numa operação que resultou em quase mil mortos. Enquanto os katangueses apoiavam o MPLA de Angola, Mobutu se aliou aos Estados Unidos e cedeu espaço territorial e tropas para armar e treinar a FNLA e a UNITA, adversárias do MPLA²¹³. O apoio dos Estados Unidos ao ditador congolês explica a confecção de dois cartazes cubanos que trabalharam o discurso político fundamentado pela mitificação de Lumumba e sua associação com o socialismo.

²¹³ Cf. O'BALLANCE, Edgar; HOUNGNIKPO, Mathurin C. The Congo-Zaire Experience, 1960-98. In: *African Studies Review*, New Brunswick, vol. 43, n. 3, dez. de 2000, p. 195-196.

O primeiro deles é o *cartaz 63*, datado de 1972. Nele podemos perceber o mapa da África adquirir os contornos da cabeça de Lumumba, promovendo a idéia de que seus ideais libertários poderiam ultrapassar as fronteiras do Congo e estender-se por toda a África. Além disso, notamos a intenção de relacionar a imagem nacionalista e libertária de Patrice Lumumba com a Campanha de Solidariedade ao Congo que, naquele momento, vivia os primeiros anos da ditadura de Mobutu. É a tentativa de associar o mito, o herói da independência do Congo, a uma resistência ao regime ditatorial apoiado pelos Estados Unidos.

Essa apropriação do mito, e consequentemente da memória recente congoleza, é mais visível no *cartaz 64*, confeccionado em 1981 em comemoração ao vigésimo aniversário da morte de Lumumba. Uma vez mais, a imagem do herói é tomada pela propaganda estatal cubana com o objetivo de relacionar seus atos com a luta pela liberdade e, com isso, atacar o regime de Mobutu que entrava em seu décimo sétimo ano.

As guerras de independência no Zimbábue é a temática do *cartaz 65*, de 1970. Durante o período colonial, o país foi dividido em duas partes, chamadas de Rodésias, que se uniram, em 1953, com a Niassalândia para formar a Federação da África Central. Quando a Federação foi desfeita, em 1963, o Reino Unido negou-se a conceder autonomia à Rodésia do Sul, mais rica e desenvolvida. Na década de 1960, a guerrilha ganhou impulso, mas a independência só foi alcançada em 1980, quando o país adotou o nome de Zimbábue. Nesse mesmo ano ocorreram as eleições que foram vencidas pela União Nacional Africana do Zimbábue, ZANU, de tendência comunista, encabeçada pelo líder nacionalista negro Robert Mugabe²¹⁴. Foi durante o período de guerrilha, portanto, que a propaganda cubana investiu em mais uma jornada de solidariedade com

²¹⁴ Cf: PALMER, Robin. Land Reform in Zimbabwe, 1980-1990. In: *African Affairs*, Boston, vol. 89, n. 355, abril de 1990, p. 163-181.

o Zimbabwe. O país ainda não havia adotado esse nome, mas as agências propagandísticas cubanas sabiam que as guerras de independência africanas utilizavam um discurso nacionalista e africanista e que seus líderes buscavam resgatar o uso de nomenclaturas do período pré-colonial. Dessa forma, optaram por usar o “nome étnico” do país e fundamentar o discurso imagético na cultura do Zimbabwe. Como o país vivia em um contexto de beligerância contra o Reino Unido, a imagem mostra um chapéu de caçador, representando o colonialismo europeu, trespassado por uma lança, simbolizando a resistência africana e a luta pela independência.

A guerra de libertação de Moçambique, por sua vez, durou cerca de dez anos e a independência, proclamada em 1975, só foi possível como uma seqüência da Revolução dos Cravos em Portugal. A guerrilha contra o exército português, lançada em 1964, recebeu o nome de Luta Armada de Libertação Nacional e pertencia a uma organização oriunda de três movimentos que se concentraram sob o nome de Frente de Libertação de Moçambique (FRELIMO). Após a independência, o país passou a chamar-se República Popular de Moçambique e seguiu uma política socialista confirmada no Terceiro Congresso da FRELIMO de 1977²¹⁵. No ano de elaboração dessa peça, 1973, Moçambique ainda era um país colonial e a luta armada objetivava a emancipação total. É esse cenário que encontramos representado na ilustração de um punhal que trespassa uma mão em forma de garra. O punhal simboliza a guerrilha e a mão-garra é uma forma de representar o comportamento imperialista de Portugal que, durante anos, alimentou os conflitos étnicos locais com o intuito de dificultar o surgimento de um sentimento anti-europeu. O objetivo primordial da luta armada, vencer o exército português, é

²¹⁵ Cf: GREY, Jeremy. Urban Management, Local Government Reform and the Democratisation Process in Mozambique: Maputo City 1975-1990. In: *Journal of Southern African Studies*, New York, vol. 21, n. 1, março de 1995, p. 147-164.

retratado na ação do punhal fincado na mão-garra, um gesto de ataque e imobilização que resulta na vitória almejada.

A Namíbia também esteve na pauta da propaganda cubana. Passada a Segunda Guerra Mundial, a África do Sul manifestou seu interesse em anexar o território conhecido como Sudoeste Africano e passou a administrá-lo. Em agosto de 1966, o movimento independentista conhecido como SWAPO (*South-West Africa People's Organisation*) lançou a guerrilha contra as forças ocupantes. A Organização das Nações Unidas proclamou, em 1968, a ilegalidade da ocupação sul-africana do país, que passou a chamar-se Namíbia para a comunidade internacional. No entanto, as tropas sul-africanas só desocuparam o território em 1989, quando Sam Nujouma, líder da SWAPO, foi eleito presidente. Enquanto isso, os embates com a guerrilha continuavam²¹⁶. No ano de confecção do cartaz 67, 1981, a Namíbia ainda lutava por sua autonomia política. Em primeiro plano, aparece a imagem de um homem gritando, com o braço direito erguido e o punho cerrado, simbolizando a resistência, como se estivesse em uma manifestação pública. No plano de fundo, todo elaborado em verde, cor símbolo da Namíbia, a representação do povo respondendo com o mesmo gesto. No alto do cartaz, a frase “*Namibia, poder para el pueblo.*”

3 - Apoio aos países asiáticos

A propaganda cubana foi mais além dos processos de independência africanos e voltou-se para os conflitos ideológicos que marcaram a Guerra Fria, fornecendo um apoio às políticas soviéticas e ganhando espaço no cenário mundial. O contexto político favorecia uma propaganda mais agressiva contra o imperialismo norte-americano,

²¹⁶ Cf: UYS, Stanley. Namíbia: the socialist dilemma. In: *African Affairs*, Boston, vol. 81, n. 325, out. de 1982, p. 569-576.

principalmente no que se referia aos conflitos patrocinados pelos dois grandes blocos da Guerra e que envolviam a antiga região da Indochina.

A Indochina, região localizada entre a Índia e a China, foi colônia francesa até o final da Segunda Guerra Mundial e era composta pelo Vietnã, subdividido em Tonquim e Conchinchina, pelo Laos e pelo reino do Camboja. O processo de descolonização iniciou-se após a Segunda Guerra Mundial e foi caracterizado por uma violenta luta entre o exército francês e o Viet Minh (Liga para a Independência do Vietnã), ligado ao Partido Comunista e apoiado pela China. A Conferência de Genebra, em 1954, reconheceu a independência do Laos, Camboja e do Vietnã, dividido em dois pelo paralelo 17 em República Democrática do Vietnã, ao norte, pró soviética, e República do Vietnã, ao sul, pró Estados Unidos. Um golpe militar e uma violenta política repressiva no sul, apoiada pelo exército norte-americano, em 1955, fez com que surgissem os movimentos de oposição, destacando-se a Frente de Liberação Nacional e seu braço armado, o exército Vietcong, com respaldo soviético.

A força do movimento guerrilheiro determinou a entrada dos Estados Unidos no conflito que ficou conhecido como Guerra do Vietnã. Um dos principais momentos da guerra ocorreu em 1968, quando tropas do norte e dos vietcongs alcançaram Saigão, capital do Vietnã do Sul, impondo importantes derrotas aos norte-americanos. Nesse contexto, manifestações mundiais pediam o fim da guerra, mas o presidente Nixon, em 1972, preferiu ampliar o conflito ao bombardear o Laos e o Camboja e utilizar armas químicas contra a população civil. Os guerrilheiros mantiveram-se em luta desgastando o exército norte-americano e impondo o Acordo de Paris, que forçou a saída dos Estados Unidos, em 1973, e fez com que o conflito seguisse de forma localizada,

envolvendo as forças de resistência do Vietnã do Sul, até 1975, quando o governo de Saigon rendeu-se²¹⁷.

É esse cenário de Guerra Fria, da luta entre comunismo e capitalismo, que encontraremos nos cartazes de propaganda cubanos que abordam as questões da Indochina. Nesse contexto histórico, os Estados Unidos foram retratados como a face do “mal”, o núcleo central do imperialismo, representante da “desordem e da guerra”.

O *cartaz 68* foi elaborado em 1969, quando os EUA entraram, efetivamente, na guerra. A mensagem *Jornada continental de apoio a Vietnam, Cambodia y Laos – 15 al 21 de octubre* - sugere uma campanha de solidariedade com esses três países. Pela representação imagética podemos perceber a posição política e ideológica do governo cubano nessa questão. O então presidente norte-americano, Richard Nixon, é apresentado com uma pele azul, que nos remete ao aspecto de enfermidade física, e olhos vermelhos, característica, no imaginário cristão, de intenções diabólicas e que, também, reforça a idéia de enfermidade, desta vez, psíquica. O “sorriso maquiavélico” e a cabeça repleta de corpos tombados complementam o discurso por trás da iconografia: o representante do capitalismo norte-americano é um homem mau e doente, no sentido mental, que encontra alegria no genocídio de povos que buscam a sua libertação; nós precisamos apoiar o “bem”, ou seja, os comunistas que estão lutando por essa causa. Sem detalharmos as conseqüências regionais dessa guerra, podemos concluir que, com esse pôster, o governo cubano reforçava a sua posição de apoio à expansão da influência soviética na Ásia e, sobretudo, liderava a busca de apoio continental, ou seja, lançava-se como personagem principal na luta ideológica comunista no continente americano.

²¹⁷ Cf. CHOMSKY, Noam; HERMAN, Edward S. *Banhos de sangue*. São Paulo: Difel, 1976; e RASKIN, Marcus. JFK and the Culture of Violence. *In: American Historical Review*, Washington, vol. 97, n. 2, abril de 1992, p. 486-499.

O mesmo Nixon volta a encarnar o mal no *cartaz 69*, de 1971. Nele vemos um mapa no qual a região da Indochina está destacada em vermelho. O emprego do vermelho promove uma analogia com os guerrilheiros vietcongues e comunistas que lutavam contra as tropas invasoras, ao mesmo tempo em que uma águia, símbolo dos EUA e do capitalismo norte-americano, finca suas garras da região. O detalhe, porém, está na cabeça de Richard Nixon no lugar da cabeça da águia fazendo clara alusão aos interesses do presidente norte-americano de “agarrar” a região da Indochina.

O governo do Vietnã do Norte foi saudado no *cartaz 70*, de 1970. Como sabemos, nesse ano, a guerra ainda não havia terminado e a ingerência comunista no Vietnã do Norte levou a propaganda cubana a associar o trabalho agrícola vietnamita às campanhas pela produção de açúcar em Cuba. No alto, a função, já estudada nos cartazes de propaganda interna, da mulher na sociedade socialista. Nesse caso, a figura ilustra uma mulher com traços orientais que, ao mesmo tempo em que trabalha na lavoura, carrega em suas costas um fuzil, ou seja, é a mulher que cuida de plantar e colher, mas não deixa de ser guerrilheira. Abaixo dela, a imagem de um camponês cubano na lavoura de cana que lança seu pensamento ao povo do Vietnã. No pé do pôster as palavras “*Como en Vietnam, tenacidad, organización, disciplina, heroísmo diario en el trabajo*”. É a tentativa de equiparar duas sociedades distintas, mas que vivem sob regimes similares e que, por isso, devem adotar os mesmos preceitos para a construção da sociedade comunista.

Mas a propaganda cubana não se fixou somente no Vietnã. A extensão do conflito ao Camboja pode ser visualizada no *cartaz 71*, de 1974. A independência do Camboja, assim como a do Vietnã, esteve ligada à Guerra da Indochina e ao forte sentimento nacionalista do Partido Popular Revolucionário do Kampuchea, que viria a transformar-se, em 1966, no Partido Comunista do Kampuchea. Com o surgimento do

Khmer Vermelho, uma organização comunista com orientação radical, uma violenta rebelião comunista atingiu, dois anos antes, o seu auge e envolveu onze das dezoito províncias administrativas. Em abril de 1975, o Khmer Vermelho, sob a liderança de Pol Pot, tomou o poder instalando a República Democrática do Kampuchea e um regime extremamente repressivo. A aproximação com a política chinesa promoveu a maciça evacuação da população da capital, em direção ao campo. O governo comunista do Khmer Vermelho alegava como causa dessas providências a necessidade de alimentar a população urbana, do que era impedido pelos bombardeios das forças norte-americanas, que tornavam qualquer meio de transporte inviável. A partir de 1979, após a invasão vietnamita e a queda do Khmer Vermelho, o país passou a ser denominado República Popular do Kampuchea, adotando a base do regime marxista-leninista do Vietnã²¹⁸.

A propaganda expressa no *cartaz 71*, de 1974, divulga a luta pela independência do Partido Comunista do Kampuchea. O discurso se apóia nas características nacionalistas desse partido, utilizando, para isso, o famoso templo de Angkor, no Camboja. A imagem mostra uma escultura do templo segurando um rifle, promovendo, assim, a idéia de que a luta armada tem relações com o passado histórico cambojano, ou seja, que a guerra pela independência está ligada às raízes históricas nacionais. Já o *cartaz 72*, de 1982, pertence ao período de domínio vietnamita e, conseqüentemente, das reformas comunistas de vertente distinta do Khmer Vermelho. Assim, a bandeira do Kampuchea aparece tremulando acima da cabeça de uma mulher em trajes típicos. Ao lado dela, um homem de punho cerrado esboça um gesto de comemoração. A idéia de que esses dois personagens têm relação com o socialismo vigente no país é representada

²¹⁸ Cf. FRINGS, Viviane K. Rewriting Cambodian History to 'Adapt' It to a New Political Context: The Kampuchean People's Revolutionary Party's Historiography (1979-1991). In: *Modern Asian Studies*, Nova York, vol. 31, n. 4, out. de 1997, p. 807-846.

pelo soldado de rosto grave empunhando um rifle. O apoio ao sistema que vigorava no Camboja está explícito na frase “*Adelante la Republica Popular de Kampuchea*” em quatro idiomas, como se a propaganda tentasse mostrar ao mundo que o regime socialista do Camboja era vencedor e contava com apoio da população local.

Como o objetivo da propaganda cubana era atacar o imperialismo norte-americano, a questão coreana não poderia deixar de ser veiculada. Terminada a Segunda Guerra Mundial, a Coréia foi ocupada por tropas estrangeiras, segundo o acordo de Potsdam: os soviéticos acima do paralelo 38 e os norte-americanos abaixo. O pretexto era garantir a liberdade da Coréia, eliminando-se por completo a presença japonesa. Ao ocupar a região norte, os soviéticos pretendiam expandir seu modelo socioeconômico e político, enquanto que os EUA pretendiam consolidar sua influência em regiões consideradas estratégicas no Extremo Oriente. Assim, constituíram-se dois Estados autônomos: a República Popular Democrática da Coréia, ao norte e socialista, e a República da Coréia, ao sul e capitalista. A Guerra da Coréia iniciou-se em 1950, quando tropas norte-coreanas dominaram a cidade de Seul, capital da Coréia do Sul. Dois dias depois, os Estados Unidos enviaram suas tropas para defender a Coréia do Sul e invadiram o Norte, avançando até a fronteira com a China, com o objetivo de conquistar toda a Coréia do Norte. No entanto, em novembro, a China entrou na guerra, em apoio aos norte-coreanos, e foi considerada como agressora pela Nações Unidas. Mesmo assim, continuou seu avanço em direção a Seul, ao mesmo tempo em que os Estados Unidos intensificaram sua presença militar. Em 1952, temendo um novo conflito mundial, os EUA adotaram uma política defensiva, preocupados em preservar a Coréia do Sul sob sua influência, aceitando a separação do Norte. Além disso, os gastos com a guerra e a elevada mortalidade foram determinantes para a assinatura de um armistício em julho de 1953. Com a crise do petróleo da década de 1970, a Coréia do

Norte sucumbiu diante da modernização tecnológica e econômica dos países capitalistas e não mais conseguiu se reerguer²¹⁹.

Nesse cenário de Guerra Fria, a propaganda cubana entrou com o apoio à Coréia do Norte, como demonstra o cartaz 73, de 1973. Nele, vemos a bandeira da Coréia do Norte e, estendida no chão, uma águia com o logotipo do exército norte-americano. O corpo da águia é trespassado diversas vezes por raios vermelhos e, nesse sentido, a imagem passa a representar uma suposta vitória do comunismo à tentativa norte-americana de unir as duas Coréias sob sua influência. No topo do cartaz, a frase “*Del 25 de junio al 27 de julio Jornada Internacional de Solidaridad con el Pueblo de Corea*”, indicando os objetivos da propaganda cubana de lançar ao mundo uma imagem da Coréia agredida e dos Estados Unidos usurpadores.

O episódio do ataque nuclear dos Estados Unidos ao Japão também foi usado para promover uma campanha antiestadunidense. Na fase final da Segunda Guerra Mundial, no dia 6 de agosto de 1945, os Estados Unidos utilizaram, pela primeira vez, a mais nova tecnologia bélica. Apelidada de "little boy", a bomba atômica lançada sobre Hiroshima causou a morte de mais de 140 mil pessoas, entre civis e militares, destruindo tudo em um raio de até dois quilômetros de distância, devastando toda a vegetação e infra-estrutura da cidade. Os sobreviventes circulavam pela cidade sem saber ao certo o que havia acontecido. Áreas mais distantes também foram prejudicadas depois de uma chuva que possuía grande quantidade de radioatividade, contaminando rios, lagos e pessoas. Após alguns dias, os sobreviventes começaram a ser atendidos e levados para hospitais de outras províncias. Muitos, por falta de medicação adequada, acabaram morrendo lentamente de forma agonizante. No dia 9 de agosto, três dias

²¹⁹ MILLETT, Allan R. Introduction to the Korean War. In: *Journal of Military History*, Lexington, vol. 65, n. 4, out. de 2001, p. 921-935.

depois do episódio de Hiroshima, outra bomba foi lançada sobre a cidade de Nagasaki, matando quarenta mil pessoas e ferindo outras quarenta mil²²⁰. Esse cenário apocalíptico é lembrado em duas peças da propaganda cubana.

No *cartaz 74*, de 1969, a frase na parte superior do cartaz, “*Jornada de Solidaridad con el pueblo japonés (6 de agosto)*” traz os indicativos da utilização da memória histórica do Japão como forma de apelo da propaganda. A imagem utiliza a máscara do teatro tradicional japonês que representa a raiva, associando-a ao sentimento de revolta em torno do aniversário do ataque à Hiroshima. Acima dessa composição, formas circulares simbolizam o diâmetro provocado pela bomba ao explodir. A imagem pode provocar no expectador a revolta contra o causador daquele drama, neste caso, os Estados Unidos.

A “*Jornada de Solidaridad con el pueblo japonés (6 de agosto)*” continua em pauta no ano de 1972, por meio do *cartaz 75*. Aqui a referência ao acontecimento de Hiroshima está mais explícito pela presença do nome da cidade, em cor vermelha, no lado direito do cartaz. O objetivo da propaganda continua sendo promover a revolta contra os Estados Unidos e mostrar que o inimigo de Cuba é capaz das maiores atrocidades. Dessa forma, o cartaz apresenta um rosto com traços orientais dividido ao meio: do lado direito sua expressão denota tristeza e causa comoção; do lado esquerdo, há a sugestão de que aquele ser humano é portador de graves sequelas herdadas da radioatividade lançada pela bomba. Com isso, a propaganda sugere que os Estados Unidos levaram sua ambição muito além de uma guerra e provocaram consequências em gerações futuras para que elas não se esquecessem de quem detém o poder.

²²⁰ CAULLIRAUX, Heitor Biolchini. *Hiroshima 45 – O grande golpe*. Rio de Janeiro: Ed. Lucerna, 2005.

4 – O próximo Oriente Médio

A necessidade de afrontar o imperialismo norte-americano fez com que a propaganda cubana se pusesse ao lado dos inimigos dos Estados Unidos e como adversária dos aliados estadunidenses. Assim como a criação do Estado de Israel, em maio de 1948, trouxe várias consequências para o Oriente Médio, os cartazes cubanos usaram os acontecimentos de então para associá-los a um comportamento imperialista e intensificar a sua guerra particular.

A proclamação unilateral de criação do Estado de Israel fez com que os palestinos entrassem em uma coligação de forças regulares jordanias, egípcias e sírias, ajudadas por contingentes libaneses e iraquianos. Mas o exército israelense contava com o apoio dos Estados Unidos e a simpatia da opinião pública ocidental, fato que obrigou os países árabes, cerca de um ano depois, a assinar um armistício concordando com a ocupação de 78% da Palestina, excetuando a cadeia de baixas montanhas do centro e do sul, chamada Cisjordânia, e a Faixa de Gaza. A cidade de Jerusalém ficou dividida em uma parte extra muros, que ficou do lado israelense, e a cidade antiga e o bairro extra muros ao norte, que ficaram com os árabes²²¹.

No desenrolar da crise entre árabes e judeus, o governo cubano adotou a solidariedade com os povos árabes, como assegura o *cartaz 76*, de 1968. Nele podemos ver uma tentativa de associar o povo árabe com a antiga cultura egípcia, levando-nos a entender que a ocupação de terras na região pelos israelenses está na contramão da história. No lugar de uma tradicional pintura egípcia com seus hieróglifos e símbolos sagrados, vemos o intento de copiar o estilo de desenhos do Antigo Egito associando-o aos símbolos revolucionários. Dessa forma, temos um egípcio carregando em seus

²²¹ Cf: AKCELRUD, Isaac. *O Oriente Médio*. Campinas: Ed. da UNICAMP, 1992, p. 55-73; e OLIC, Nelson Bacic. *O Oriente Médio: uma região de conflitos*. São Paulo: Moderna, 1992, p. 54-73.

ombros um rifle e, ao invés de hieróglifos, do lado direito, há duas granadas e seis munições para o rifle. O discurso imagético diz que, desde a Antiguidade, o povo árabe é revolucionário e que, por isso, Cuba se coloca em uma “*Jornada de solidaridad con los pueblos árabes*”, como confirma a frase na parte superior do cartaz.

Os dois cartazes seguintes referem-se, de maneira mais restrita, às relações entre palestinos e judeus. Desde 1948, a Organização das Nações Unidas havia reconhecido o direito dos refugiados palestinos regressarem aos seus lares ou de serem indenizados, se assim o preferissem. No entanto, Israel negou-se a acatar a resolução e a esmagadora maioria dos refugiados agrupou-se em acampamentos na Faixa de Gaza, Cisjordânia, Jordânia, Síria e Líbano. A chamada Guerra dos Seis Dias, em 1967, fez com que cerca de 50.000 palestinos fugissem de suas terras²²².

A situação dos refugiados palestinos é representada no *cartaz 77*, de 1967. O apelo dessa propaganda volta-se para um público de língua francesa, visto que a mensagem escrita que divulga um movimento de solidariedade com o povo da Palestina está nessa língua. Assim, abaixo dos dizeres que reclamam por uma consciência humana, está a imagem de uma criança suja, chorosa, em uma fila para receber alimentos. Com isso, a propaganda salienta as consequências da investida de Israel contra o povo palestino e divulga a imagem do sofrimento infantil associando-a a uma campanha desumana, sócia do imperialismo ianque.

De 1982 é a confecção do *cartaz 78*. Aqui a propaganda cubana deixa mais clara a associação de Israel com os Estados Unidos, ao fazer uma analogia da criação do

²²² Desde o fim da Guerra de Suez, em 1956, forças internacionais separavam os exércitos de Israel e do Egito e garantiam a liberdade de navegação no Golfo de Akabá. Em 19 de maio de 1967, o Secretário-Geral da ONU, U Thant, decidiu retirá-las, a pedido do Presidente do Egito Gamal Nasser. No dia 22 de maio, Nasser fechou o Golfo de Akabá aos barcos israelenses e Israel reagiu com uma guerra-relâmpago durante a qual ocupou toda a Península do Sinai (egípcia), a Faixa de Gaza (sob administração militar egípcia), a Cisjordânia, juntamente com Jerusalém Oriental (anexadas pela Jordânia em 1950), o Planalto do Golã (sírio) e a parte de Jerusalém recém-ocupada. Cf: OLIC, Nelson Bacic. *Op. cit.* p. 59-69.

Estado judaico com o lendário cavalo de Tróia. O discurso repassado é o de que, assim como os gregos foram astutos por presentear Tróia com um cavalo e esperar até o anoitecer para atacar a cidade, os Estados Unidos criaram no coração da Palestina uma espécie de “presente de grego”, ao apoiar a criação do Estado de Israel. Israel é o “verdadeiro” cavalo de Tróia dos árabes que, quando menos se esperou, atacou os países vizinhos com um arsenal muito superior e impôs as suas condições. É interessante destacar que o cavalo desenhado no cartaz traz em seu lombo a bandeira dos Estados Unidos e que os guerreiros que saltam dele estão empunhando uma bandeira de Israel. O discurso imagético dessa propaganda diz, de maneira clara, que Israel teve todo o respaldo dos norte-americanos e que, por isso, faz parte do bloco capitalista. Acima da imagem está a frase “*Quien despoja a los demás vive siempre en el terror*”, sustentando que as ações terroristas contra Israel são consequências dos atos de despojo do Estado judaico.

Os próximos cartazes referem-se às relações entre Israel e Líbano. Como podemos perceber, sempre que a propaganda cubana dirige-se aos países árabes o “inimigo único” é personificado em Israel e nos EUA. Em setembro de 1982, Israel invadiu o Líbano com a intenção declarada de expulsar de lá a Organização pela Libertação da Palestina, OLP. Nos termos do cessar-fogo, negociado sob os olhares do governo norte-americano, as forças da OLP foram evacuadas do Líbano para a Tunísia. Foi então que se deram os massacres de Sabra e de Chatila. O exército de Israel ocupou a parte ocidental de Beirute e as Forças Libanesas, milícias cristãs aliadas de Israel, entraram nos campos de refugiados palestinos de Sabra e Chatila, nos arredores da capital libanesa, e mataram homens, mulheres e crianças, computando um total de mais

de mil mortos. Os soldados israelenses que cercavam os campos assistiram aos massacres sem intervir²²³.

Antes, porém, em 1980, as tensões entre os dois países já eram evidentes, pela presença da OLP em território libanês, como demonstra o *cartaz 79*, desse ano. A frase “*Libano: unidos venceremos*”, expressa em quatro idiomas, garante que Cuba une-se à luta libanesa para brindar a vitória contra o exército de Israel. O inimigo é personificado no alto do cartaz onde é possível ver uma serpente, símbolo de traição, dentro da estrela de Davi, tradicional símbolo religioso judaico. No centro, a imagem de três guerrilheiros carregando morteiros e representando a guerrilha que, para os cubanos, sempre tem associação com posicionamentos rebeldes.

Os *cartazes 80 e 81*, ambos de 1983, tomam o episódio de Sabra e Chatila como tema da campanha antiimperialista. A frase “*Israel: una herida en el tronco libanes*” do *cartaz 80* fornece a associação com o massacre dos civis dos campos de Sabra e Chatila. A imagem mostra um tronco de cedro, a árvore símbolo do Líbano, com um corte que a faz derramar sangue. No local de onde jorra o sangue está presa a lâmina de um martelo que tem por cabo a bandeira de Israel. A imagem representa o massacre retratando-o como uma ferida aberta, que derramou sangue de vítimas inocentes e foi provocada pela invasão israelense.

Já o *cartaz 81*, apela para o sentimentalismo utilizando-se, uma vez mais, da imagem de uma criança com o semblante triste e olhar perdido. A expressão do garoto denota a recordação dos fatos que marcaram Sabra e Chatila. Essa assertiva pode ser confirmada pela inserção de imagens que pertencem ao pensamento, à memória da criança. Nessa onda de recordação vemos a representação de uma mulher mulçumana

²²³ Cf: PETEET Julie. From Refugees to Minority: Palestinians in Post-War Lebanon. In: *Middle East Report*, Washington, n. 200, julho-set. 1996, p. 27-30.

chorando, uma outra pessoa reagindo aos ataques com um estilingue nas mãos e uma criança tapando os ouvidos com as mãos para não escutar os gritos de horror e lamento. A propaganda afirma que o menino retratado nesse cartaz carregará consigo as lembranças daquele dia fatídico e se recordará que aquele episódio foi fruto da intervenção israelense. Para ratificar a associação com os acontecimentos no Líbano de setembro de 1982, apenas os dizeres em espanhol e árabe “*Sabra y Chatila*”.

Avaliando o conjunto de cartazes destinados à propaganda externa, podemos constatar que foram produzidos pela OSPAAAL e, atualmente, são comercializados por essa agência²²⁴. Todavia, o que mais impressiona nessa amostragem é a variedade de países e situações históricas abordados. Esse fato nos remete ao internacionalismo de Cuba a partir da Revolução de 1959 e, inevitavelmente, nos faz perceber que esse internacionalismo esteve, em boa medida, relacionado ao desejo de se contrapor ao imperialismo norte-americano. Não significa que o governo revolucionário cubano não tenha desejado divulgar o socialismo e apoiar a revolução em outros cantos do planeta. Os cartazes presentes nesse capítulo nos mostram que a divulgação da doutrina socialista e o apoio propagandístico e militar dado a muitos países aqui retratados tiveram relação direta com o discurso antiimperialista. Além disso, não verificamos nessa amostragem nenhum cartaz que levasse aos diferentes pontos do globo uma propaganda que ressaltasse as características do regime soviético e o colocasse como modelo para o público destinatário. Ao contrário, o nome da União Soviética sequer foi citado por esses cartazes e o discurso antiimperialista foi tão mais veemente que ofuscou as tentativas de divulgação do socialismo.

²²⁴ É possível adquirir os cartazes analisados neste capítulo no site <www.ospaaal.com>.

As peças analisadas nesse capítulo não se enquadram totalmente no estilo do realismo socialista. No que se refere às mensagens escritas, ainda podemos perceber resquícios do realismo socialista no emprego de verbos no imperativo e no tom otimista dado ao discurso veiculado. Além disso, há a predominância da *Lei de Simplificação ou do Inimigo Único*²²⁵ de Domenach.

Porém, é analisando as imagens que nos deparamos com a diversidade de cores e de estilos, com destaque para a arte pop, ao utilizar signos e símbolos culturais dos países abordados. O reflexo condicionado, resultado da associação de imagens com determinados assuntos, foi utilizado, sobretudo, nesses cartazes, como podemos perceber no emprego da águia promovendo a associação com o domínio norte-americano. O discurso imagético se apoiou, muitas vezes, em sentimentos patrióticos e resgate da memória, características não só da propaganda comunista como, também, das propagandas nacionalistas, conforme estudamos no primeiro capítulo.

Entre os recursos gráficos aplicados nesses cartazes, apareceram a ilustração, utilizada na maioria das peças, e a fotografia, empregada nos cartazes 47, 53, 62, 77 e 79. Excetuando o cartaz 50, todos os outros foram confeccionados em formato vertical, confirmando uma tendência da produção cubana por esse tipo de exibição das imagens.

A grande surpresa dessa amostragem foi perceber que muitos cartazes voltados para o público externo, devido a certas circunstâncias históricas que persistem até os dias atuais, como as relações conflituosas no Oriente Médio e o predomínio de uma política externa norte-americana de caráter imperialista não perderam seu caráter de ambiência e de durabilidade da imagem. Além disso, esses cartazes nos comprovaram que Cuba não se subordinou à política de não interferência em assuntos de outros países, proposta pela URSS como condição para receber os financiamentos do

²²⁵ Cf. p. 32 desta dissertação.

COMECOM. A proposta de internacionalismo defendida pelo governo cubano apareceu de maneira independente e circulou o mundo pregando a revolução socialista e o combate ao imperialismo norte-americano.

CONSIDERAÇÕES FINAIS:

“Existem duas coisas infinitas: o Universo e a tolice dos homens”. **Albert Einstein**

Após este trajeto percorrido pelos cartazes de propaganda política cubanos, algumas considerações precisam ser feitas. Primeiramente, fizemos um percurso teórico e apresentamos, dentre outros elementos, as técnicas da propaganda política classificadas por Jean Marie Domenach²²⁶. Constatamos que é possível encontrar um pouco de cada uma delas nas peças de propaganda cubana analisadas. A *Lei da Simplificação ou do Inimigo Único* é a que mais se evidencia, pois podemos perceber nas mensagens escritas uma tendência à simplificação da doutrina ideológica, apresentando-a da maneira mais clara e objetiva. Por meio dessa lei, vimos a criação de frases de efeito e palavras de ordem que se associavam às paixões políticas e se direcionavam para o público cubano. Ao mesmo tempo, pudemos perceber a tática de direcionar o discurso para outros públicos, valendo-se de símbolos como bandeiras e heróis nacionais que carregaram em si idéias e sentimentos capazes de associarem-se aos ideais de liberdade e independência de diferentes povos. Concordamos com Domenach quando ele afirma que a forma simplificadora mais elementar é concentrar sobre uma única pessoa as esperanças do campo a que pertencemos ou o ódio pelo adversário e, nesse sentido, presenciamos essa regra na concepção dos Estados Unidos como inimigo maior de Cuba e o investimento direcionado contra esse adversário.

A *Lei de Ampliação e Desfiguração* pode ser percebida em cartazes como os que abordam a temática de Girón, promovendo um “exagero” em torno do tema e fortalecendo, assim, o sentimento nacionalista do povo cubano. Cartazes como os que trabalharam a memória do Assalto ao Quartel de Moncada, da bomba de Hiroshima, do

²²⁶ Cf. p. 32 a 35 desta dissertação.

massacre de Sabra e Chatila e o culto a Che Guevara, Camilo Cienfuegos e Lumumba podem ser encaixados na *Lei de Orquestração*. A lógica da *Lei de Transfusão*, que identifica e explora os diversos gostos populares, foi utilizada, principalmente, em peças destinadas ao público externo. Além disso, acreditamos que o discurso antiimperialista, presente em muitos desses cartazes, pode ser entendido como integrante da *Lei de Unanimidade ou de Contágio*²²⁷, ao trabalhar o sentimento de exaltação ou de medo difuso.

Aprofundando nas análises dos cartazes cubanos, chama a atenção a questão do poder simbólico defendida por Pierre Bourdieu. Pensando nisso, nos pareceu surpreendente pensar que esses cartazes só fizeram sentido porque existiu um público espectador que compartilhou dessas representações, dando a elas sentido simbólico e promovendo uma relação de concordância com o seu emissor. As imagens e as mensagens apresentadas nas 81 peças analisadas não teriam sentido algum se não existisse uma pretensa cumplicidade entre aquele que propaga uma idéia e o outro que está destinado a recebê-la.

Também no primeiro capítulo, demonstramos as características da propaganda comunista e como o Realismo Socialista compôs o universo construtivo dessa propaganda. Em seguida, vislumbramos a propaganda cubana, definindo as suas principais especificidades. Sustentados por essas bases teóricas, concordamos com Lincoln Cushing e Gary Yanker, que afirmam que os cartazes cubanos possuem grande variação temática e experimentação artística que os distanciam da ortodoxia cultural dos regimes socialistas na URSS e na China. Os artistas cubanos inovaram em estilos, cores e abordagem temática, e essa criatividade adaptada aos elementos da cultura cubana, não deixa de ser surpreendente. Entretanto, verificamos que esses cartazes não estão

²²⁷ Cf. p. 34 dessa dissertação.

completamente alheios à padronização proposta pelo Realismo Socialista. É perceptível a predominância da cor vermelha e de suas tonalidades derivadas, ora representando o comunismo, ora o derramamento de sangue, e o culto a um certo “romantismo revolucionário”, voltado para a mitificação de heróis e para a construção de uma sociedade “melhor” na qual estaria inserido o “homem novo”. Os princípios chamados de *norodnost*, *klassovost*, *ideinost* e *partiinosť*²²⁸ aparecem com frequência nessas peças de propaganda e aproximam-nas da estética do Realismo Socialista.

Ao pensar no discurso expresso nesses cartazes, acreditamos que ele se sustenta na mescla do apelo à emoção e à razão, pois encontramos exemplos nos quais as imagens promovem um elo entre o racional e o emocional de seus espectadores. Nesse sentido, houve a predominância do *método da teoria funcional da comunicação*, exemplificado por Abraham Moles como aquelas frases de impacto e imagens chocantes utilizadas com o intuito de serem absorvidas de forma instantânea e atingirem psicologicamente o destinatário²²⁹. Como *estratégia do desejo*²³⁰, foram aplicados os métodos das associações, de variação e da teoria funcional da comunicação assim classificados por Abraham Moles²³¹. Na maioria das mensagens escritas, os verbos foram empregados na forma imperativa, buscando causar no receptor a idéia de obrigação, de dever em relação à campanha lançada. Muitas palavras foram repetidas, exaustivamente, de formas variadas, procurando a assimilação de cada peça propagandística por parte dos destinatários.

É interessante notar que nesses cartazes destacou-se o formato de *alegoria* ou *metáfora*, principalmente naqueles que buscaram criar um paradoxo entre o bem e o

²²⁸ Cf. p. 38 dessa dissertação.

²²⁹ MOLES, Abraham. *Op. cit.* p. 80-88.

²³⁰ Cf. p. 36 dessa dissertação.

²³¹ Cf. p. 46 e 47 dessa dissertação.

mal; e, também, do formato do *mensageiro anunciado*²³², nos cartazes que se utilizaram da justaposição de símbolos e figuras para compor a sua mensagem. Dentre os emblemas utilizados na propaganda comunista, os que estiveram mais presentes foram os rifles, simbolizando a luta armada, e a águia, representando o imperialismo norte-americano.

Ao iniciar essa pesquisa, tínhamos por objetivo principal estudar os cartazes de propaganda política cubanos a partir da Revolução de 1959 e tentar relacioná-los com a cultura política socialista vigente na ilha. Durante o nosso percurso, surpreendemo-nos ao constatar que as imagens e as mensagens advindas desses cartazes nos revelavam, não somente elementos sobre o contexto político, social e histórico de Cuba, mas, sobretudo, trabalhavam o contexto histórico e representavam culturas políticas de esquerda de países da África, Ásia, América Latina e Oriente Médio. Concluímos, assim, que os cartazes de propaganda interna tiveram por objetivo principal fortalecer e manter o regime castrista em Cuba por meio da doutrinação da população cubana, enquanto os cartazes voltados para o público externo buscaram difundir a Revolução em países subjugados pelo domínio estrangeiro, usando como tática principal o discurso antiimperialista.

Ao deparar com a variedade de situações históricas evidenciadas nesses exemplares, pudemos averiguar que o estudo de imagens veiculadas por propagandas políticas podem esclarecer posições, permanências e modificações de determinados contextos políticos. Também, aprendemos que por meio dessas peças da propaganda cubana, a ideologia e as necessidades históricas uniram-se à utopia e deixaram para a posteridade as imagens de uma Revolução do século XX.

²³² Cf. p. 48 dessa dissertação.

BIBLIOGRAFIA

Fontes Básicas

CUSHING, Lincoln. *¡Revolución! Cuban Poster Art*. San Francisco: Chronicle Books, 2003.

YANKER, Gary. *Prop Art – over 1000 contemporary political posters*. New York: Ed. Darien House, 1972.

<www.lib.berkeley.edu>

<www.ospaaal.com>

Arte, Imagem, Mídia e História

ARVON, Henri. *La Estética Marxista*. Buenos Aires: Ed. Amorrortu, 1970.

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na época de sua reprodutibilidade técnica. *In:*
 BENJAMIN, Walter. *Textos escolhidos: magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil, 2003.

BRAUDEL, Fernand. *Escritos sobre a história*. São Paulo: Perspectiva, 1978.

BREGGS, Asa; BURKE, Peter. *Uma história social da mídia: de Gutemberg à internet*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

BURKE, Peter; PORTER, Roy. *Linguagem, indivíduo e sociedade*. São Paulo: Unesp, 1993.

BURKE, Peter. *Testemunha ocular: história e imagem*. Bauru: EDUSC, 2004.

CÁDIMA, Francisco Rui. *História, tempo e mídia*. Lisboa: Ed. Universidade Nova de Lisboa, 1999.

- CAÑIZAL, Eduardo Peñuela. A retórica e o seu papel na interpretação de imagens. In: BRAGA, José Luiz; PORTO, Sérgio Dayrell; NETO, Antônio Fausto. *A encenação dos sentidos. Mídia, cultura e política*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.
- CAVALLO, Guglielmo; CHARTIER, Roger. *História da leitura no mundo ocidental*. São Paulo: Ática, 1998, v. 1.
- CAVALLO, Guglielmo; CHARTIER, Roger. *História da leitura no mundo ocidental*. São Paulo: Ática, 1999, v. 2.
- CHARTIER, Roger. *A história cultural entre práticas e representações*. Rio de Janeiro: Difel, 1988.
- _____. *Cultura escrita, literatura e história*. São Paulo: Artimed, 1999.
- DARNTON, Robert. *O beijo de Lamourette*. Mídia, cultura e revolução. São Paulo: Cia. das Letras, 1990.
- FELDMAN-BIANCO, Bela; LEITE, Miriam L. Moreira. *Desafios da imagem: fotografia, iconografia e vídeo nas ciências sociais*. Campinas: Ed. Papirus, 2001.
- GOUVERITCH, Jean Paul. *L'imagerie politique*. Paris: Flammarion, 1980.
- JOLY, Martine. *Introdução à análise da imagem*. Campinas: Papirus, 1999.
- KONDER, Leandro. *Os marxistas e a arte*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.
- LE GOFF, Jacques. *Reflexões sobre a história*. São Paulo: Edições 70, 1986.
- MANGUEL, Alberto. *Lendo imagens*. São Paulo: Cia das Letras, 2001.
- MATTELART, Armand. *Comunicação Mundo: história das idéias e das estratégias*. Petrópolis: Editora Vozes, 1999.
- NORA, Pierre. O retorno do fato. In: LE GOFF, Jacques; NORA, Pierre. *História: novos problemas*. Rio de Janeiro: Livraria Francisco Alves, 1974.
- PAIVA, Eduardo França. *História e imagens*. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.
- PANOFSKY, Erwin. *Estudos sobre iconologia*. 2ª ed. Madrid: Alianza Editorial, 1976.

- _____. *Significado nas artes visuais*. São Paulo: Perspectiva, 1976.
- PIETROFORTE, Antonio Vicente. *Semiótica Visual – os percursos do olhar*. São Paulo: Contexto, 2004.
- PINTO, Milton José. Semiologia e Imagens. In: BRAGA, José Luiz; PORTO, Sérgio Dayrell; NETO, Antônio Fausto. *A encenação dos sentidos. Mídia, cultura e política*. Rio de Janeiro: Diadorim, 1995.
- SANTAELLA, Lúcia. *A teoria geral dos signos: como linguagens significam coisas*. São Paulo: Pioneira, 2000.
- THOMPSON, John B. *Ideologia e cultura moderna: teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa*. Petrópolis: Editora Vozes, 1990.
- TODOROV, Tzvetan. *Simbolismo e interpretação*. Lisboa: Edições 70, 1980.
- WILLIAMS, Raymond. *Cultura*. São Paulo: Paz e Terra, 1992.

História, Memória e Cultura Política

- ACHUGAR, Hugo. *Derechos de memoria: nación e independencia en América Latina*. Montevideo: Ed. da FHCE de la Universidad de la República, 2003.
- BERSTEIN, Serge. A cultura política. In: RIOUX, Jean-Pierre; SIRINELLI, Jean-François. *Para uma História Cultural*. Lisboa: Editorial Estampa, 1998.
- BOBBIO, Norberto; MATTEUCCI, Nicola; PASQUINO, Gianfranco. *Dicionário de Política*. Brasília: L.G.E & Editora UNB: 2004, vol. 1 e2.
- DAVALLON, Jean. A imagem, uma arte de memória?. In: ORLANDI, Eni (org.). *Papel da memória*. Campinas: Pontes, 1999.
- FERRO, Marc. *Os tabus da história*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2003.
- HALBWACCS, Maurice. *Memória Coletiva*. São Paulo: Ed. Revista dos Tribunais, 1990.

- HARTOG, François; REVEL, Jacques. *Les usages politiques du passé*. Paris: Éd. de l'EHESS, « Enquête », n°1, 2001.
- HUYSSSEN, Andreas. *Seduzidos pela memória*. Rio de Janeiro, Aeroplano: 2000.
- LAZAR, Marc. Forte et fragile, immuable et changeante... La culture politique communiste. In: BERSTEIN, Serge. *Les cultures politiques en France*. Paris: Éditions du Seuil, 1999.
- LE GOFF, Jacques. *História e memória*. Campinas: Editora da Unicamp, 1996.
- LENHARO, Alcir. *A sacralização da política*. Campinas: Editora Papirus, 1986.
- MATOS, Olgária Chain Féres. Tardes de maio. In: *Tempo Social – Rev. Sociologia da USP*, São Paulo, vol. 10, n.2, outubro de 1998.
- MOTTA, Rodrigo Patto Sá. *Em guarda contra o “perigo vermelho”: o anticomunismo no Brasil (1917-1964)*. São Paulo: Perspectiva/FAPESP, 2002.
- RICOEUR, Paul. *La mémoire, l'histoire, l'oubli*. Paris: Seuil, 2003.
- TODOROV, Tzvetan. *Les abus de la mémoire*. Paris: Arléa, 1998.

Cartazes e Propaganda Política

- BARNICOAT, John. *Los carteles – su historia y lenguaje*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1976.
- BELMIRO, Arnaldo. *Silk-screen*. Rio de Janeiro: Tecnoprint, 1987.
- CAPELATO, Maria Helena R. *Multidões em Cena. Propaganda Política no Varguismo e no Peronismo*. Campinas: Papirus, 1998.
- _____ Propaganda política e controle dos meios de comunicação. In: PANDOLFI, Dulce (org.). *Repensando o Estado Novo*. Rio de Janeiro: FGV, 1999.
- CLARK, Nick. *Duotones, tritones and quadtones: a complete visual guide to enhancing two, three and four color images*. San Francisco: Chronicle Books, 1997.

- CLARK, Toby. *Art and propaganda in twentieth century*. Nova York: Ed. Harry N. Abrams, 1997.
- CHOMSKY, Noam. *A manipulação do público: política e poder econômico no uso da mídia*. São Paulo: Futura, 2003.
- CLEWS, John. *As técnicas de propaganda comunista*. Rio de Janeiro: O Cruzeiro, 1966.
- DOMENACH, Jean-Marie. *A propaganda política*. São Paulo: Ed. Difusão Européia do Livro, 1955.
- ENEL, F. *El cartel: lenguaje, funciones, retórica*. Valencia: Fernando Torres, 1974.
- FELDMAN, Edmund Burke. *Art as image and idea*. Nova Jersey: Ed. Prentice-Hall, 1967.
- GALLO, Max. *The poster in history*. Nova York: W.W. Norton & Company, 2003.
- MOLES, Abraham. *O cartaz*. São Paulo: Perspectiva, 1978.
- RICKARDS, Maurice. *Posters of protest and revolution*. Nova York: Walker, 1968.
- STERMER, Dugald; SONTAG, Susan. *The art of revolution*. Nova York: McGraw-Hill Book, 1970.
- WEILL, Alai. *L'affiche dans le monde*. Paris: Somogy, 1984.

Revolução Cubana e marxismo/comunismo/socialismo

- AGGIO, Alberto. Repensando o sentido da rebeldia na Revolução Cubana. In: *Estudos de História* - Revista do Curso de Pós-Graduação em História, UNESP-Franca/SP, v. 7, n.2, 2000, p. 215-229.
- ALFONSO, Haroldo Dilla. Cuba: significado e importância das mudanças. In: *Política Externa*, São Paulo, vol. 7, n.2, set.1998, p. 127-146.

- BAGGIO, Kátia Gerab. Reflexões sobre o nacionalismo em perspectiva comparada: as imagens da nação no México, Cuba e Porto Rico. *In:Varia Historia*. Belo Horizonte, n. 28, dez. 2002, p.39-54.
- BALARI, Eugenio R. *Cuba: la revolución acosada?* Ciudad de México: Ed. Fondo de Cultura Económica, 1992.
- BAMBIRRA, Vania. *A Revolução Cubana – uma reinterpretação*. Coimbra: Ed. Centelha, 1975.
- BANDEIRA, Luiz Alberto Moniz. *De Martí a Fidel: a Revolução Cubana e a América Latina*. . Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1998.
- BANDEIRA, Antonio Rangel. *Sombras no paraíso*. Rio de Janeiro: Record, 1994.
- BETTO, Frei. *Fidel e a religião*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- CARVALHO, Eugênio Rezende de. *José Martí e o centenário da independência cubana (1898-1998)*. Vitória: Anais Eletrônicos do III Encontro da ANPHLAC, 2000.
- CASTAÑEDA, Jorge G. *Che Guevara: a vida em vermelho*. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.
- CASTRO, Claudia Gomes de. *Imprensa Vermelha: A informação da ilha de Fidel*. Monografia (Conclusão de Curso de Graduação em Jornalismo). Belo Horizonte, Centro Universitário de Belo Horizonte, 2001.
- COGGIOLA, Osvaldo (org). *Revolução Cubana: história e problemas atuais*. São Paulo: Editora Xamã, 1998.
- COOPER, Marc. Capitalismo e comunismo em Cuba. *In: Política Externa*. São Paulo/USP: vol. 5, n. 2, set. 1996, p. 49-58.
- CUMERLATO, Corinne; ROUSSEAU, Denis. *A ilha do doutor Castro*. São Paulo: Peixoto Neto, 2001.

- DEBRAY, Régis. *A revolução na revolução*. São Paulo: Centro editorial latino americano, [s.d].
- FERNANDES, Florestan. *Da guerrilha ao socialismo: a Revolução Cubana*. São Paulo: T.A. Queiroz Editor, 1979.
- FERNANDES, Jorge Ney de Souza. Investimentos estrangeiros em Cuba – razões e oportunidades. *In: Política Externa*, São Paulo, vol. 8, n.4, mar/abr/mai de 2000, p. 52-70.
- FORNET-BETANCOURT, Raúl. *El pensamiento de José Martí: estudio introductorio – vida y líneas generales de su pensamiento*. <www.ensayistas.org>
- FRANQUÍ, Carlos. *Retrato de família con Fidel*. Barcelona: Editorial Sexbarral, 1981.
- KONDER, Leandro. *O marxismo na batalha das idéias*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- LÓPEZ SEGRERA, Francisco. *Cuba Cairá?* Petrópolis: Vozes, 1995.
- MARX, Karl. *Liberdade de imprensa*. Porto Alegre: Editora L&PM, 2001.
- MISKULIN, Sílvia. *Cultura ilhada: imprensa e Revolução Cubana (1959/1961)*. São Paulo: FAPESP/Xamã, 2003.
- _____ *Os intelectuais cubanos e a política cultural da Revolução (1961-1975)*. São Paulo: Departamento de História – FFLCH-USP (Tese de Doutorado), 2005.
- MORAES, Denis de. *O imaginário vigiado: a imprensa comunista e o realismo socialista no Brasil (1947-53)*. Rio de Janeiro: Ed. José Olympio, 1994.
- MORAES, Fernando. *A ilha: um repórter brasileiro no país de Fidel Castro*. São Paulo: Alfa-Omega Editora, 1978.
- PERERA PEREZ, Maricela. Vida cotidiana, crise e reajuste cubano nos anos 90. *In: Psicologia e Sociedade*, São Paulo, vol. 11, n.1, jan/jun 1999, p. 67-79.

PIERRE-CHARLES, Gérard. *Génesis de la Revolución Cubana*. México: Siglo XXI, 1991.

PIPES, Richard. *Comunismo*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2002.

SCHNAIDERMAN, Eric. *Os escombros e o mito: a cultura e o fim da URSS*. . São Paulo: Cia das Letras, 1997.

STRADA, Vittorio. Do realismo socialista ao zhdanovismo. *IN: HOBBSAWM, Eric. O marxismo na época da Terceira Internacional: problemas da cultura e da ideologia*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1987, vol. IX.

América Latina

AGGIO, Alberto. *Democracia e socialismo: a experiência chilena*. São Paulo: Annablume, 2002, 2ª ed.

ARICÓ, José. *Marx e a América Latina*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

BAGGIO, Kátia Gerab. *A questão nacional em Porto Rico: o Partido Nacionalista (1922-1954)*. São Paulo: Annablume/FAPESP, 1998.

_____ ; RESENDE, M. Angélica. *A Rebelião de Túpac Amaru*. São Paulo: Editora Brasiliense, 1987.

BARSOTTI, Paulo; PERICÁS, Luiz Bernardo (orgs). *América Latina: histórias, idéias e revolução*. São Paulo: Editora Xamã, 1999.

BEIRED, José Luís Bendicho. Revolução e Cultura Política na América Latina. In: DAYRELL, Eliane Garcindo & IOKOI, Zilda Márcia Gricoli (orgs.). *América Latina Contemporânea: desafios e perspectivas*. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura; São Paulo: EDUSP, 1996 (Col. “América: raízes e trajetórias”, 4), p. 437-444.

- CAETANO, Gerardo; RILLA, José Pedro. *Breve historia de la dictadura, 1973-1985*. Montevideo: Centro Latinoamericano de Economía Humana/Ediciones de la Banda Oriental, 1987.
- CASTAÑEDA, Jorge G. *Utopia desarmada: intrigas, dilemas e promessas da esquerda latino-americana*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.
- CHOMSKY, Noam. *O que o Tio Sam realmente quer*. Brasília: Ed. da UNB, 1999.
- _____. *América Latina*. Madrid: Ed. Cátedra, 2003.
- COGGIOLA, Osvaldo (org). *América Latina: encruzilhadas da história contemporânea*. São Paulo: Editora Xamã, 2003.
- DUTRÉNIT, Silvia. *El Salvador: una historia breve*. Ciudad de México: Nueva Imagem, 1988.
- FERRO, Marc. *O Ocidente diante da Revolução Soviética*. São Paulo: Brasiliense, 1980.
- GALEANO, Eduardo. *As veias abertas da América Latina*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.
- GARCÍA, Juan Monroy. *Los partidos políticos y la democracia en Nicaragua*. In: *Coatepec/Universidad Autonoma de México*, Toluca, vol. 3, n. 5, jul/dez de 2003, p. 115-130.
- HOBBSAWM, Eric J. *Ensaio contemporâneos*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- _____. *Nações e nacionalismo desde 1780*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2002.
- MOYA PONS, Frank. *Breve Historia Contemporânea de República Dominicana*. Ciudad de México: Ed. Fondo de Cultura Económica, 1999.
- MORSE, Richard M. *O espelho de Próspero: cultura e idéias nas Américas*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

- PEASE, Franklin. *Breve historia contemporánea del Perú*. Ciudad de México: Ed. Fondo de Cultura Económica, 1995.
- PORTANTIERO, Juan Carlos. O marxismo latino-americano. *In: HOBSBAWM, Eric J. (org.). História do Marxismo*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1985, vol. 11, p. 333-357.
- PRADO, Maria Ligia Coelho. *Esperança radical e desencanto conservador na Independência da América Espanhola*. Assis: *História*, Ed. UNESP, 2003, v. 22, n. 2, p. 15-34.
- RODRIGUES, Elizondo, J. *Crisis y renovación de las izquierdas – de la Revolución Cubana a Chiapas, pasando por el caso chileno*. Santiago: Editorial Andrés Bello, 1995.
- SACRANTON, Margaret E. The Noriega years: US-Panamá relations, 1981-1990. *In: Journal of Interamerican Studies and World Affairs*. Miami, vol. 34, n. 2, 1992, p. 185-189.
- TORRES, Carlos Alberto. Estado, educación no formal y socialismo en Cuba, Nicaragua y Granada. *In: Desarrollo Económico*, Buenos Aires, vol. 31, n°124, jan/mar de 1992, <www.educ.ar/educar/superior/biblioteca_digital>.
- TOURAINÉ, Alain. *Palavra e sangue: política e sociedade na América Latina*. São Paulo: Trajetória Cultural; Campinas: Editora da Unicamp, 1989.
- VINCENT, Andrew. *Ideologias Políticas Modernas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1995.
- WEINSTEIN, Brian; SEGAL, Aaron. *Haiti: the failure of politics*. Nova York: Praeger Publishers, 1992.
- ZEA, Leopoldo (compilador). *Fuentes de la cultura latinoamericana*. México: Fondo de Cultura Económica: 1993, 3 vol.

Ásia, África e Oriente Médio

- AKCELRUD, Isaac. *O Oriente Médio*. Campinas: Ed. da UNICAMP, 1992.
- AL-HOUT, Bayan Nuwayhed; HUT, Nayan Nuwayhid. *Sabra and Shatila*. Michigan: Michigan University Press, 2004.
- ALPEROVITZ, Gar. Hiroshima: Historians Reassess. *In: Foreign Policy*, Washington, n. 99, 1995, p. 15-34.
- BIRMINGHAM, David. Angola. *In: CHABAL, Patrick. A History of Postcolonial Lusophone África*. Bloomington: Indiana University Press, 2002, p. 137-184.
- CAULLIRAUX, Heitor Biolchini. *Hiroshima 45 – O grande golpe*. Rio de Janeiro: Ed. Lucerna, 2005.
- CHOMSKY, Noam; HERMAN, Edward S. *Banhos de sangue*. São Paulo: Difel, 1976.
- EVANS, Graham. South Africa in Remission: The Foreign Policy of an Altered State. *In: Journal of Modern African Studies*, Lancaster, vol. 34, n. 2, jun. de 1996, p. 249-269.
- FRINGS, Viviane K. Rewriting Cambodian History to 'Adapt' It to a New Political Context: The Kampuchean People's Revolutionary Party's Historiography (1979-1991). *In: Modern Asian Studies*, Nova York, vol. 31, n. 4, out. de 1997, p. 807-846.
- GREY, Jeremy. Urban Management, Local Government Reform and the Democratisation Process in Mozambique: Maputo City 1975-1990. *In: Journal of Southern African Studies*, Nova York, vol. 21, n. 1, março de 1995, p. 147-164.
- MILLETT, Allan R. Introduction to the Korean War. *In: Journal of Military History*, Lexington, vol. 65, n. 4, out. de 2001, p. 921-935.

- O'BALLANCE, Edgar; HOUNGNIKPO, Mathurin C. The Congo-Zaire Experience, 1960-98. *In: African Studies Review*, New Brunswick, vol. 43, n. 3, dez. de 2000, p. 195-196.
- OLIC, Nelson Bacic. *Oriente Médio: uma região de conflitos*. São Paulo: Moderna, 1992.
- OREN, Michael. *Seis dias de guerra*. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004.
- PALMER, Robin. Land Reform in Zimbabwe, 1980-1990. *In: African Affairs*, Boston, vol. 89, n. 355, abril de 1990, p. 163-181.
- PETEET Julie. From Refugees to Minority: Palestinians in Post-War Lebanon. *In: Middle East Report*, Washington, n. 200, julho-set. 1996, p. 27-30.
- RASKIN, Marcus. JFK and the Culture of Violence. *In: American Historical Review*, Washington, vol. 97, n. 2, abril de 1992, p. 486-499.
- UYS, Stanley. Namíbia: the socialist dilemma. *In: African Affairs*, Boston, vol. 81, n. 325, out. de 1982, p. 569-576.

CLAUDIA GOMES DE CASTRO

IMAGENS DA REVOLUÇÃO CUBANA

Os cartazes de propaganda política do Estado socialista

(1960 – 1986)

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em História da Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em História.

Departamento de História.

Linha de Pesquisa: História e Culturas Políticas.

Orientadora: Profa. Dra. Kátia Gerab Baggio.

UFMG

BELO HORIZONTE

2006

TOMO II

ANEXOS

PROPAGANDA INTERNA

1 - Datas Comemorativas



Cartaz 1: Autor desconhecido, 1963.



Cartaz 2: Autor desconhecido, 1965.



Cartaz 3: Faustino Pérez, 1986.

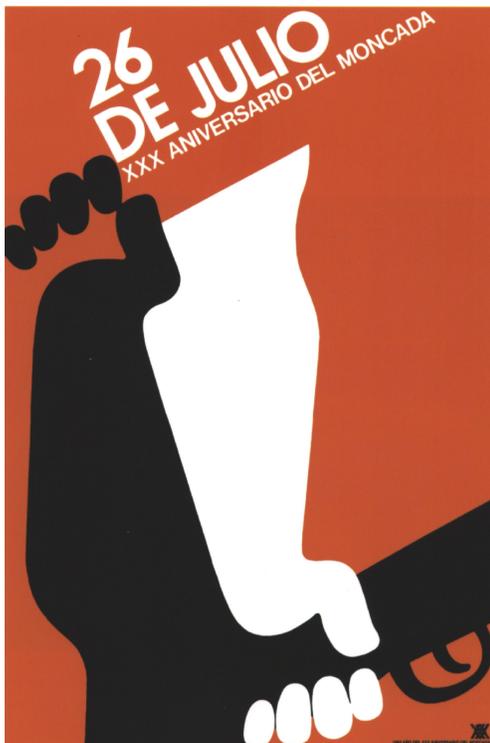
1.1 - Espetacularização do episódio de Moncada



Cartaz 4: Félix Beltrán, 1970.



Cartaz 5: René Mederos, 1973.



Cartaz 6: Faustino Pérez, 1983.



Cartaz 7: Autor desconhecido, 1983.

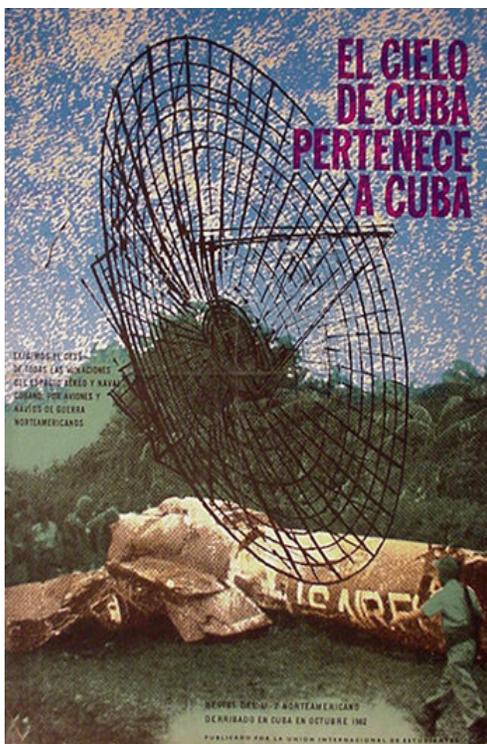
1.2 – Girón



Cartaz 8: Autor e data desconhecidos.



Cartaz 9: Editora Política, data desconhecida.



Cartaz 10: Autor desconhecido, 1962.



Cartaz 11: Autor desconhecido, 1969.

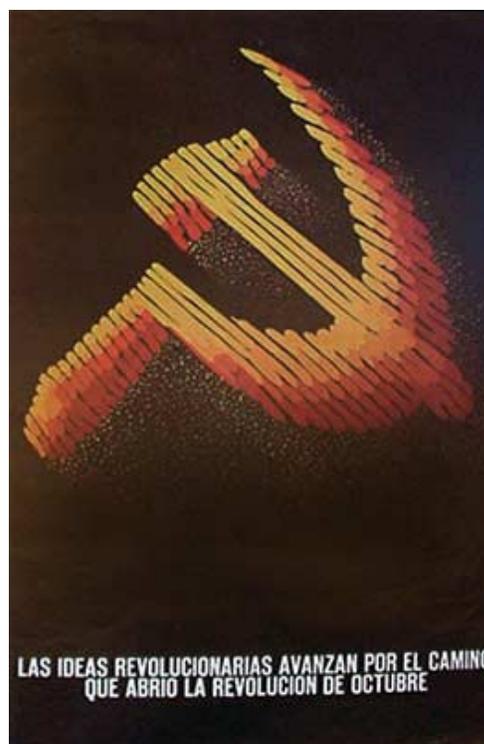


Cartaz 12: Autor desconhecido, 1972.

1.3 – Eventos internacionais

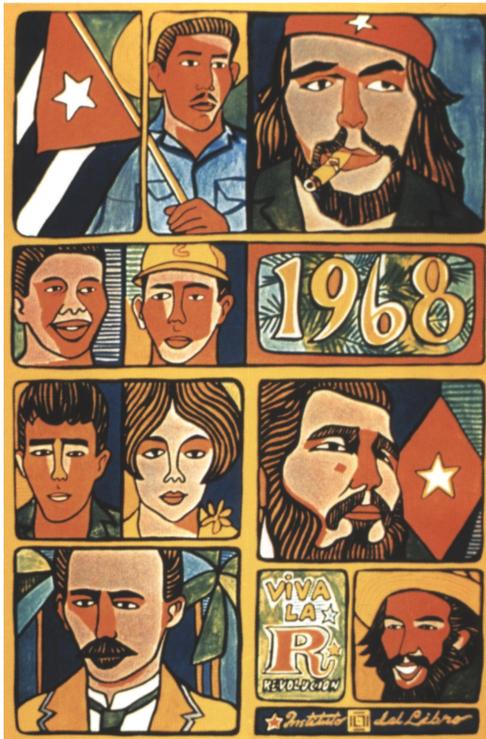


Cartaz 13: Antonio Pérez, 1975.

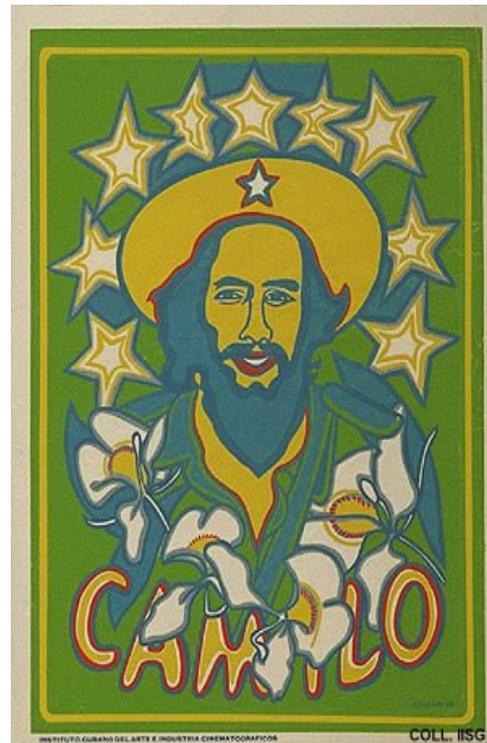


Cartaz 14: Autor e data desconhecidos.

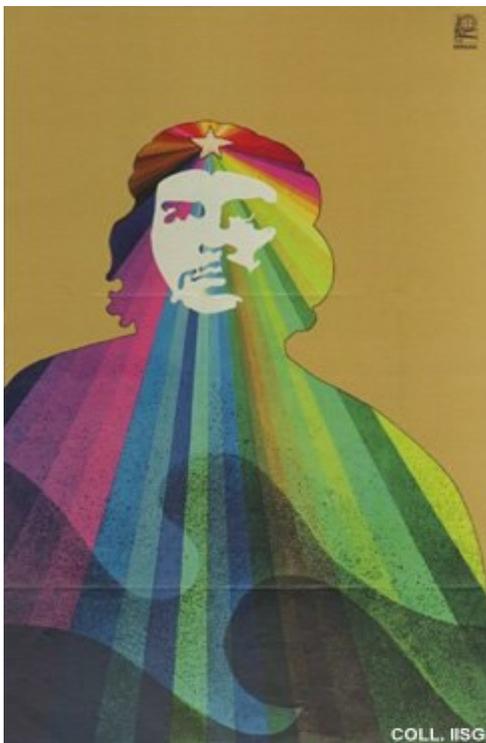
2 – Os mitos e heróis da Revolução



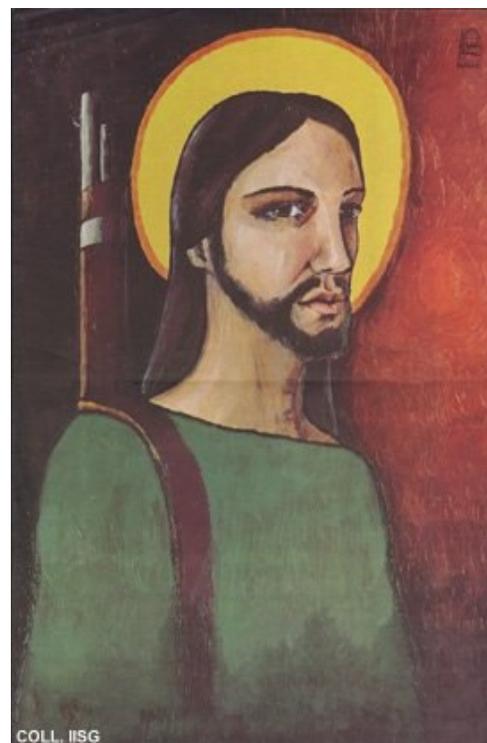
Cartaz 15: Raúl Martínez, 1968.



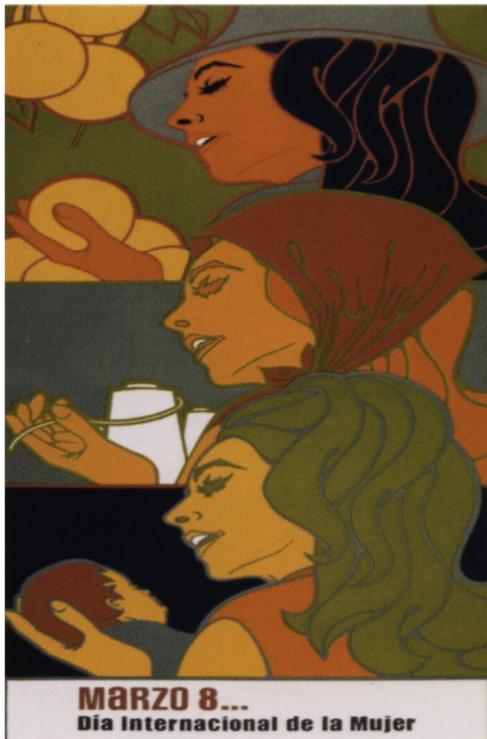
Cartaz 16: Raúl Martínez, 1968.



Cartaz 17: Alfredo Rostgaard, 1969.



Cartaz 18: Alfredo Rostgaard, 1969.



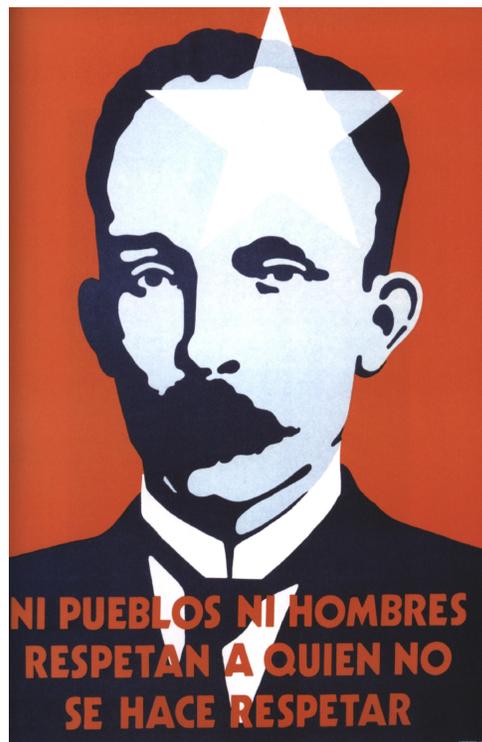
Cartaz 19: Heriberto Echeverría, 1971.



Cartaz 20: Heriberto Echeverría, 1972.

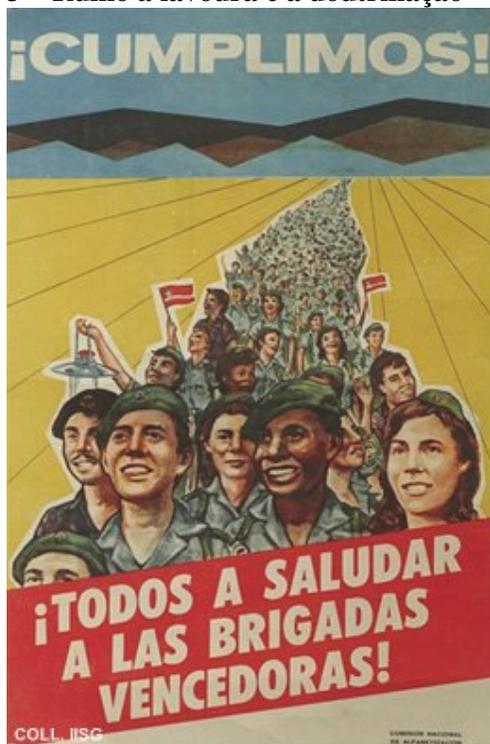


Cartaz 21: Juan Antonio Gómez, 1983.

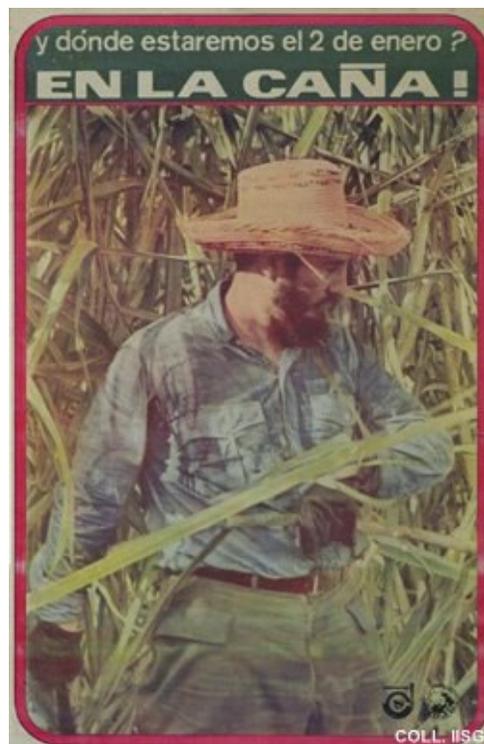


Cartaz 22: René Mederos, 1985.

3 – Rumor à lavoura e à doutrinação



Cartaz 23: Autor desconhecido, 1961.



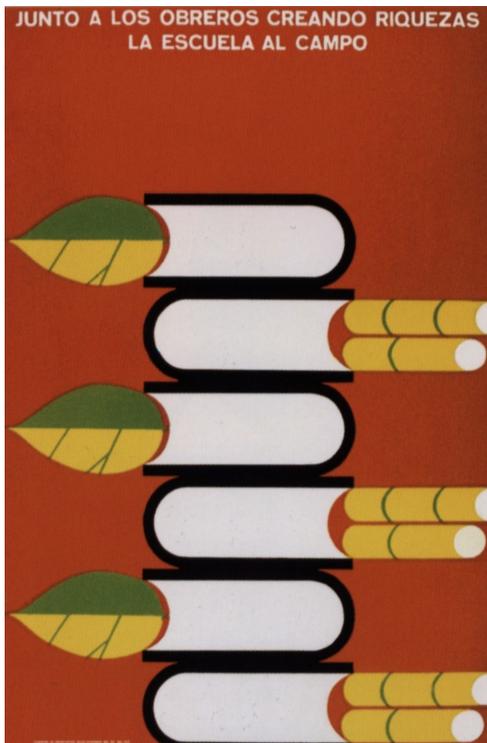
Cartaz 24: P. Rodríguez, 1970.



Cartaz 25: Gladys Acosta, 1971.



Cartaz 26: René Mederos, 1971.



Cartaz 27: Estela Díaz, 1972.



Cartaz 28: Juan Antonio Gómez, 1983.



Cartaz 29: Juan Antonio Gómez, 1984.



Cartaz 30: Juan Antonio Gómez, 1983.

4 – Educação, esporte, cinema, saúde, economia e controle social



Cartaz 31: René Mederos, 1971.



Cartaz 32: Autor e data desconhecidos.



Cartaz 33: Eduardo Murín, 1973.



Cartaz 34: Alfredo Rostgaard, 1969.



Cartaz 35: Faustino Pérez, 1971.



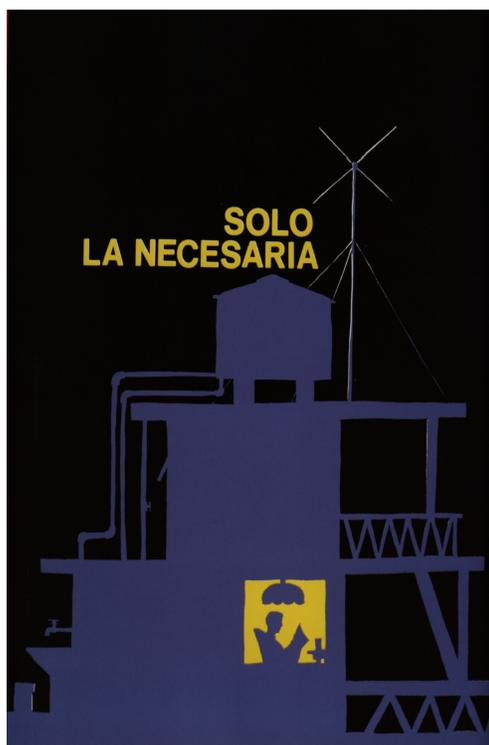
Cartaz 36: Daysi García, 1970.



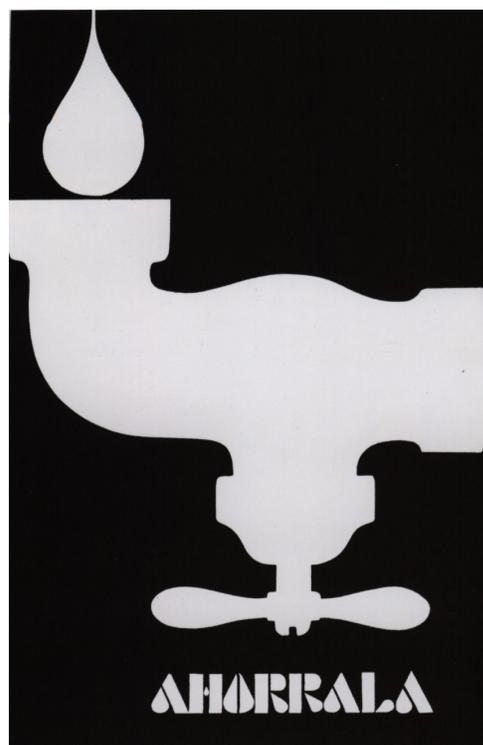
Cartaz 37: Ernesto Padrón, 1970.



Cartaz 38: Editora Política, década de 70.

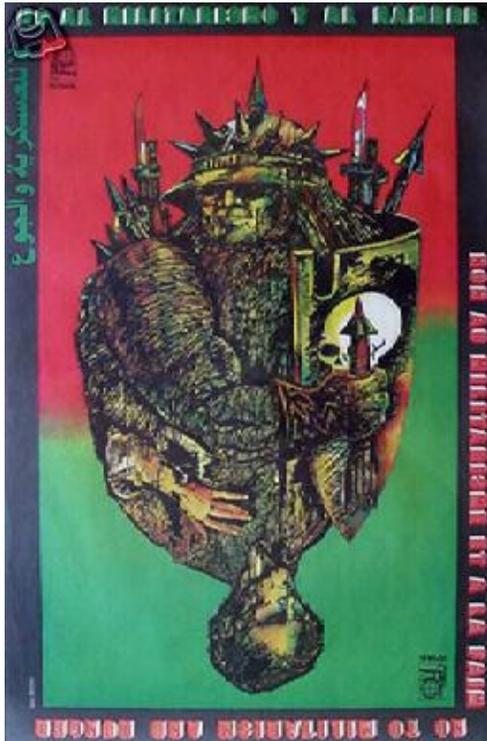


Cartaz 39: Humberto Trujillo, 1981.



Cartaz 40: Faustino Pérez, 1983.

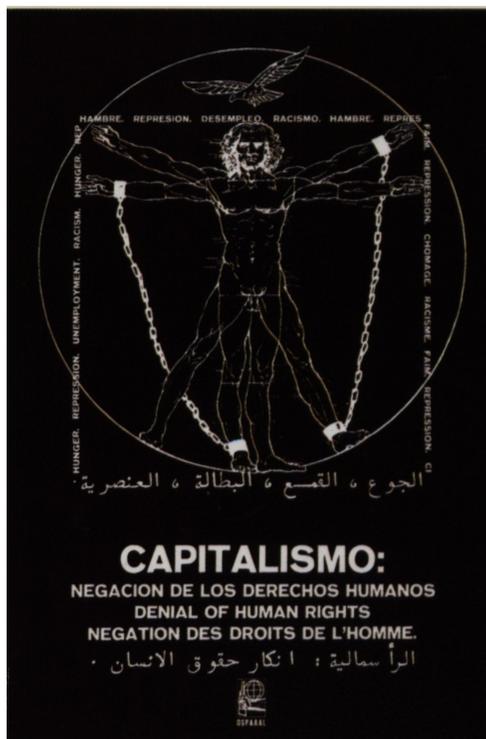
PROPAGANDA EXTERNA



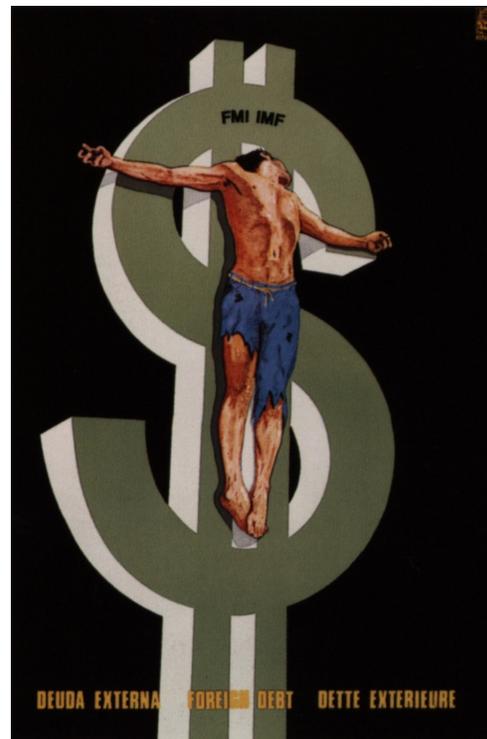
Cartaz 41: Alfredo Rostgaard, 1969.



Cartaz 42: Humberto Trujillo, 1973.



Cartaz 43: Rafael Enríquez, 1977.



Cartaz 44: Rafael Enríquez, 1983.

1 – América Latina



Cartaz 45: Tony Évora, 1964.



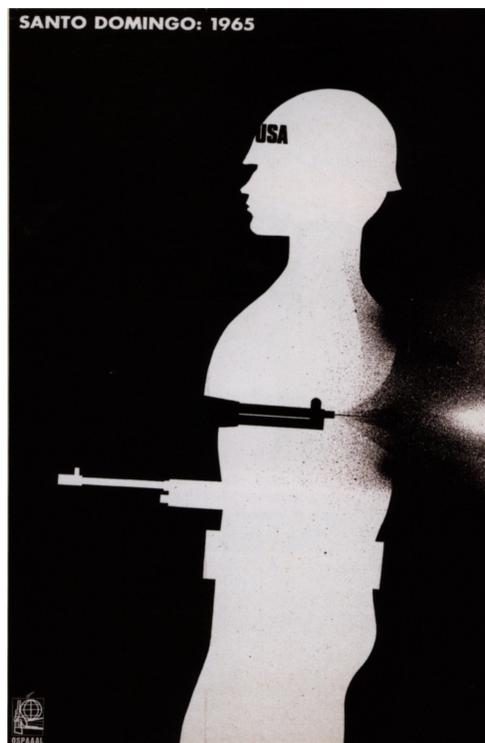
Cartaz 46: Autor desconhecido, 1967.



Cartaz 47: Autor desconhecido, 1967.



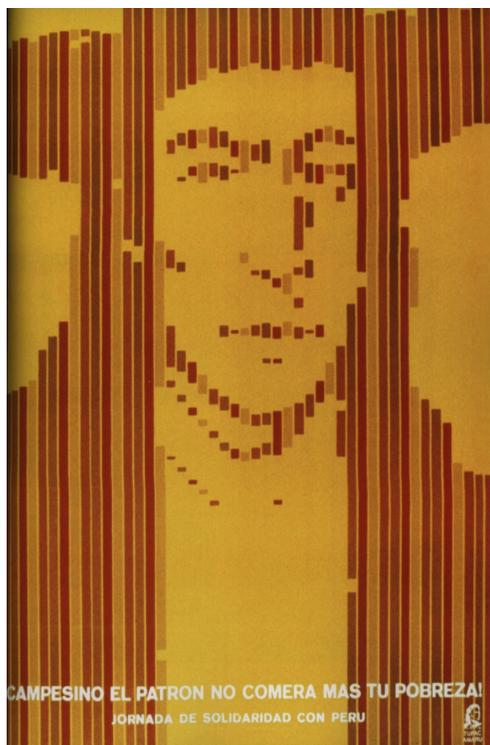
Cartaz 48: Autor desconhecido, 1968.



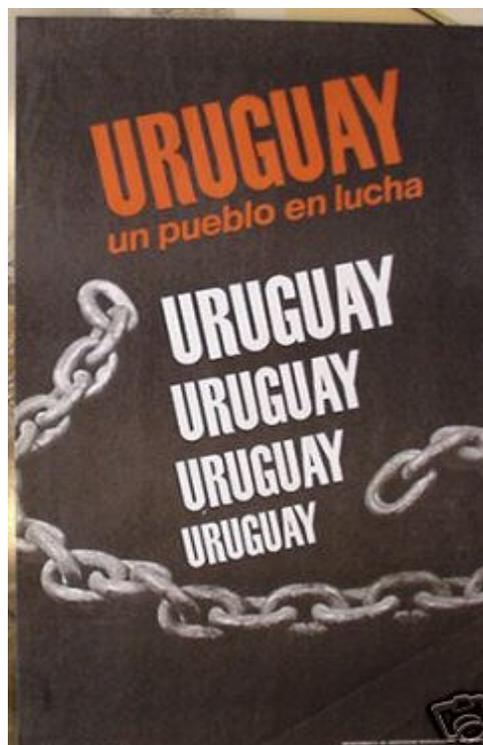
Cartaz 49: Autor desconhecido, 1970.



Cartaz 50: Rolando Córdoba, 1973.



Cartaz 51: Autor desconhecido, 1976.



Cartaz 52: Sandoval, 1978.



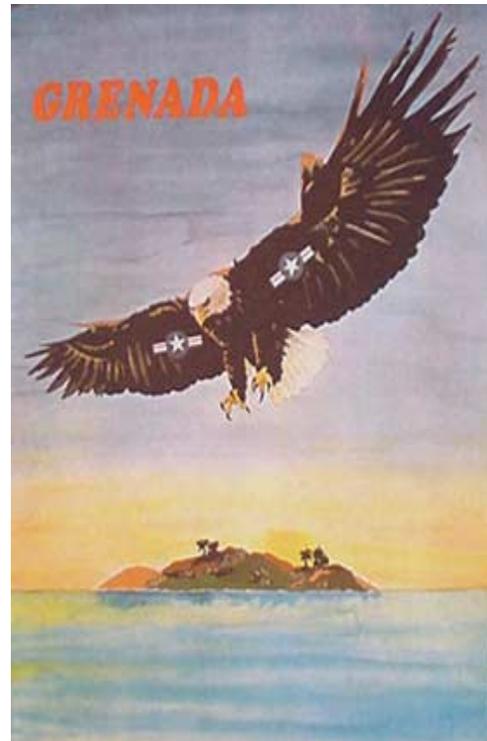
Cartaz 53: Rafael Enríquez, 1980.



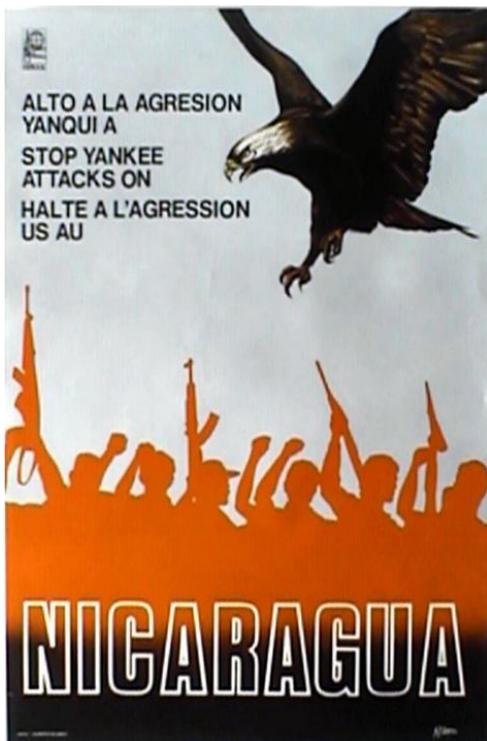
Cartaz 54: Rafael Enríquez, 1981



Cartaz 55: René Cárdenas, 1983.



Cartaz 56: Rafael Enríquez, 1984.

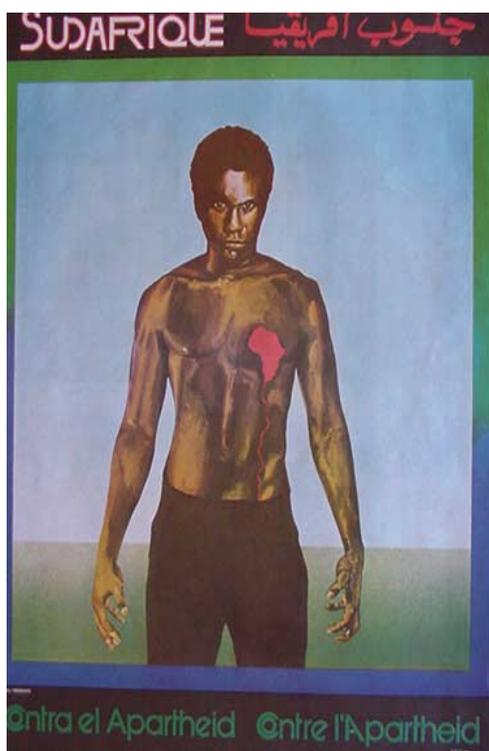


Cartaz 57: Alberto Blanco, 1985.

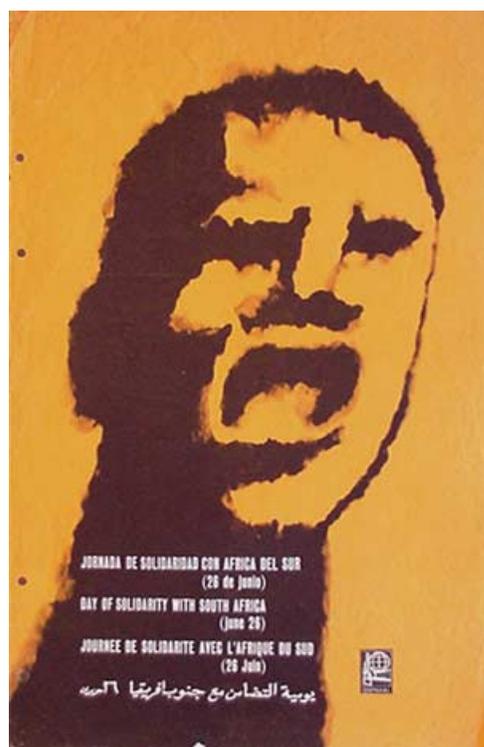


Cartaz 58: Alberto Blanco, 1989.

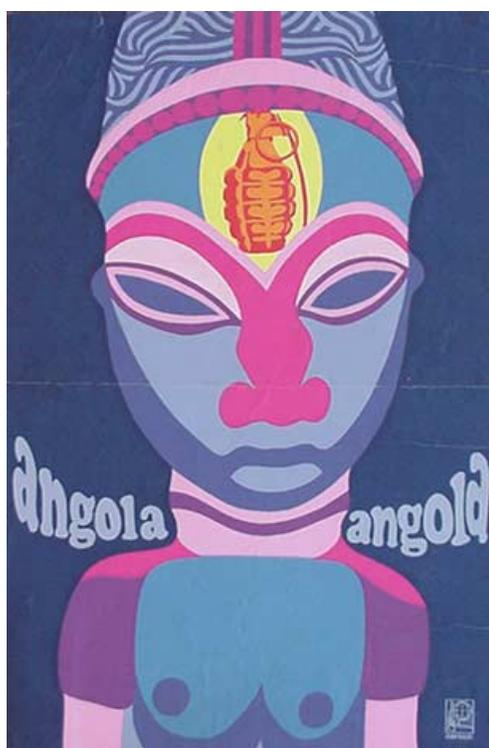
2 – África



Cartaz 59: Daysi García, 1969.



Cartaz 60: Antonio Fernández, 1972.



Cartaz 61: Daysi García, 1969.



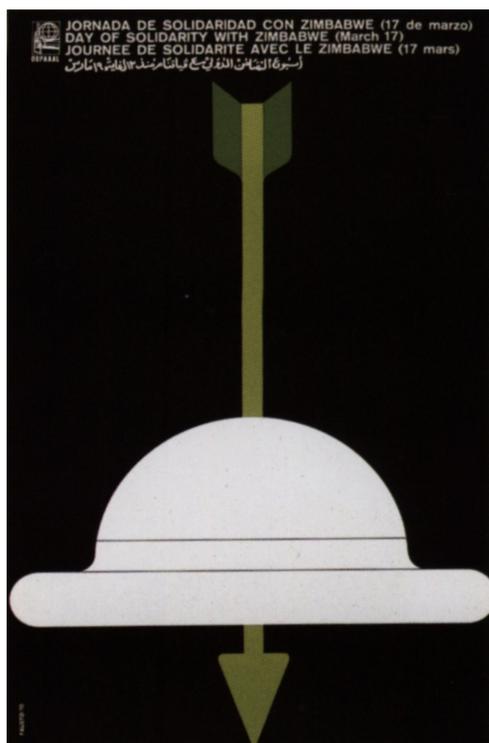
Cartaz 62: Rafael Morante, 1973.



Cartaz 63: Alfredo Rostgaard, 1972.



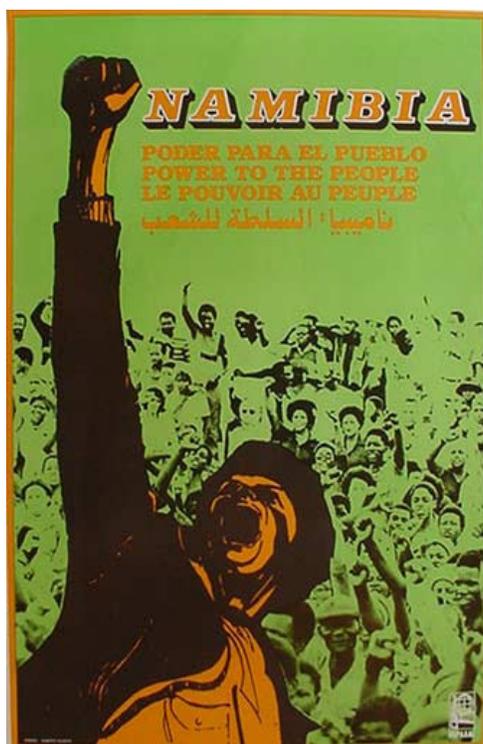
Cartaz 64: Rafael Enríquez, 1981.



Cartaz 65: Faustino Pérez, 1970.

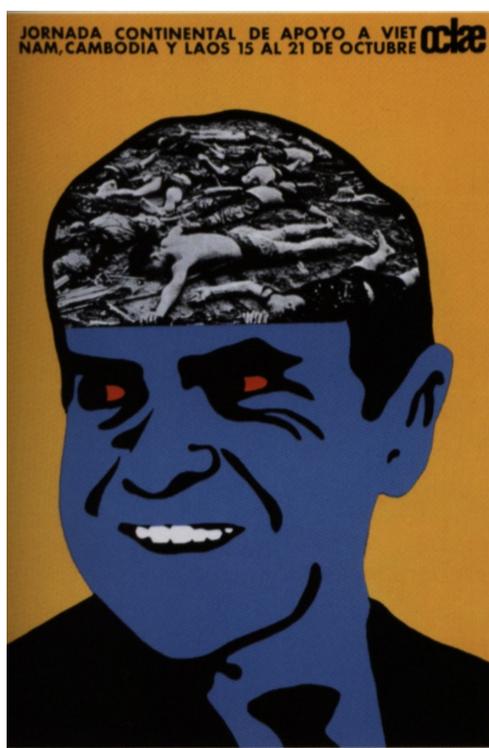


Cartaz 66: Olivio Martínez, 1973.



Cartaz 67: Alberto Blanco, 1981.

3 – Ásia



Cartaz 68: Luis Balaguer, 1969.



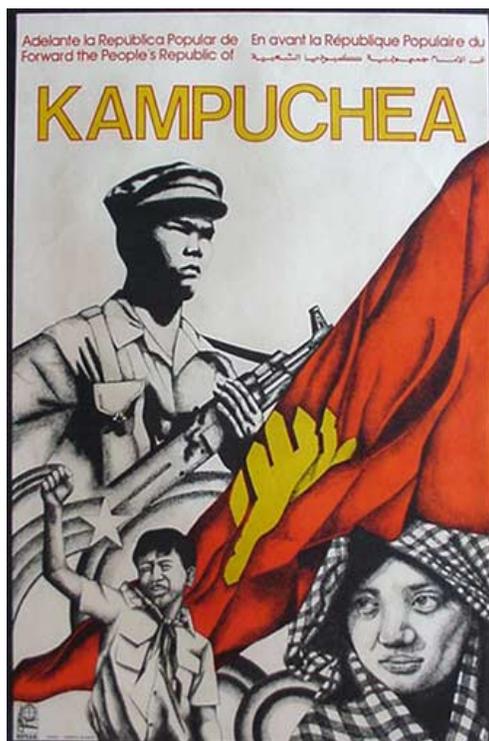
Cartaz 69: René Mederos, 1971.



Cartaz 70: René Mederos, 1970.



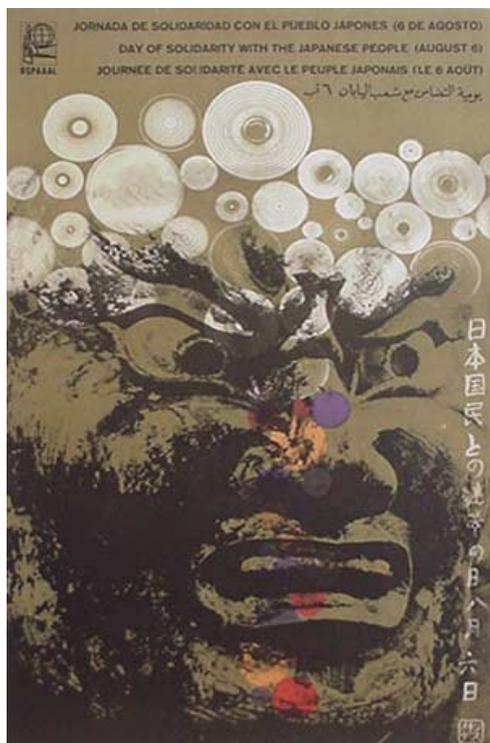
Cartaz 71: Olívio Martínez, 1974.



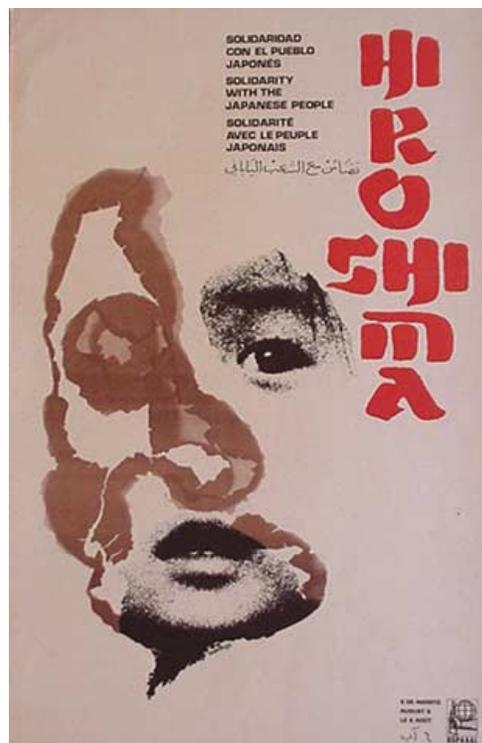
Cartaz 72: Rafael Morante, 1982.



Cartaz 73: Olívio Martínez, 1973.

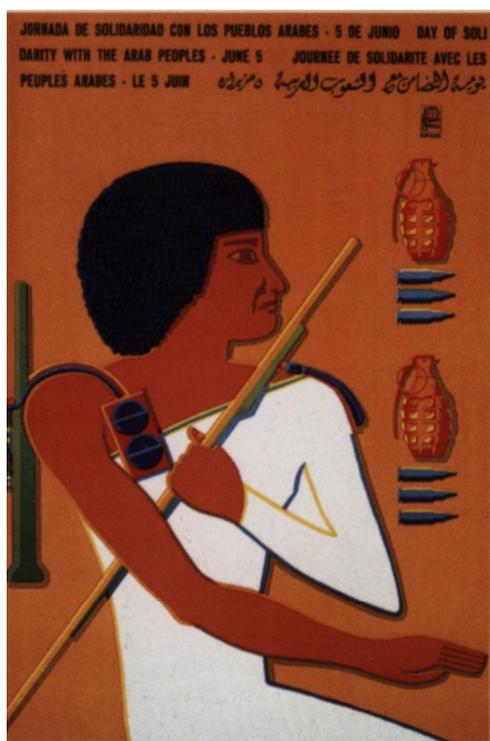


Cartaz 74: Guillermo Menéndez, 1969.

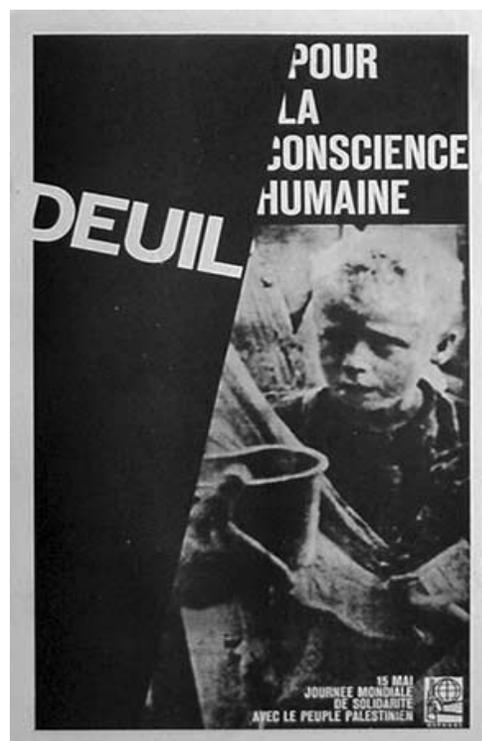


Cartaz 75: Daniel García, 1972.

4 – Oriente Médio



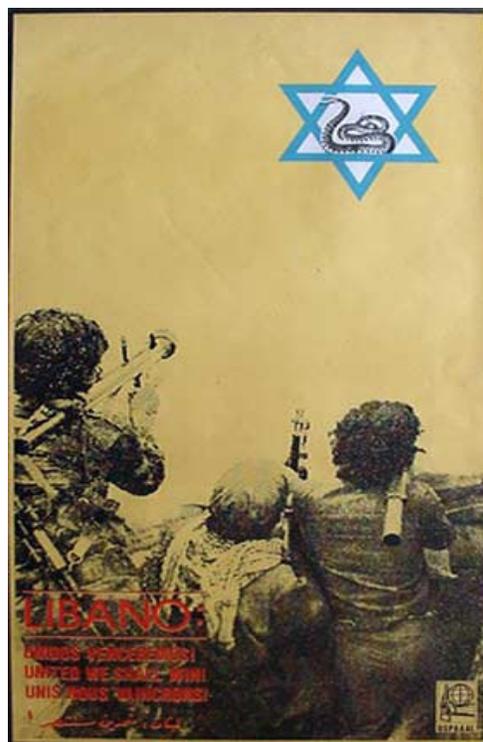
Cartaz 76: Berta Abelenda, 1968.



Cartaz 77: Autor Desconhecido, 1967.



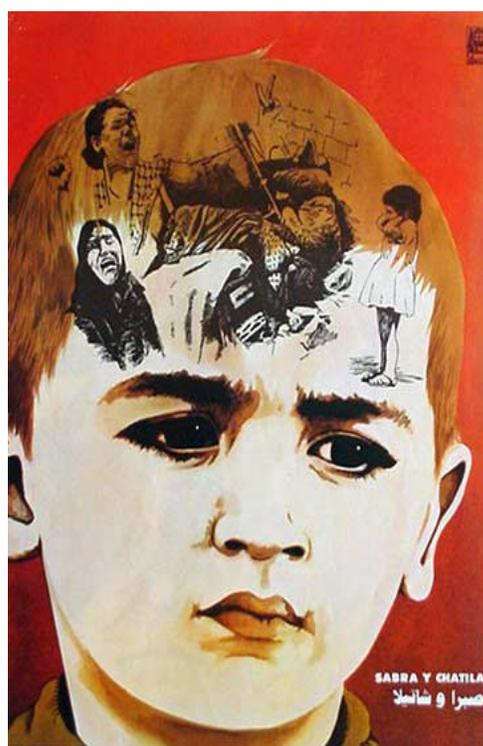
Cartaz 78: Rafael Morante, 1982.



Cartaz 79: Victor Manuel Navarrete, 1980.



Cartaz 80: Rafael Enríquez, 1983.



Cartaz 81: Rafael Enríquez, 1983.