

Jędrzej Kotarski

Grafi ti en América Latina. Caso de Cuba – murales de propaganda

Sztuka Ameryki Łacińskiej Arte de la América Latina 3, 159-175

2013

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

Grafiti en América Latina. Caso de Cuba – murales de propaganda

Jędrzej Kotarski
Universidad de Łódź (UŁ)
Sociedad Polaca de Estudios Latinoamericanos

INTRODUCCIÓN

Cuba es uno de los pocos países latinoamericanos donde el desarrollo del grafiti ha tomado el camino diferente que en otras regiones. Fue resultado de varios factores: el periodo de creación, inspiraciones, evolución, autores y receptores, técnicas y formas aplicadas, temas, condiciones y sitios de aparición, repetición de los temas y también objetivos de comunicación no espontáneos de los autores sino la voz del gobierno central.

Los murales en Cuba aparecieron bastante temprano, después de la revolución del año 1959 (incluso más temprano que en Brasil que fue el líder del grafiti en el continente de América Sur)¹.

Fue el mismo Fidel Castro quien inspiró la creación de los murales. Él ha definido su función de comunicación, su carácter de propaganda, lo que determinó el modo del desarrollo de los murales. Durante más de 50 años, sobre los temas y formas de estas realizaciones decidían los funcionarios de censura. Los autores que estaban de acuerdo con directivas del gobierno recibían todo tipo de ayuda- materiales de pintura y la garantía de sueldos fijos, igual que los tra-

¹ KOTARSKI 2012: 221–242.

bajadores, agricultores y maestros. Algunos de ellos disfrutaban de simpatía y apoyo de las autoridades. Esto es el factor que diferencia tanto la situación de los autores de grafiti en Cuba y en otros países.

En América Latina y prácticamente en todos los países del mundo tiene lugar una lucha constante contra los autores de grafiti, por parte de representantes del orden público que destruyen y eliminan sus trabajos.

Hasta el día de hoy el grafiti progubernamental sigue en Cuba bajo control del poder nacional, aunque desde los cambios del final del siglo XX y principios del siglo XXI apareció una fracción de los grafiteros independientes, especialmente en las ciudades como: Habana, Santiago de Cuba y Holgún.

Este movimiento surgió en colaboración con artistas de izquierda de Brasil, Venezuela y otros países que buscaban su propio camino y la garantía de independencia para evitar las directivas de censura. Las creaciones de este movimiento evitan sin duda temas políticos y sociales de carácter antigubernamental. Se desarrolla verdaderamente durante los talleres y concursos *Cubrazil* financiados por los artistas brasileños.

El grafiti cubano de propaganda después de su época de denominación absoluta en el espacio público, puede ahora desaparecer poco a poco. Por esta razón más importancia tiene documentarlo, definir su carácter y posición en principio de la segunda década del siglo XXI, cuando empieza a competir cada vez más fuerte con el nuevo movimiento artístico.

El propósito de este artículo se basa sobre todo en observaciones y documentación propia del autor, recogida durante el año 2011, un análisis de grafiti de propaganda en Habana y provincia Holgún donde para tomar fotografías tenía que obtener un permiso especial del gobierno local.



[Fig. 1. “*Todo por la Revolución*” con tres héroes de la Revolución. Uno de los grafitis más populares en la isla – Habana, fot. Jędrzej Kotarski.]



[Fig. 2. Grafiti con rostro del Che basado en la famosa fotografía de Corda – Habana, fot. Jędrzej Kotarski.]

1. LAS CAUSAS Y CONDICIONES DE DESARROLLO DE LOS GRAFITI DE PROPAGANDA EN CUBA

El fenómeno de propaganda es una de las específicas formas de comunicación entre las personas que ocupan diferentes funciones sociales y políticas².

El objetivo de un mensaje de propaganda en diferentes formas, también como un grafiti es hacer visible y popular un comunicado importante para una de las partes, a través de los datos transmitidos y repetidos, información y símbolos, presionando y cambiando de ideas del grupo de destinatarios de este mensaje³.

Las raíces de este tipo de actividades de propaganda se pueden encontrar en casi todas culturas antiguas. Cambian por supuesto sus formas y alcance de su función, dependiendo del sitio y tiempo de su aparición. Este término fue utilizado por primera vez en el siglo XVIII en el territorio colonial y se refería a Sacra Congregatio de Propagande Fide⁴ – institución dedicada a la populari-

² OSTROWSKA 1999: 7; KULA 2005: 23.

³ JOWETT, DONELL 1995: 6–7.

⁴ Congregatio pro Gentium Evangelizatione fundada en 1622 por el Papa Gregorio XV, institución de la Iglesia católica dedicada a la obra misionera y las tareas asociadas con la propagación de la fe católica.

zación de las ideas de fe cristiana y las tareas asociadas con la propagación de la fe católica.

Los principios de propaganda moderna están vinculados al desarrollo del sistema totalitario y fascismo, entonces con Rusia Soviética, Italia y Alemania de años 30 del siglo XX⁵.

No hay duda, lo que confirman diversas fuentes, el desarrollo de propaganda de Cuba fue impulsado por Fidel Castro. Él pareció darse cuenta de lo importante que es dar a conocer y difundir una determinada ideología, creencia y ganar el favor de los grupos sociales más amplios para el futuro de su gobierno⁶. Él utilizó el texto que luego fue repetido durante décadas, este definía no solamente el papel de propaganda en la vida de un país sino también como un factor determinante para las actividades de los artistas y desarrollo del arte. “Sin propaganda no hay masas (...) los artistas de revolución y los que no la pertenecen, pueden crear solo dentro de la revolución, contra ella, nunca y nada”⁷.

De este modo el sistema de propaganda cubana y toda la actividad artística fueron formalizados, definidos y centralizados por el artículo 53 de la Constitución. En teoría este artículo trataba sobre los derechos de la libertad de expresión y los medios, en realidad implicaba el control:

A todos los ciudadanos se concede la libertad de palabra y prensa de acuerdo con objetivos de sociedad socialista. Las condiciones de su funcionamiento: radio, televisión, cine y otros medios de comunicación controla el estado. Los medios de comunicación no pueden pertenecer a personas privadas y deben solamente servir a la sociedad de acuerdo con intereses de esta sociedad⁸.

Como la herramienta para controlar y verificar los contenidos destinados a la sociedad, como en otros países de gobiernos totalitarios fue designado especialmente el Departamento Ideológico del Comité Central y Departamento de Orientación Revolucionaria. Al nivel local se creó el Comité de Defensa Revolucionaria, el que se convirtió en un aparato de control vecindario – presente en todas partes del país⁹.

Los murales y los grafiti se convirtieron en una herramienta de propaganda de socialismo: breves inscripciones, dibujos, símbolos puestos en las paredes en lugares con fácil acceso y bien visibles por la gente. Esta parte del espacio público fue especialmente destinada a las actividades de propaganda, es

⁵ MORRE 2010: 18

⁶ KULA 2005: 78.

⁷ CASTRO 1962: 204.

⁸ Constitución 2000 art. 53.

⁹ LA TORRE DÍAZ 1996: 45.

decir, donde siempre manifestaban sus comunicados los grafiteros de todo el mundo. La actividad de los artistas en Cuba de acuerdo con el artículo 35 de la Constitución fue limitada, pero por otro lado, les han confiado una misión especial de propaganda, de promotores del nuevo orden, propagadores del cambio del sistema de capitalismo imperialista a los valores socialistas¹⁰. Para transmitir estos mensajes la más popular y más simple fue la iconografía revolucionaria popularizada a través de los grafiti.



[Fig. 3. Símbolo de la Unión Juvenil Cubana con las palabras “*estudio, trabajo, fusil*” y las cabezas de tres héroes de la Revolución.]



[Fig. 4. La muralla en los suburbios de la Habana con el grafiti “*Combativos, defendiendo el Socialismo*”.]

¹⁰ BLOCH, GAWRYCKI 2010: 563–566.

2. ICONO ESFERA DE MURALES REVOLUCIONARIOS

La administración pública garantizaba los mejores sitios y lugares para los grafiti de propaganda, facilitando su aparición en los espacios públicos como plazas centrales, sitios cerca de los edificios de gobierno, calles principales, estaciones de trenes, aeropuertos, entradas de colegios, universidades y fábricas.

Al mismo tiempo la libertad artística fue limitada, ya que los contenidos transmitidos fueron muy definidos y determinaban la cantidad de expresiones artísticas. La popularización de solo algunas simples expresiones causó que los grafiti fueran privados del individualismo. También la utilización de temas repetidos e impuestos, preferidos por el gobierno, provocó que este tipo de expresión se convirtiera para cuatro décadas en una forma preferida de implicación e influencia política, una manera especialmente fuerte y eficaz de interacción política. Hoy, después de estas cuatro décadas del funcionamiento, empiezan a aparecer las preguntas y reflexiones sobre los autores, fuentes de imágenes revolucionarias, símbolos y significados creados para necesidades de la revolución.

Las imágenes son portadoras de contenidos, y pueden ser una poderosa herramienta de persuasión y control. El poder de la imagen se encuentra en la forma de influir en las personas¹¹. Las acciones de ciertas imágenes y los sistemas de signos, crean su propia retórica visual y son procesos conocidos en muchas culturas¹². Las autoridades cubanas han utilizado estos principios de forma perfectamente subordinada a la propaganda.

2.1. LA IMPORTANCIA DE LA IMAGEN REVOLUCIONARIA: SÍMBOLOS, SIGNOS, MENSAJES

Los símbolos siempre están relacionados con la actual realidad cultural. La representación de esta realidad, la manera de su visualización y el modo de que se percibe depende de la manera de verlo por los creadores y los destinatarios¹³. La ideología revolucionaria ha creado los mensajes iconográficos codificados en la realidad cubana de los años 60 con dominante significado de símbolos internacionales de la ideología de izquierda y postsoviética.

La utilización de la estructura de dominación tanto de la gama de colores utilizados como la composición, frecuente uso de siglas fácilmente recono-

¹¹ OLECHNICKI 2003: 275–279.

¹² BARTHES 1985: 289.

¹³ OLECHNICKI 2003: 232, PORANKIEWICZ 2003: 250–252.

cibles para todos los ciudadanos de Cuba, formaron las características básicas para la formación de creación de la nueva icono esfera. Las autoridades han impuesto normas para las creaciones de nuevos mensajes pero fueron sus destinatarios quienes recibían los comunicados acorde con las expectativas de los disidentes¹⁴.



[Fig. 5. Grafiti en la pared de una de las casas en Holguín “Déjame que la vida a mi pueblo ofrezca” – uno de pocos ejemplos de la presencia de las mujeres en el mural, fot. Jędrzej Kotarski.]



[Fig. 6. La pancarta en una de las calles de Habana “Más revolución – Mejor Socialismo”, fot. Jędrzej Kotarski.]

¹⁴ FITZPATRICK 2011: 12.

2.2. GAMA DE COLORES DE GRAFITI

La gama de colores utilizados incluye el rojo con poca cantidad de amarillo o blanco, azul, un juego de rojo y negro, también el verde y verde oliva. El rojo con amarillo se refería a los símbolos internacionales de la organización Internacional Socialista, comunismo y la Unión Soviética.

Los colores de blanco, azul y rojo eran los preferidos como los de la bandera cubana, creaban unas fuertes connotaciones patrióticas. El rojo, acorde con la ideología del Che Guevara simbolizaba la sangre derramada durante la lucha por la independencia, el blanco la pureza de la ideología cubana y azul las aspiraciones de los revolucionarios¹⁵. El negro y rojo estaban vinculados con el movimiento M-26, que fue creado por Fidel Castro en 1952 y cuya bandera simbolizaba el luto de las viudas de las víctimas de violencia del gobierno Batista y la lucha por la libertad. El color verde oliva tenía que recordar a los ciudadanos cubanos los uniformes de los que les trajeron la libertad – los guerreros de *Sierra Maestra*.

2.3. IMÁGENES DE LOS HÉROES

Entre los motivos de banderas y siglas literarias dominan las imágenes de un grupo concreto de los héroes de la revolución cubana. Lo que es interesante, son las imágenes de lo masculino, durante 50 años sus protagonistas fueron solo los hombres, a pesar de la presencia de las mujeres durante la lucha revolucionaria y luego entre las personas cercanas a Fidel Castro (Celia Sánchez, Melba Sánchez, Vilma – la mujer de Raúl Castro y otras). Las imágenes de los héroes están basadas casi totalmente en el “canon bizantino”. Se limitan a las imágenes esquematizadas, rígidas, con las cabezas del perfil, con atributos como una pipa de fumar, barba, bigote. Las caras expresan orgullo, fuerza, seguridad, la vista está dirigida por encima de las cabezas de espectadores, las caras indican carácter fuerte y determinación. Las imágenes presentan aparte de los hermanos Castro solo las personas ya muertas. Al lado de los héroes de la revolución, a menudo aparecen también en los murales los líderes de la lucha de independencia del siglo XIX, especialmente José Martí (cuya imagen fue prácticamente apropiada, lo que creó el conflicto con los emigrantes de Miami) y Antonio Mejía (asesinado en México).

¹⁵ GUEVARA 1965: 21.

El motivo más popular, sin duda es la cara del Che, haciendo la referencia a la famosa foto de Korda. El protagonista tiene la vista dirigida hacia arriba, en su cara se refleja la determinación y fuerza – esta imagen se convirtió en un icono cubano adquirido por todo el mundo.



[Fig. 7. La pancarta en los colores de la bandera cubana, ubicada enfrente de la Universidad de la Habana – “*Son las ideas las que nos unen*”, fot. Jędrzej Kotarski.]



[Fig. 8. El monumento enfrente del Consulado de los EE.UU. en Malecón en Habana; la frase “Patria o Muerte” como ejemplo de la propaganda arquitectónica – Habana, fot. Jędrzej Kotarski.]

2.4. SÍMBOLOS

El primer símbolo de la revolución cubana que se filtró a las imágenes internacionales fue la imagen de una paloma¹⁶. Este símbolo tan reconocible para los cubanos tenía unas connotaciones especiales religioso-políticas bastante anteriores. Para los seguidores de la santería, negros descendientes de Yoruba, la paloma es el símbolo del dios Obatalá¹⁷.

Varios presidentes de Cuba, seguidores de esta religión que combina elementos de tradición de indígenas africanos con catolicismo colonial se identificaban con el símbolo de la paloma. El hecho de que durante el primer discurso de Fidel Castro una paloma blanca se sentó en su hombro y otra en la tribuna, fue la base del desarrollo de propaganda revolucionaria de Cuba. Si fue una maniobra preparada o una coincidencia muy favorable para los seguidores de Castro, hasta hoy es el objeto de la discusión de los historiadores, partidarios y opositores de Fidel. Este momento, sin duda, fue muy importante para el desarrollo de propaganda cubana, ya que se identificó la paloma con un símbolo de la paz¹⁸. A la iconografía internacional este símbolo fue transferido por Pablo Picasso a través de su famoso dibujo. La imagen de la paloma desde entonces se convirtió en un símbolo religioso de “cubanidad”, y durante los 50 años funcionaba dentro de la propaganda cubana que prácticamente fue privada de todos los vínculos con el pasado.

3. ESPACIO PÚBLICO, LOCALIZACIÓN DE MENSAJES Y LA IDENTIDAD REVOLUCIONARIA DE LOS CIUDADANOS

El espacio público en Cuba es un mapa del mundo que refleja las normas de pertenecer a las personas a la realidad revolucionaria¹⁹ y sigue siendo presente a pesar de los 50 años de su aparición. Los grafiti siguen acordando el sentido de la revolución, cuyo elemento clave es un sentido de unidad, presencia y participación continua, comprobación de la identidad revolucionaria individual y de las masas. La revolución dentro del espacio cubano no es un brote sino un estado continuo, lo que recuerdan las palabras de Castro:

¹⁶ MILLER 2000: 30.

¹⁷ Duis Obatalá – según las creencias de Yoruba en Nigeria creador de la tierra y las personas, es un símbolo de la conciencia humana. También conocido como el “Señor de la túnica blanca”.

¹⁸ MILLER 2000: 38–40.

¹⁹ GROPASS 2007: 44.

Revolución es sentido del momento histórico, es cambiar todo lo que debe ser cambiado, es igualdad y libertad plenas; es emanciparnos por nosotros mismos y con nuestros propios esfuerzos; es defender valores en los que se cree al precio de cualquier sacrificio; es luchar por nuestros sueños de justicia para Cuba y para todo el mundo, que es la base de nuestro patriotismo, nuestro socialismo y nuestro internacionalismo²⁰.

Los lemas y símbolos de la revolución repetidos en los grafiti tenían que convertirse en una fuerza del motor de la actividad de los ciudadanos²¹. Los recuerdos de revolución determinaban la vida de las personas y del mundo alrededor. La localización de estos mensajes fue tan importante como su sentido literario y por esta razón los mensajes que se refieren a la revolución dominan dentro del espacio público.

Estos significados están comúnmente presentes, distribuidos de manera uniforme en ciudades y provincias. Desde las plazas y caminos más transitados, hasta las escuelas y comedores. La localización de estos mensajes dentro de la arquitectura urbana refuerza su percepción y a menudo sugiere su fuerza y fiabilidad convirtiéndose en factor de influencia política²². El derecho de la presencia común de estos comunicados dentro del espacio público es un modelo para los comunicados repetidos dentro de la esfera privada. En Cuba llama la atención incluso la colonización del espacio dominado por los mensajes revolucionarios.



[Fig. 9. La muralla con el grafiti del último año de los gobiernos de Fidel Castro “Desde mi barrio defendiendo el socialismo” con el símbolo en la parte central del Comité de Defensa de la Revolución que funciona en cada barrio, en toda isla – Holguín; la muralla en el centro de Habana, conmemorando el 52 aniversario de la Revolución; Fidel Castro y Camillo Cienfuegos con la paloma, fot. Jędrzej Kotarski.]

²⁰ CASTRO 1962: 51

²¹ TURNER 2007: 65.

²² JAMES 1998: 77.

4. LEMAS Y ESLÓGANES DE PROPAGANDA

El grafiti cubano y mensajes en sitios públicos tienen una función de “movilización ideológica”²³, en teoría en tiempos de crisis, pero en práctica funcionan de forma continua. Los murales promueven dentro de la sociedad un código moral absolutamente subordinado a las normas de revolución. La revolución ha creado un perfil del ciudadano, orgulloso de su país, que ignora las dificultades diarias, preparado para luchar y listo para sacrificar su vida por la revolución y sus líderes. Las funciones de murales confirman como en Cuba cambiaron las normas socio-políticas. El grafiti que por todas partes del mundo tiene una función para los grupos de minoría, marginados, descontentos y discriminados, a menudo siendo para ellos una única forma de comunicarse, en esta isla ha llegado de tener un carácter nacional de estado.

La inversión de esta función es una de sus características básicas²⁴. Analicemos los fragmentos de discursos más populares de Fidel Castro y el Che, reconocibles por cualquier ciudadano cubano:

“Revolución soy yo, con lo que se debe identificar cada cubano”. Paráfrasis de este dicho ha sido el otro “Revolución somos todos” “Cuidame – Revolución”.

El sentido principal de la propaganda revolucionaria ha sido concienciar a los ciudadanos de la superioridad de ser comunista a la posesión de los bienes materiales. A los mensajes triviales les han añadido un sentido de la época revolucionaria y algunos de ellos fueron conocidos por todo el mundo:

“¡Socialismo o muerte!”

“¡Socialismo y comunismo – único camino!”

Los eslóganes que aparecían más a menudo sobre los murales en principio del siglo XXI:

“Patria o Muerte” o la despedida del Che de la carta escrita antes de su viaje a Bolivia: “¡Hasta la Victoria Siempre!”. Estos lemas se puede encontrar tanto en la provincia como en los espacios de Habana, entre ellos, en Malecón en frente de la embajada americana, donde fue creada una construcción arquitectónica debajo de la cual protestan a veces los cubanos contra el imperialismo americano.

Los otros más populares son: “Fieles a nuestra historia” o “Estudio, trabajo, fusil” y por supuesto la palabra “¡Venceremos!”, a la cual le han dado un sig-

²³ SONTAG 1970: 32

²⁴ GOLDSTONE 2002: 41

nificado especial y que fue utilizada en muchas ocasiones dependiendo de las condiciones históricas en varios conflictos diplomáticos, por ejemplo durante los intentos de recuperar a un pequeño Elián González de Miami²⁵, o después de arrestar a cinco espías cubanos en Miami.

A menudo en las calles también aparecen las letras UJC (Unidos Jóvenes Comunistas) y “El ejército es el Pueblo uniformado”, “El caudal de los pueblos son sus héroes”.

Otros muy populares:

“Que la dureza de estos tiempos no nos hará perder la ternura de nuestros corazones” del Che, “El que no es capaz de sacrificarse debe callar ante el sacrificio de los demás”, “No hacen falta alas”.

Algunos tienen un específico sentido educativo: “Todo cubano debe saber tirar, tirar y tirar bien”, “Educa a tu hijo a la educación cubana”, “La actitud comunista ante la vida es demostrar como ejemplo el camino para seguir”. Al lado de ellos a menudo aparece la bandera cubana y la bandera de M-26.



[Fig. 10. La pancarta propagandística de primer año del gobierno de Raúl Castro, con su rostro y frase “*Todo está dicho, ahora a trabajar duro*” – Holguín, fot. Jędrzej Kotarski.]

²⁵ En 1991 Elián González de 6 años con su madre y otros 10 refugiados lograron llegar a las costas de Florida, pero el chico era el único que sobrevivió. Su familia en Miami trató de rescatar al niño de la deportación a Cuba, que, sin embargo, no tuvo éxito, el caso se convirtió en la imagen pública, y a pesar de intentos internacionales, después de un año el chico fue enviado de vuelta a la isla y entregado a las autoridades cubanas. En 2008, se unió a la Liga de la Juventud Comunista y ahora asiste a una prestigiosa escuela de cadetes en La Habana.

5. CANON DE IMÁGENES

Los guerreros de la revolución cubana están presentados como los continuadores de la idea de libertad nacional del siglo XIX, en grupos destacan su noble origen y la conexión histórica, por lo que la revolución en 1852 y 1959 se considera un conjunto (Carlos Manuel de Céspedes, Calicsto García, Antonio Maceo y José Martí aparecen junto al Che Guevara, Camilo Cienfuegos y Julio Antonio Mella). Estos nombres aparecen como seguidores revolucionarios de la lucha por la libertad del país.

La combinación de los símbolos de grafiti con connotaciones históricas y patrióticas crearon entre los cubanos la creencia indiscutible de que ser patriota es equivalente a ser un comunista. La revolución es una nación identificada con patriotismo, orgullo, dignidad, justicia social y la independencia²⁶.

También en Cuba, a diferencia de los EE.UU., Europa o cualquiera de los países del Sur, en el espacio público hay sólo carteles y murales que contienen los mensajes políticos y sociales.

Actualmente más a menudo aparecen los contenidos vinculados con los eventos actuales en el país y en el mundo como el cambio del gobierno, imágenes de Raúl, referencias al 52 aniversario de la revolución. Los mensajes y las imágenes de las plantillas, por su facilidad, rapidez y economía (un bajo coste de la realización) siguen siendo los más populares.

CONCLUSIONES

Las normas para crear los murales, grafiti, carteles para el uso de un grupo específico, marginado y sin posibilidad de otro modo de comunicarse o para unos destinatarios de bienes de consumo en Cuba se han invertido²⁷. Aquí fueron utilizados por los revolucionarios para transmitir los mensajes a los grupos más amplios de la sociedad. Algunos investigadores consideran que incluso en esta analogía de la estrategia de lucha del Che Guevara – guerrilla que requiere el uso de las armas de los enemigos.

Hoy, en la época del final del gobierno de hermanos Castro y la presencia temprana en el escenario político de la generación joven (70% de los cubanos que nacieron después de la revolución) el grafiti sigue teniendo en Cuba funciones importantes, de recordar sobre la revolución. Murales y carteles moder-

²⁶ GROPASS 2007: 532.

²⁷ SONTAG 1970, FRICKPATRICK 2011.

nos que hablan sobre el futuro del país están destinados a los jóvenes y utilizan dos formas de comunicación.

Primero, mantener en la generación joven la creencia de la continuidad de la identidad revolucionaria y el vínculo con los líderes de la lucha por la libertad del siglo XIX y de los del año 1959. En segundo lugar, las referencias a los valores fundamentales, como el derecho a la educación, trabajo, seguridad social, cultura, contrastados con las normas de imperialismo siguen proporcionando continuidad de las ideas de hace 50 años.

Para esta propaganda del gobierno los grafiti, independiente del carácter religioso-cultural, se convierten en un peligro, hacen referencias a la tradición africana y en su mayoría están creados con la colaboración de artistas de Brasil y Venezuela.

BIBLIOGRAFÍA

- AGUIRRE 2002 – S. Aguirre S., E. Benigno, *Social control In Cuba*, “Latin American Politics and Society”, 44: 2, 2002, pp. 67–98.
- BARTHES 1985 – R. Barthes, *Retoryka obrazu*, “Pamiętnik literacki”, 76:3, 1985, pp. 289–302.
- BLOCH, GAWRYCKI 2010 – N. Bloch, M. Gawrycki, *Kuba*, Warszawa 2010.
- CASTRO 1962 – F. Castro, *O rewolucji kubańskiej: wybór przemówień*, Warszawa 1962.
- COSTA 2003 – N. Costa (ed.), *Brasil inspired*, Berlin–London 2003.
- DESNOES 2005 – E. Desnoes, *Both Faces of the Moon*, “Arte al Día”, n.º 110, 2005, New York, pp. 26–31.
- DOBEK-OSTROWSKA, FRAS, OCIEPKA 1999 – B. Dobek-Ostrowska, J. Frasz, B. Ocieпка, *Teoria i praktyka propagandy*, Wrocław 1999.
- FERENC 2007 – T. Ferenc, *Analiza obrazów – przegląd metod i inspiracji teoretycznych* en: *Acta Universitatis Lodzensis*, “Folia Sociologica” n.º 32, 2007, WUŁ, Łódź, pp. 5–26.
- FITZPATRIC 2011 – M. Fitzpatric, *The Graphic Generation of Revolution*, en: *Cuba in Transition*, vol. 21, *Paper and Proceedings of the Twenty-First Annual Meeting of Association for the Study of the Cuban Economy (ASCE)*, Washington D.C. 2011, pp. 245–264.
- FREDERIK 2005 – L. A. Frederic, *Cuba’s National Characters: Setting the stage for the Hombre Novísimo*, “Journal of Latin American Anthropology”, n.º 2, 10, 2005, pp. 17–28.

- GRACZYK 2003 – M. Graczyk, *Ideologia, mit, fotografia. Casus National Geographic Magazine* en: Olechnicki K. (ed.), *Obrazy w działaniu. Studia z socjologii i antropologii obrazu*, Toruń 2003, pp. 40–78.
- GROPAS 2007 – M. Gropas, *The Repatriotization of Revolutionary Ideology and Mnemonic Landscape in Present-Day Havana*, “Current Anthropology”, n.º 4, 48, 2007, pp. 531–549.
- GUEVARA 1961 – E. Guevara, *Kuba: wojna partyzancka*, Warszawa 1961.
- GUEVARA 1965 – E. Guevara, *El socialismo y el hombre en Cuba*, Habana 1965.
- JAMES 1998 – L. R. James, *Mural art*, en: Cole R. (ed.), *International Encyclopedia of Propaganda*, Chicago–London 1998, pp. 48–54.
- COLE 1998 – L.R. Cole (ed.), *International Encyclopedia of Propaganda*, Chicago–London 1998.
- JĘDRZEJCZYK 2004 – D. Jędrzejczyk, *Geografia humanistyczna miasta*, Warszawa 2004.
- JOHNSON, LAKOFF 2011 – M. Johnson, J. Lakoff, *Metafory w naszym życiu*, Warszawa 2011.
- KULA 2005 – H. Kula, *Propaganda współczesna. Istota – właściwości*, Toruń 2005.
- KULA 1991 – M. Kula, *Narodowe i rewolucyjne*, Londyn–Warszawa 1991.
- KUNZLE 1975 – D. Kunzle, *Public Graphics in Cuba: A very Cuban Form of Internationalist Art*, “Latin American Perspectives”, n.º 2, 4, 1975, pp. 89–110.
- KOTARSKI 2012 – J. Kotarski, *Graffiti en América Latina, parte I: Casus de Brasil*, en: “Arte de América Latina – Sztuka Ameryki Łacińskiej”, Toruń, n.º 2, 2012, pp. 216–234.
- LAKOFF, WASILEWSKI 2004 – J. Lakoff, H. Wasilewski, *Nie myśl o słoniu! Jak język kształtuje politykę*, Warszawa 2004.
- MILLER 2000 – I. L. Miller, *Religious symbolism in Cuban Political Performance*, “The Drama Review”, n.º 2, 44, 2000, pp. 30–55.
- MOORE 2010 – C. Moore, *Propaganda prints: a history of art in the service of social and political change*, London 2010.
- OLECHNICKI 2003 – K. Olechnicki, *Antropologia obrazu*, Warszawa 2003.
- PINK 2009 – S. Pink, *Etnografia wizualna*, Kraków 2009.
- PORANKIEWICZ 2003 – A. Porankiewicz, *Tag, srebro, charakter, czyli graffiti jako komunikat*, en: K. Olechnicki (ed.), *Obrazy w działaniu. Studia z socjologii i antropologii obrazu*, Toruń 2003, pp. 43–44.
- RUIZ 2001 – M. Ruiz, *Nuevo Mundo. Latin American Street Art*, Berlin 2001.
- SONTAG 1970 – S. Sontag, *Posters: advertisement, art, political artifact, commodity*, en: S. Sontag (ed.), S. Dugald, *Art of Revolution*, New York 1970.

- STONER 2009 – K.L. Stoner, *The cuban caricature and national identity*, “The Latin Americanist”, n.º 3, 53, 2009, pp. 55–78.
- STREMER 1970 – D. Stremer, *Art of Revolution*, Sussex–New York 1970.
- TORRE DÍAZ 1996 – P. Torre Diaz, *Cuba: Retrospectiva, situación actual y perspectivas de soluciones racionales*, Varsovia 1996.
- TURNER 2007 – A. Turner, *Propaganda in Havana: The Politics of Public Space and Collective Memory in the Socialist City*, Philadelphia 2007.

Summary

GRAFFITI ON CUBA

The origins and the process of graffiti development on Cuba were different than in other parts of the continent. Due to the time of its appearance, initiators' motivation, authors and viewers, dominating topics, graffiti was assigned an important propaganda function, supervised and controlled by the state. Subordinating street art to the revolution resulted in complete change in the character of graffiti. Propaganda murals became the element of public space of the country, confirming subsequent generations of viewers over the period of 50 years in necessity of permanent struggle and protection of revolution achievements. Thus, subject matter has not become messages of independent artists or average citizens, their perception of problems, expectations, but the vision and expectations of state authorities' policy. The article is based mainly on observations and documentation gathered by the author in 2011; it presents the most important trends in the development and presence of propaganda graffiti on Cuba.

Streszczenie

GRAFFITI NA KUBIE

Geneza i proces rozwoju graffiti na Kubie był inny niż w pozostałych częściach kontynentu. Ze względu na okres powstania, motywacje inspiratorów, autorów i odbiorców oraz dominującą tematykę graffiti nadano ważną funkcję propagandową nadzorowaną i kontrolowaną przez państwo. Podporządkowanie rewolucji sztuki ulicy doprowadziło do całkowitego odwrócenia charakteru graffiti. Murale propagandowe znalazły się w głównych przestrzeniach publicznych kraju, utwierdzając kolejne pokolenia odbiorców na przestrzeni ponad 50 lat o konieczności stałej walki i obrony osiągnięć rewolucji. Tak więc tematyka stała się nie komunikatami niezależnych autorów oraz przeciętnych obywateli, ich wizji problemów i oczekiwań, a wyrazem polityki władz. Artykuł oparty w znacznym stopniu na obserwacjach i dokumentacji autora przeprowadzonych w 2011 r. przedstawia najważniejsze tendencje w rozwoju i obecności graffiti propagandowych na Kubie.



Fig. 9. Sin Título (El Pasma y el Cristo de las Aguas),
esmalte sobre cartón piedra, 59,2 x 57,1 cm



Fig. 10. “Todo por la Revolución” con tres héroes de la Revolución.
Uno de los grafitis más populares en la isla – Habana, fot. Jędrzej Kotarski



Fig. 11. La muralla con el Grafiti del último año de los gobiernos de Fidel Castro “Desde mi barrio defendiendo el socialismo” con el símbolo en la parte central del Comité de Defensa de la Revolución que funciona en cada barrio, en toda isla – Holguín; La muralla en el centro de Habana, conmemorando el 52 aniversario de la Revolución; Fidel Castro y Camillo Cienfuegos con la paloma, fot. Jędrzej Kotarski

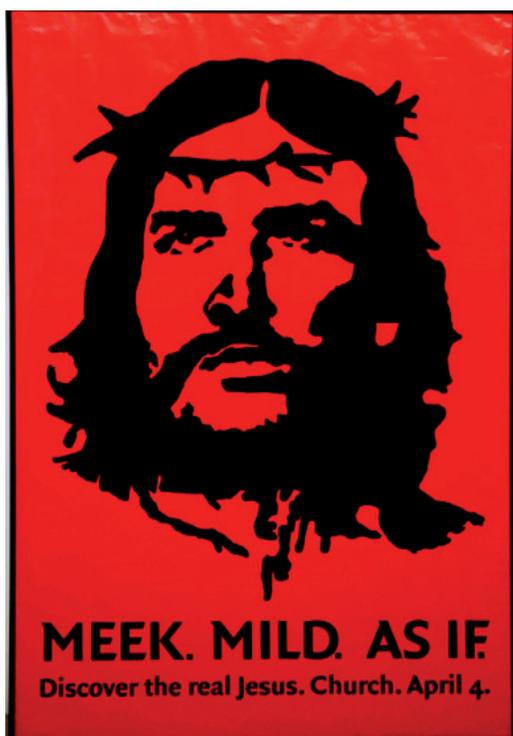


Fig. 12. Póster de la campaña publicitaria para celebrar la Pascua de la Iglesia Anglicana (Churches Advertising Network), 1999