

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

IMAGINÁRIO, LAZER, CONSUMO E DIFERENÇA NOS DESLOCAMENTOS  
TURÍSTICOS E “BRIGADAS DE SOLIDARIEDADE” À ILHA DE CUBA  
SOCIALISTA

Rodrigo Ayres Almeida Camurça

Juiz de Fora, 2016.

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS SOCIAIS

IMAGINÁRIO, LAZER, CONSUMO E DIFERENÇA NOS DESLOCAMENTOS  
TURÍSTICOS E “BRIGADAS DE SOLIDARIEDADE” À ILHA DE CUBA  
SOCIALISTA

Rodrigo Ayres Almeida Camurça

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade Federal de Juiz de Fora (PPGCSO-UFJF) como requisito parcial à obtenção do título de mestre em Ciências Sociais.

Orientador: Professor Dr. Luiz Flávio Neubert

Juiz de Fora, 2016.

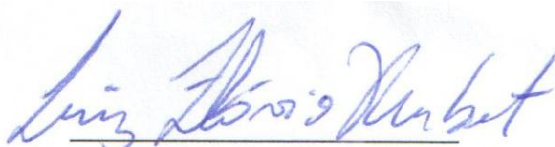
Rodrigo Ayres Almeida Camurça

IMAGINÁRIO, LAZER, CONSUMO E DIFERENÇA NOS DESLOCAMENTOS  
TURÍSTICOS E “BRIGADAS DE SOLIDARIEDADE” À ILHA DE CUBA  
SOCIALISTA

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais (área de concentração: Diversidade e fronteiras conceituais) da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre.

Aprovada em 15 de setembro de 2016

**BANCA EXAMINADORA**



DR. LUIZ FLÁVIO NEUBERT - Orientador  
Departamento de Ciências Sociais - UFJF



DRA. ROGÉRIA CAMPOS DE ALMEIDA DUTRA  
Departamento de Ciências Sociais - UFJF



DR. RODRIGO DE AZEREDO GRUNEWALD  
Departamento de Ciências Sociais - UFCG

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a minha família pelo apoio a conclusão deste projeto pessoal e acadêmico. Em especial à minha mãe Lúcia Emília e ao meu pai Marcelo Camurça, que acreditaram e deram o máximo de ajuda, assim como, as minhas irmãs Nina, Mariana e minha madrasta Elizabeth.

À minha companheira Fernanda Dutra, por seu amor, amizade, apoio e paciência nas diversas passagens desta dissertação (etnografia, escrita e finalização).

Aos meus amigos, André Pereira, Guilherme Guimarães, Thiago Coelli, Pedro Jehle, Hugo Jehle, Guido del duca, Edmilson Filho, Álvaro e Yuri Fernandes.

Aos meus eternos companheiros de militância, Victor Cezar, Laiz Perrut, René, Mateus Coelho, Marcelo Coelho, Leonardo Azevedo e Ana Carolina Radd.

A todos meus amigos do PPGCSO.

A CAPES e ao MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, pelo incentivo à pesquisa.

À UFJF, pelo incentivo a pesquisa.

Aos professores da minha graduação em turismo e em especial o Professor Humberto Fois Braga.

Ao meu orientador, Luiz Flávio Neubert, por sua atenção, organização e proposições teóricas nas orientações.

À Professora Rogéria Dutra, pelos comentários por ter aceitado o convite para a Banca e seus comentários para finalização desta dissertação.

Ao Professor Rodrigo Grunewald por ter aceitado o convite para a Banca e seus comentários para finalização desta dissertação.

A Olga, Zuleide, Elizabeth, que foram fundamentais nos seus relatos e interlocuções.

A todos meus companheiros da XXIII Brigada Sul-Americana em Cuba que foram essenciais para a construção desta dissertação.

## RESUMO

O presente trabalho se dedica a produzir uma reflexão sobre o papel dos deslocamentos de lazer e em especial o turismo exterior na realidade cubana e as chamadas “Brigadas solidárias”, através das noções de imaginário, consumo, lazer, diferença e ritos simbólicos. A dissertação cumpre-se em quatro capítulos e através de uma sociologia/antropologia do lazer, do consumo e do turismo, busca-se identificar qual é o intuito das representações publicitárias, tanto de agências e órgãos especializados em turismo e “Brigadas solidárias” nos países fora do eixo socialista, como o Brasil, quanto dos órgãos do Estado cubano voltados para o turismo das “Brigadas solidárias”. Busca-se, nessa pesquisa, mostrar como ambos produzem estímulos ao fomentar o desejo de visita do turista estrangeiro ao país a partir da difusão de um imaginário de Cuba como uma sociedade singular com forte identidade própria, o que revelaria uma qualidade de autenticidade característica deste país. Além disso, nossa análise procurará revelar também contradições, estranhamentos e até conflitos que essa atividade turística pode produzir através do encontro e a interação entre uma modalidade “capitalista” ligada ao consumo, ao dispêndio de dinheiro (no caso moeda estrangeira, dólar), como é o turismo, e a sociedade cubana que se pretende igualitária e resistente às influências desagregadoras exteriores. Ao final, por meio de minha experiência etnográfica, realizada em uma “Brigada Solidária”, procuro relatar a experiência montada em um turismo tipicamente militante e reforçar que existe uma construção simbólica refletida nesses roteiros que remetem à identidade própria de nação-estado, que venho trabalhando ao longo desta dissertação nos capítulos que seguem as análises de agências e materiais publicitários.

**Palavras-chave:** Turismo, Lazer, Consumo, Diferença, Socialismo, “Brigadas Solidárias”.

## ABSTRACT

This work is dedicated to producing a reflection on the role of leisure trips and especially foreign tourism in the Cuban reality and the so-called "Solidarity Brigades", through the imaginary notions of expenditure, leisure, difference and symbolic rites. This dissertation fulfills in four chapters and through a sociology / anthropology of leisure, expenditure and tourism, seeks to identify what is the purpose of advertising representations, both agencies and specialized organizations in tourism and "Solidarity

Brigades" in countries outside the socialist axis, such as Brazil, as the Cuban State agencies facing the tourism and the "Solidarity Brigades". This research is trying to show how both produce incentives to encourage the desire of foreign tourists to visit the country from the spread of a Cuban imaginary as a unique company with strong own identity, which reveals an authenticity characteristic with quality of this country. Moreover, our analysis also seeks to reveal the contradictions, strangeness and even conflicts that tourism can produce, through the encounter and interaction between a "capitalist" mode linked to the consumption, the expenditure of money (in this case, foreign currency, dollar) as is tourism, and the Cuban society that intends to be egalitarian and resistant to external disruptive influences. At the end through my ethnographic experience held in a "Solidarity Brigade" I try to relate the experience molded in a typically militant tourism and reinforce that there is a reflected symbolic construction in these scripts that refer to this very identity of the nation-state, that I've been working throughout this dissertation in the chapters that follow the analysis of agencies and advertising materials.

**Keyword:** Tourism, Leisure, Consumption, Diferrence, Socialism, " Solidarity Brigades".

## SUMÁRIO

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	09
<b>CAPÍTULO 1 - MODERNIDADE, IDENTIDADE, GLOBALIZAÇÃO, LAZER E HISTÓRIA NA SUA RELAÇÃO COM O TURISMO NA SOCIEDADE CUBANA SOCIALISTA</b> .....	16
<b>A- Mídia, modernidade e consumo</b> .....	21
<b>B- Cuba, Lazer, Imaginário e Hospitalidade</b> .....	28
<b>C- Turismo em Cuba; eventos históricos, seus modelos turísticos e suas características</b> .....	35
<b>CAPÍTULO 2 - AGÊNCIAS, ASSOCIAÇÕES E PRODUTORES DE DESLOCAMENTO PARA A ILHA CUBANA</b> .....	44
<b>A- Em contato com as agências de turismo do mercado comercial</b> .....	46
<b>B- O encontro com uma agência especializada em um turismo “social” e “militante”</b> .....	49
<b>C- Capacitação para agências turísticas brasileiras por uma promotora de turismo de agência estatal do governo cubano</b> .....	56
<b>D- A Associação Cultural José Martí e o programa das “Brigadas” de ida a Cuba</b> .....	62
<b>CAPÍTULO 3 - ESTUDO E ANÁLISE DE PRODUÇÕES PUBLICITÁRIAS: FOLDERS, GUIAS E PROPAGANDAS</b> .....	70

<b>CAPÍTULO 4 - ETNOGRAFIA EM CUBA: A EXPERIÊNCIA COM OS BRIGADISTAS .....</b>	<b>97</b>
<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>124</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	<b>126</b>
<b>FONTE DOCUMENTAL .....</b>	<b>129</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>130</b>
<b>FONTE DE IMAGENS .....</b>	<b>130</b>
<b>FONTE DE FOTOS .....</b>	<b>147</b>



## INTRODUÇÃO

Durante meu período no curso de graduação em Turismo na UFJF, interessei-me principalmente pelas disciplinas que procuravam refletir teoricamente sobre a prática do turismo do que sobre uma formação para um turismo “aplicado” ao mercado e à administração, tendendo sempre a uma perspectiva que lidasse com *noções* e *conceitos* mais de cunho sociológico e antropológico, no sentido de interpretar as experiências sociais, culturais e institucionais do turismo. Dentre estes, os conceitos de *imaginário* e *hospitalidade*, centrais em uma teoria moderna do turismo formaram a base de minha monografia de conclusão de curso, intitulada *Turismo em Cuba: uma Abordagem do Imaginário e da Hospitalidade*, que me instigou a aprofundar esse campo de estudo abrindo um leque para outros conceitos importantes das Ciências Sociais.

O interesse pelo tema da realidade de Cuba, aqui posto, também traz implicações *políticas*, outro domínio de meu interesse, que possibilitam, através do turismo, estabelecer comparações de concepções de Estado e sociedade, ideológicas entre duas modalidades societárias: o capitalismo no entorno da ilha e o socialismo/comunismo, regime praticado no interior desta. Como desdobramento disso, buscarei identificar também o papel do Estado cubano frente às dimensões contemporâneas de globalização, consumo e lazer em torno das viagens turísticas à Ilha em busca do lazer<sup>1</sup>, dentro de um “pano de fundo” que Giddens chama de “modernidade radicalizada”<sup>2</sup>, Bauman de “modernidade líquida” e outros autores, como Featherstone e Hall, de “pós-

---

<sup>1</sup> Utilizado aqui a partir do conceito de Dumazedier (2004) no que diz respeito ao Lazer e que, ao longo do texto, será melhor trabalhado: “O lazer é um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou, ainda para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais”

<sup>2</sup>Giddens (1990)

modernidade”<sup>3</sup>. Nesse quadro, observei, por um lado, o Estado socialista cubano que quer manter sua economia e modelo social, ambos isolados em relação ao mundo capitalista e, por outro lado, com o desenvolvimento da indústria turística, uma abertura à negociação e à participação neste modelo ou nesta estrutura “moderna radical/globalizante”, podendo resultar em um crescimento desigual de sua economia e em desigualdades entre sua população. Aqui a idéia da *diferença* fica mais explícita: diferenças entre modelos de sociedade, economia e concepções sobre o ser humano que se manifestam nos deslocamentos de lazer e nas suas contradições quando das interações e fricções entre os dois modelos.

Nesse particular, a antropologia com seu olhar e reflexão sobre a *alteridade* será de grande importância para a minha pesquisa. Uma antropologia que, na atividade dos deslocamentos de lazer, pode me ajudar a investigar a produção de um imaginário de atração por um lugar exótico/paradisiaco (natural e social), através das produções de agências de viagens, instituições de promoção de solidariedade a Cuba, guias turísticos e materiais publicitários sobre a ilha veiculados no Brasil. Esse processo será interpretado como um tipo de atração/desejo ligado ao que, neste texto, chamo de um caráter “romântico-revolucionário” atravessado por representações ideológico-políticas expressas em um tipo de deslocamento de lazer específico<sup>4</sup> (não “massificado”). Por isso, não serão só diferenças investigadas, mas também *proximidades* e *continuidades* entre esses dois sistemas, possibilitadas por meio de das atividades de deslocamentos, lazer e turismo. Relações e contatos entre agências de turismo internacionais, instituições “promotoras de amizade” e órgãos estatais de turismo cubano (expressas nos seus materiais publicitários e seus programas de vendas), entre o turista/brigadista visitante e o habitante local que o acolhe, serão abordadas através da noção e da apropriação de um imaginário da *hospitalidade*.

Os deslocamentos na perspectiva do lazer (neste caso, turismo e viagens de desenvolvimento da personalidade) enquanto fenômeno social e subjetivo promovem diversos estímulos àqueles a quem se dirige, desde o momento de se decidir viajar ao seu ato. Esses estímulos são fundamentais para que se fomente uma expectativa do local e dos habitantes a serem visitados através de diversos símbolos e imagens definidas. Por

---

<sup>3</sup>Featherstone (1995), Hall (2002), Bauman (2000). Ao longo do item sobre o modelo teórico aplicado a pesquisa retomaremos a tal discussão.

<sup>4</sup> Turismo de “Amizade” ou “Brigada”, realizado pela empresa estatal cubana chamada AMISTUR e o ICAP que juntamente com um contato fora de Cuba (instituições fomentadoras de amizade à Cuba) organiza viagens com grupo de no mínimo oito pessoas com um roteiro de visitas aos programas da revolução cubana, suas conquistas e a uma interação com a própria população.

sua vez, objetos utilizados para se promover tais expectativas são diversos, tais como livros, cinema, propaganda, *folders*, entre outros que transmitem o desejo do emissor de retratar determinada territorialidade e provoca no público receptor expectativas a respeito de tal local representado.

Pensando nessas relações entre imaginários e construção de experiência turística, esta Dissertação buscará se utilizar de Guias Turísticos, panfletos, *folders* e catálogos, como o guia “*Lonely Planet - Cuba*” de Brenda Sainsbury e Luke Waterson (2012), Guia Folha de São Paulo (2012), Guia “Cuba em Tus Manos” (2012), que revela Cuba atual como espaço de fruição do lazer e do exótico em uma experiência do clima “revolucionário” e “romântico” que aquela sociedade desperta.

Através do relato e da publicidade veiculados em Guias turísticos como esse; assim como do material oficial dos órgãos de turismo cubanos, analisarei a situação que as atividades de deslocamentos de lazer produzem em um país com as características singulares de Cuba - de economia planejada e estatizada, logo antagônica à sociedade de consumo capitalista e sua principal potência, os EUA. Utilizarei também, para a formulação dos argumentos da dissertação, obras de cunho histórico e sociológico como *A Revolução Cubana* (SADER, 1985) e *De Marti a Fidel: a revolução cubana e a América Latina* (BANDEIRA, 2009); *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno* (CAMPBELL, 2001), *Lazer e cultura popular* (DUMAZEDIER, 2004), *As estruturas antropológicas do imaginário* (DURAND, 1989), *Cultura de consumo e pós modernismo* (FEATHERSTONE, 1995), *O imaginário e a simbologia da passagem* (ROCHA PITTA, 1984), os clássicos *As formas elementares da vida religiosa* (DURKHEIM, 1989) e *Ensaio sobre a dádiva* (MAUSS, 1974), e, por fim, monografias a respeito do desenvolvimento do turismo na ilha. Apresentarei, ainda, um trabalho de campo que realizei em viagem a Cuba (2015), numa “brigada de solidariedade”; entrevistas com agentes de viagem que fazem o traslado para a ilha e uma observação em uma reunião do órgão cubano responsável pelo turismo com agentes de viagens brasileiros realizada no Rio de Janeiro em 2015.

Essa bibliografia norteará minha abordagem tanto no deslocamento de lazer no turismo mais geral, quanto nas “Brigadas”<sup>5</sup>, que são uma modalidade específica mas

---

<sup>5</sup> “Brigadas Internacionais” foram modalidades de deslocamento ao longo da história do século XX em que indivíduos “progressistas” se solidarizavam com países em que “revoluções populares” haviam triunfado. Neste momento atual analiso a Brigada com uma forte proximidade de um turismo de cunho romântico-revolucionário, que apesar de seus fomentadores não gostarem da palavra turismo, por conta de toda a história construída pelo trabalho concreto destes viajantes/peregrinos (adiante conceituarei de

que se aproximam, quase que se confundindo com o que aqui chamo de turismo de cunho “romântico revolucionário”. Em ambos os casos - do turismo comercial e das “Brigadas” - buscarei uma compreensão do desejo para a visita e seu vínculo com os meios de propagação do deslocamento de lazer (peças publicitárias, mídia e consumo), assim como uma comparação dessas percepções com as análises das obras citadas acima.

Meu estudo compreende a influência do imaginário neste processo, os encontros entre o visitante e o habitante local em torno da idéia da hospitalidade. Além disso, a divulgação na publicidade tanto nos guias turísticos externos quanto nos órgãos oficiais do governo cubano, o papel do turismo dentro de uma inserção do Estado cubano no mundo globalizado e as conseqüências culturais e simbólicas desta interação, tudo isso, dentro do sistema social socialista interno em que este visitante está pouco familiarizado (afora o “simpatizante” solidário das “brigadas”, que sempre tem por leituras ou outras informações, uma referência sobre o sistema político-social cubano).

Procurarei, neste trabalho, a partir de um estudo da história de Cuba e de suas mudanças nos sistemas econômicos e sociais que redundaram em tipos de turismos que surgiram, acabaram e se modificaram na ilha, ressaltar que a linha histórica que liga a gênese da revolução em 1959 aos dias de hoje é essencial para que visualizemos e identifiquemos as transformações porque passou o turismo em Cuba.

Minha sugestão contida nesta pesquisa é que, neste momento atual, a propaganda vinculada à promoção de deslocamentos de lazer fomentada pelo Estado cubano se baseia numa parceria não acordada por motivos diferentes com os guias/agências do exterior (como as/os do Brasil), procurando difundir uma imagem que é a de mostrar ao mundo o efeito positivo, a resistência e a coragem de um povo que enfrentou todo o tipo de cerco externo. E de um país que vai à contra mão dos modelos hegemônicos, que resiste, apesar de toda a pressão em cima deste pela principal potência capitalista mundial. Apesar dessas dificuldades, essa propaganda (do Estado cubano e do turismo exterior), visa passar aos visitantes uma imagem de um povo alegre, simples, solidário e sociável praticante da *hospitalidade*. É dentro deste contexto que se pode falar de uma atração que esse quadro cubano exerce em várias parcelas das classes médias intelectualizadas dos países capitalistas. Isso se dá nos

---

forma mais clara a brigada), atualmente se perde num campo restrito de lazer e reconhecimento do diferente e desenvolvimento da personalidade individual.

moldes do que proponho analisar sob a idéia de “romantismo revolucionário”, conceito que Ridenti e Lowy & Sayre empregaram para o campo da militância política (RIDENTI,1993, 2010; LOWY e SAYRE, 1995), mas que recupero aqui para o campo da fruição de uma ambiência “heróica”, “radical” e “fraterna”.

É fato que esta “abertura” de Cuba à entrada de turistas estrangeiros com a conseqüente adaptação do turismo praticado na ilha a um padrão internacional: hotéis de luxo, lojas, praias, casas de espetáculo reservados aos turistas e mesmo a adoção de duas moedas (peso e o peso convertido CUC<sup>6</sup>), uma para os nativos, outra mais valorizada para o comércio com estrangeiros e pagamento de cubanos envolvidos com esta atividade, vai levar a uma flexibilidade aos valores estritamente socialistas.

Autores e estudiosos sobre a realidade social cubana já têm apontado as conseqüências desta nova fase: desigualdade salarial, “mercado negro”, propinas, mendicância e prostituição (BOBES, 2000, p. 28 e BANDEIRA, 2009, p. 652). Embora não assumido pelo discurso oficial, mas exposto nos materiais de propaganda publicitários que coletei até então (cf bibliografia), um mimetismo com um turismo padrão internacional transparece nitidamente neste material: belas mulheres, praias paradisíacas, campos de golfe, pesca submarina, restaurantes charmosos, etc. Daí proponho que, de uma forma pragmática, verifica-se, de um lado, a promoção de uma Cuba que segue os modelos do consumo turístico internacional se aproximando e adentrando através desse fenômeno na globalização.

A reabertura dos cassinos (maquinas de jogos, nos hotéis, já haviam sido reintroduzidos) fazia-se então previsível, como forma de fomentar o turismo, o que levaria Cuba a retroagir plenamente aos tempos anteriores à revolução de 1959 (BANDEIRA, 1998, p.624).

No entanto, de outro lado, ainda que se utilize dos instrumentos globalizados do turismo (câmbio, agências, guias, roteiros, etc.) com certa flexibilidade, destaca-se um turismo que investe nos aspectos mais “históricos, sociais, culturais e simbólicos” de Cuba, e desta forma, retoma e valoriza o projeto cubano “revolucionário”, nacionalista e comunista.

Dessa maneira, sem ignorar a existência deste turismo “de luxo”, praticado de forma pragmática para captar divisas para o país, meu foco será nestes grupos de turistas que “decidem” viajar para ilha por conta da sedução exercida dentro deste imaginário “romântico revolucionário”. Isso fica nítido nos guias turísticos como o

---

<sup>6</sup> Moeda internacional equiparada ao dólar.

“Cuba - *Lonely Planet*”, que expressa com imagens e textos uma apropriação de certo “espírito” e “identidade” de “resistência socialista” presente em cada recanto da ilha, como uma herança revolucionária cubana. Dentro desse espectro, realizo também uma etnografia acompanhando uma visita a Cuba em 2015, dentro modelo do “Turismo de amizade” em que se encontra, amalgamada a esta sedução “romântico-revolucionária”, a idéia de *compromisso* e *solidariedade* para com o sistema, o regime e a forma societária de vida da ilha.

Portanto, esta dissertação tem o intuito de produzir uma reflexão sobre o papel do turismo exterior na realidade cubana por meio das noções de imaginário, hospitalidade, consumo, lazer e diferença. A ideia aqui é, através de uma sociologia/antropologia do lazer, do consumo e do turismo, buscar identificar qual é o intuito das representações publicitárias, tanto de agências e órgãos especializados de turismo nos países fora do eixo socialista, como o Brasil, quanto dos órgãos do Estado cubano voltados para o turismo. Tentarei mostrar como ambos, em um processo de afinidade eletiva, buscam produzir estímulos para fomentar o desejo de visita do turista estrangeiro ao país a partir da difusão de um imaginário de Cuba como uma sociedade singular com forte identidade própria, o que revelaria uma qualidade de *autenticidade* característica deste país. Sem esquecer também de possíveis contradições e até estranhamentos que essa atividade turística pode produzir no encontro e na interação entre uma modalidade “capitalista” ligada ao consumo, ao dispêndio de dinheiro (no caso moeda estrangeira, dólar), como é o turismo, e a sociedade cubana que se pretende igualitária e resistente às influências exteriores, consideradas como desagregadoras.

Passo, em seguida, a apresentar os capítulos da dissertação. O primeiro capítulo, “Tipos de modernidade, identidade, globalização, Lazer, História e sua relação com a sociedade cubana”, abrange de forma teórica as formulações que nortearão a base da minha pesquisa. As discussões que procurei travar aqui foram para situar o lugar de Cuba em relação à modernidade a partir de sua forte identidade de estado-nação, suas transformações societárias e nos indivíduos em relação à globalização e a dita pós-modernidade. Também analiso a atividade do consumo interno e externo e o consumo individualizado exercido na ilha pela recente entrada do capital estrangeiro, consequência do turismo. Em seguida, uma discussão acerca do lazer e dos tipos de viagens para Cuba. Por fim, como a história de Cuba e de sua “revolução” são acionadas para construir todo um material simbólico visando à criação de um

imaginário sobre o país, que se reflete no desejo de concretizar a ida à ilha por parte dos viajantes.

O segundo capítulo consiste em mapear as agências de turismo que trabalham com o produto Cuba, assim como agências vinculadas a este turismo que chamei de “romântico-revolucionário” e ainda as associações que organizam as “Brigadas solidárias”. Com isso, trazendo uma reflexão sobre como essas instâncias apresentam a ilha a partir da construção de um imaginário que se baseia nas derivações igualitárias da “revolução” na sociedade atual e no apelo a um povo solidário e uno, forjado por ela. O capítulo ainda descreve uma capacitação para agentes de viagens no Rio de Janeiro, promovida pela agência estatal cubana “Autêntica Cuba”, em que através do expediente do turismo, são acionadas construções simbólicas para revelar a faceta “verdadeira” de Cuba contra as distorções difundidas pelos seus inimigos. Dentro do estilo: “Visite Cuba para conhecer a realidade!”.

Quanto ao terceiro capítulo desta dissertação, procurei trabalhar com materiais gráficos, propagandas, *folders*, assim como guias da Folha de São Paulo (2012), “Cuba en tus manos” (2012) e “Lonely Planet” (2012), a fim de investigar como se produz publicitariamente uma imagem atraente de Cuba para criar-se tal imaginário que acarrete no desejo de viajar por parte de seus leitores.

O quarto e último capítulo traz uma etnografia a partir da observação participante da VIII Brigada Sul-Americana em Cuba, em que sigo um roteiro promovido por uma organização que visa prestar “solidariedade” ao país, chamada “Associação Cultural Jose Martí”. Identifico, neste roteiro, campos simbólicos semelhantes nas suas características a toda a propaganda exercida pelos meios publicitários e as agências do segundo e terceiro capítulos. Sendo assim, é um relato de ritos, relações, propagandas, construção dos imaginários a partir de um roteiro programado pelo Estado cubano que se aproxima do que conceituei de turismo “romântico-revolucionário”.

## CAPÍTULO 1

### **MODERNIDADE, IDENTIDADE, GLOBALIZAÇÃO, LAZER E HISTÓRIA NA SUA RELAÇÃO COM O TURISMO NA SOCIEDADE CUBANA SOCIALISTA**

A partir da Introdução desta dissertação, procurei estabelecer o espaço contemporâneo em que meu objeto está inserido, partindo da premissa de que, na transição do século XX para o século XXI, observamos diversas transformações que moldaram a sociedade em que vivemos - uma sociedade baseada na informação, no consumo e no avanço tecnológico, caracterizando um momento *sui generis*.

A discussão que esta pesquisa trava, a partir dos autores que apontarei, é importante para um entendimento da relação entre nossa sociedade ocidental moderna e a sociedade cubana singular. Neste caso, a primeira está atingindo um estado de “liquidez” na concepção de Bauman, com um esvaziamento do tempo/espaço, um desencaixe destes e o processo de globalização. A minha hipótese aqui é que também o Estado e a sociedade cubana, recentemente, pela via do turismo, convergem para um modelo globalizado, incorporando um leque de características que o aproxima dos estados capitalistas contemporâneos, e que, porém, afora o âmbito da relação turística, afasta-se dessas características se mantendo enquanto um estado burocratizado com pouca informação e consumo racionado e restrito. Este será o norte de uma das reflexões que pretendo atingir ao longo da dissertação, ou seja, que relação é esta em que, de um lado, o Estado cubano atingido pela crise econômica promove uma abertura e inserção no mundo do capital globalizado e, de outro, mantém um fechamento a esta dinâmica da (pós) modernidade ocidental em época de globalização?

Tenho o entendimento de que existem diversos desacordos entre os autores que vou citar sobre o momento em que estamos situados. Para Giddens (1991) não vivemos



uma ruptura com todas as características da dita modernidade, e sim, ainda estamos na vigência de sua dinâmica, ainda que com esgarçamentos, o que nos remete a uma modernidade com um espectro universal em que não podemos observar fragmentações acentuadas, mas sim de uma *modernidade radicalizada* em que é proposta uma idéia de descontinuidade da modernidade. Para Bauman (2000) nos encontramos em um estágio de *modernidade líquida/fluida* que é um processo de liquefação do sólido, ou seja, de superação das referências morais e características da estrutura anterior - pesada, sólida, condensada, sistêmica - para uma sociedade pautada no consumo, prazer, artificialidade, enquanto para Hall (2002) e Featherstone (1995), os vemos também se contrapor à modernidade tradicional, sugerindo mudança ou interrupção envolvendo uma nova composição do social com princípios organizadores próprios e distintos, ou seja, dando ênfase ao *deslocamento relacional* que é chamado de *pós-modernidade*.

Apesar das diferenças encontradas entre esses autores citados, o que interessa para este texto é traçar uma relação entre tais teorias que tragam um embasamento às minhas hipóteses, no que diz respeito à questão desta dissertação: a atividade turística é um elemento de transformação das estruturas do modelo socialista cubano? Ou é uma dimensão de reforço destas estruturas ao explorar, pela via do turismo, uma identidade do estado-nação socialista e suas conquistas “revolucionárias”? Ou, ainda, haveria um processo de negociação entre essas duas tendências, o que implicaria ainda em uma afinidade eletiva entre o “turismo capitalista” e o “turismo cubano popular”?

Adentrando a discussão, é interessante pautar para este trabalho o papel da noção de *identidade* e como ela se reflete no desejo do visitante de encontrar uma *alteridade*. Aqui, o indivíduo que está decidido a dispendir o tempo livre no lazer de viajar é estimulado, por um desejo ao exótico criado pelos meios de comunicação (publicidade das agências turísticas dos países ocidentais, no caso, o Brasil; mas também nos materiais de propaganda do turismo “oficial” cubano) que tendem a mostrar uma população cubana marcada por uma *identidade autêntica*, em que desenvolveriam uma vocação - quase que natural - à hospitalidade e à sociabilidade. Além disso, apresentam uma Cuba parada no tempo, conservada em uma configuração de cunho histórico singular. Aqui, encontra-se uma afinidade eletiva entre o discurso das agências estatais cubanas e as ocidentais, que divulgam a realidade da ilha como de igual autenticidade e hospitalidade, com a diferença de que, da parte do regime cubano, este justifica tal singularidade devido à experiência do socialismo que teria fomentado essa sociedade solidária e acolhedora.

Posso destacar que a noção identidade é algo construído, mas que se mostra como uma condição natural de determinado coletivo. No caso de Cuba, o socialismo foi considerado como o elemento responsável por essa identidade solidária e, portanto, característica da própria nação, algo como um “cartão de visita” que deveria provocar o desejo de conhecer a ilha. E isso, de certa forma, foi referendado pela visão externa do turismo em relação à ilha.

Quando trato de identidade e exclusivamente de identidade nacional, posso elencar que,

Identidade nacional não são coisas com quais nós nascemos, mas são formadas e transformadas no interior da representação e a nação é um sistema de representações culturais, de produção de símbolos/signos (HALL, 2002, p.48-49)

Essas construções simbólicas que constroem simbolicamente uma ideia de “nacionalidade” são elaboradas para que exista um sentimento de identidade e lealdade para com o lugar onde se pertence e acarreta uma cultura nacional que nos faz produzir sentidos para podermos nos identificar. Esse sentido conecta as memórias do passado com o presente e as imagens construídas sobre tais memórias. A identidade nacional é uma “comunidade imaginada” (HALL, 2002).

Dentro dessa discussão proposta, Hall (2002) e autores como Bauman (2000) colocaram essas construções como determinantes das sociedades industriais modernas quanto à solidez, mas que o advento da globalização tendeu a universalizar tais características e tornar as identidades ligadas à liberdade de escolha do consumo, criando e recriando novas identidades individuais. Porém, o que proponho é analisar como o modelo social cubano foi construído e como os meios de comunicação estatais e os outros ligados ao mercado do turismo exterior criam alegorias e “mitos de origem”, promovendo um sentimento de identidade nacional/social socialista, para se construir uma imagem de uma sociedade distinta e singular em relação às demais. Enfim, esta identidade só pode ser experimentada, vivida, se manter unida com o “adesivo da fantasia” (BAUMAN, 2000, p.98)

Há uma narrativa da nação, tal como ela é contada e recontada nas histórias e nas literaturas nacionais, na mídia e na cultura popular. Esses fornecem uma série de histórias, imagens, panoramas, cenários, eventos históricos, símbolos e rituais nacionais que simbolizam ou representam as experiências partilhadas, as perdas, os triunfos e desastres que dão sentido a nação (...) o mito fundacional: uma história que localiza a origem da nação, do povo e do seu

caráter nacional num passado tão distante que eles se perdem nas brumas do tempo, não do tempo real, mas do tempo mítico (HALL, 2002, p.52-55)

No que diz respeito a esta pesquisa, é importante colocar que a ideia de que construção desta identidade cubana é posta desde seu mito de fundação, a partir das narrativas das diversas lutas travadas para se libertar dos seus colonizadores espanhóis e posteriormente pelas ditaduras impostas e financiadas pelos norte-americanos, em que existiram diversos heróis que marcam a construção de um espírito revolucionário, a presente luta contra o embargo dos EUA, os ataques dos “contra-revolucionários” e um futuro de resistência a esse cerco de manutenção das políticas sociais e um avanço do ideal baseado no socialismo. Essas narrativas de uma “história revolucionária” são o que moldam o imaginário construído da identidade cultural/social cubana, no qual a ideia de um dispositivo discursivo nacional é empregada em Cuba aliado as suas marcas simbólicas. Através desse dispositivo, buscam se diferenciar das outras nações modernas, marcados por uma “dialética revolucionária” do passado e do futuro, articulando as glórias do passado, com as lutas do presente e o impulso de avançar ainda mais neste modelo dito singular (HALL, 2000).

Quando parto deste momento contemporâneo do século XXI, baseio-me no fenômeno *globalização* como um pilar para qualquer discussão que envolve atores sociais se relacionando com o território e entre si mesmos. De forma breve, introduzo esta discussão para encaixarmos o papel de Cuba vinculado com seu turismo e os meios de propagá-los.

Inicio entendendo que o processo da globalização produz rápidas mudanças e é determinante para as características sociais do mundo contemporâneo, no sentido que acarreta em um deslocamento das identidades culturais nacionais e um afrouxamento da normatização voltada ao poder de escolha/liberdade do consumidor. Antony McGrew explicita que

A globalização é referida aqueles processos, atuantes numa escala global, que atravessam fronteiras nacionais, integrando e conectando as comunidades e organizações em novas combinações de espaço-tempo, tornando o mundo, em realidade e em experiência mais interconectado (apud HALL, 2002, p.68)

No que interessa a esta dissertação, parto do ponto tempo/espaço como dimensão preponderante destas mudanças, na expansão da (alta e/ou pós) modernidade. Entendendo um esvaziamento do tempo como pré-condição para o esvaziamento do espaço, em que o tempo é algo que molda o espaço, o deslocamento (real ou virtual) é diminuído no sentido temporal acarretando a um dinamismo radical no que se pretende

atingir. Isso resulta em diversos espaços (desencaixados e impessoais) com curto tempo e que este desencaixe é uma das coordenadas básicas para estes sistemas de representação (GIDDENS, 1991).

Chega-se, então, a um ponto que muito interessa a esta pesquisa, em que o advento da modernidade (líquida, radicalizada ou pós-modernidade) arranca crescentemente o espaço do tempo, resultando em relações entre “ausentes” localmente distantes de qualquer interação face a face (GIDDENS, 1991). Isso é vinculado ao papel dos avanços tecnológicos (característica fundamental da atualidade) que para o presente trabalho é crucial, pois os meios por que estudei e pesquisei para a formulação das ideias presentes neste texto advêm primeiramente da relação entre ausentes, ou seja, o papel da internet (blogs, sites e e-mail) e dos meios de propaganda que aqui são colocados em uma experiência refletida por um lugar “fantasmagórico”.

Os lugares permanecem fixos: é neles que temos “raízes”. Entretanto, o espaço pode ser “cruzado” num piscar de olhos- por avião a jato, por fax ou por satélite. Harvey chama isso de “destruição do espaço através do tempo” (HALL, 2002, p.72-73)

Diante disso, pretendo explorar a tensão entre a identidade imaginária da população cubana como una e solidária com a nova característica de identidade individual e consumista, tendo em vista que as identidades nacionais representadas por lugares, eventos e símbolos, chamados de particularistas é tensionada com uma identidade de cunho universalista/ pluralista.

Pensando nesse aspecto, uma das características do turismo atual globalizado é formar nichos de mercado, ou seja, explorar o diferente e fantasioso, explorando as potencialidades “locais” a partir das escolhas globalizantes (dos turistas) do consumo ofertado na localidade.

Juntamente com o impacto do “global”, a um novo interesse pelo “local”, onde a globalização (na forma da especialização flexível e da estratégia de criação de “nichos” de mercado), na verdade, explora a diferenciação local. Assim ao invés de pensar no global como “substituindo” o local seria mais acurado pensar numa nova articulação entre o “global” e o “local” (HALL, 2002, p.77)

A partir dessa discussão, penso que a forma como Cuba se mostra e interage com os fluxos de globalização, particularmente os turísticos, é através de uma auto-imagem calcada em um discurso identitário que articula a “dialética histórica” de passado/presente/futuro, moldando uma característica singular do seu povo e do habitante da ilha como um “exemplo de humanidade” frente a um mundo globalizado despersonalizado.

O que é mostrado ao turista visitante é a visão de uma sociedade e de um povo em torno de uma identidade de nação una. Diante disso, busco entender o turismo como uma forma do regime cubano mostrar uma sociedade unida e com identidade própria perante o cerco que lhe movem os seus inimigos. Através do turismo, busca-se romper este isolamento de certa forma, adaptando suas formas nativas às exigências de fora, mostrando ao exterior uma população que oferece o melhor de seus sentimentos desenvolvidos no regime socialista: a alegria, o acolhimento e a autenticidade.

O que pretendo investigar como hipótese é que o Estado cubano apresenta o lado melhor desta sociedade, apesar de suas dificuldades (acionamento, crise de abastecimento, atraso tecnológico, etc.), ou seja, desde sua culinária, charutos, música, religiosidade afro-cubana até a beleza de seu mar e praias, tanto explorados para um turismo de luxo, quanto por outro mais cultural, social e militante. Com isso, adaptando tal realidade ao que o turismo exterior pode oferecer e, até pragmaticamente, aceitando algumas distorções que ele pode gerar.

#### **A- Mídia, modernidade e consumo**

Neste item, teço reflexões sobre a relação entre o papel da mídia como fomentadora dos desejos criados para o ato de viajar e como o consumo está diretamente vinculado a este tipo de experiência de “visita a Cuba”.

No que tange a este papel fomentador da mídia, tracei e me apropriei dos tipos de aproximação/interações promovidos pelos meios de comunicação e como estes tentam obter dos que visualizam e consomem tal produto. A partir das leituras de John B. Thompson e seus estudos acerca de uma teoria social da mídia (THOMPSON, 1998), destrinchei tal interação entre os meios publicitários e o receptor destes, assim como trazendo esta relação para o objetivo principal do presente texto.

São elencados na sociologia de Thompson três tipos de interações que, neste caso, foram abordado a a partir de um discurso global da mídia e os receptores desses produtos. São eles *interações face a face*, *interações mediadas* e *quase interações mediadas*.

No que tange às *interações face a face*, conceituo como interações que ocorrem em um contexto de co-presença, em que os participantes estão em um mesmo momento, ou seja, partilhando de um mesmo sistema referencial de espaço/tempo. Essas interações possuem estruturas determinadas de diálogos, “aqui, agora, este, aquele”, que

estão presentes na determinação da relação. Tal interação tem, portanto, caráter dialógico, quando exercitada a prática da relação/comunicação: quem recebe pode diretamente responder ao enunciador e vice-versa, tendo também empregado uma multiplicidade de “deixas” simbólicas (gestos, piscadas, franzimento de sobrancelha, mudança de entonação, etc.) para transmitir a mensagem e interpretar por ambos os lados. Essas deixas simbólicas têm como objetivo enfatizar a realidade/veracidade/compreensão da comunicação. Se, nas formas simbólicas, forem detectadas inconsistências, isso pode acarretar em reações de impedimento do diálogo (THOMPSON, 1998, p.78).

No caso da produção do turismo, esse tipo de interação *face a face* é representativo das atividades das agências de turismo que reproduzem um discurso estruturado pelos tipos de publicidade moldados pela(s) mídia(s) globais. É nesta relação que impera a relação subjetiva das “deixas” simbólicas com a resultante do receptor a uma resposta direta satisfatória ou não. Pensando o deslocamento a Cuba, percebi que as empresas/agências tendem a ter apenas um relativo tipo de subjetividade no caso da interpretação deste discurso. Pude perceber que, quando um cliente solicita um serviço para compra de “pacotes” de viagem, existe um discurso padrão/geral acompanhado de uma mídia/publicidade genérica e quanto à interpretação/’jogo de cintura” dos vendedores individuais, ou seja, neste campo da subjetividade, ainda se carecia de certo traquejo. As agências que visitei, em sua grande maioria, deixavam a desejar nesta relação do convencimento e da autoridade<sup>7</sup> para se promover este destino de viagem.

Posteriormente, Thompson discorre sobre a *interação mediada*, que são aquelas interações que contrastam com a *face a face*, mas através do uso de um meio técnico (papel, fios elétricos, ondas eletromagnéticas, etc.) no qual estas possibilitam a interação/comunicação/transmissão de informação e conteúdo simbólico para indivíduos distantes no espaço, no tempo ou em ambos. Estas podem estar diferentemente da interação imediata, em espaço e tempo distintos e por isso tem poucas “deixas” simbólicas restringindo a ambiguidade da comunicação e dificultando ao indivíduo o recurso da interpretação das mensagens transmitidas (THOMPSON, 1998, p.79). Neste caso, percebo nas relações estabelecidas entre agências e fomentadores do turismo com os receptores, o uso da internet enquanto função comunicadora (não

---

<sup>7</sup> Autoridade no sentido de ter conhecimento sobre o produto e poder elevar ele em um aspecto que te fomenta desejo a consumir tal localidade.

exposta por Thompson devido ao tempo em que foi escrita sua obra) fundamental para tal interação através da utilização dos e-mails e aplicativos de relações dialógicas.

A terceira e última interação é a que mais interessa nesta pesquisa para tratar da questão da criação de desejos e imaginários dentro da realização da experiência da viagem turística. A *interação quase imediata*, que engloba as relações estabelecidas pelos meios de comunicação de massa com seus receptores, ou seja, através da utilização de *folders*, livros, jornais, páginas da *web* e televisão, são interações de cunho monológico nas quais o fluxo de comunicação de sentido único possui um baixo nível de reciprocidade, em que suas interações simbólicas são produzidas para um número indeterminado de sujeitos, o que cria uma situação social no qual os indivíduos se ligam uns aos outros por conta da comunicação e intercâmbio simbólico (THOMPSON, 1998, p.80). Esta é basicamente uma situação estruturada na qual alguns indivíduos se ocupam principalmente na produção de formas simbólicas para outros que não estão fisicamente presentes, esta maioria apenas recebe formas simbólicas produzidas por enunciadores a quem não pode responder, mas com quem pode criar laços de amizade, afeto e lealdade.

Minha hipótese é que meu caso se aproxima desta *interação quase imediata*, que abrange o campo do fomento de um imaginário e formas simbólicas pelos meios midiáticos de propaganda publicitária, aproximando o receptor de uma interpretação distanciada que tem como princípio a busca por um “sonho”/prazer de uma experiência construída pelas estruturas da propaganda turística. Os desejos criados para o deslocamento a Cuba, difundidos tanto pelo discurso do “romantismo revolucionário” e da “hospitalidade” intrínseca dos seus habitantes quanto por um turismo mais globalizado com a imagem de praias exóticas e através das grandes cadeias hoteleiras chegam ao receptor através desta interação subjetiva, construída e de feixes simbólicos interpretativos, no qual se mantém a indústria do turismo cubana.

Ao prosseguir para a concepção de consumo e sua relação travada com a indústria e as instituições de deslocamento de lazer, parto da ideia de que o Estado cubano comunista se insere na globalização e no mercado capitalista a partir da promoção e a execução do consumo globalizado e estrangeiro. E esse Estado se coloca economicamente para o mundo nas formas de produção relacionadas aos deslocamentos referidos ao lazer.

Aciono autores como Featherstone (1995) e Bauman (2000) basicamente nas obras “Consumo e pós-modernismo” e “Modernidade Líquida”, para desenvolver a hipótese sobre o papel que o turismo exerce nesta situação econômica dúbia (entre

economia planificada e “enclaves” de “mercado” na atividade turística) que se passa atualmente em Cuba. Os autores traçam perspectivas interessantes para se tratar do consumo de forma geral. Ressalto, porém, que vou me concentrar no consumo ligado à atividade do lazer. Para uso deste trabalho, os bens de consumo não são iguais aos bens de uso e sim referentes a uma “fantasia” em que o papel chave são os meios de comunicação na produção de certo excesso de imagens e informações que ameaçam um sentido de realidade (FEATHERSTONE, 1995, p.121). Na formulação de Bauman, “A vida organizada em torno do consumo, por outro lado, deve se bastar sem normas: ela é orientada pela sedução, por desejos sempre crescentes e quererem voláteis” (BAUMAN, 2000, p.90).

A partir do primeiro autor entendo que, primeiramente, concepção de consumo tem como premissa a expansão da produção do capitalismo e das mercadorias deste modelo, onde se dá uma vasta acumulação de mercadorias culturais na forma de bens de consumo. Nessa modalidade, encontra-se uma concepção do lazer que cria laços de individualidade do poder de consumir que pode ser resultante de um controle/manipulação ideológico dos detentores da produção do consumo (FEATHERSTONE, 1995).

Parto da premissa de que o uso da mercadoria é um vínculo para determinar distinções e que prazeres emocionais do consumo, sonhos e desejos celebrados no imaginário cultural produzem tipos de excitação física e prazeres estéticos que reverberaram na produção particular do que tem que ser consumido.

É importante destacar que vemos uma ruptura com o que Bauman chama de “consumo fordista”, marcado pela produção mais uniforme para outro tipo marcado pela diferenciação em que a necessidade de novos mercados e novos públicos fomentados pela publicidade e a mídia é uma tendência crescente. O valor de bens de uso é superado pelo valor de troca, sendo assim, as mercadorias passam a ter certa liberdade e variedade definidas na escolha. Estas estão aliadas a uma ilusão cultural, posto que a publicidade é foco de criação de tais ilusões e explorá-las fixando imagens de exotismo, beleza, realização, comunalidade e vida boa nos bens de consumo mundano, tais como bebidas alcoólicas, máquinas e o turismo, que pesquiso nesta dissertação (FEATHERSTONE, 1995, p.32-33). É importante destacar também, para o autor, que este caráter subjetivo da exploração dos imaginários românticos abre brecha para uma individualização de escolha ou decodificação do que consumir posto em relação a sua experiência e busca do prazer (CAMPBELL, 2001). Destaca-se que o indivíduo



contemporâneo se comunica a partir das experiências, estilos e bens de consumo quebrando e descartando sucessivos obstáculos “sólidos” que limitam o vôo livre da fantasia (BAUMAN, 2000, p.89).

A preocupação com o estilo de vida, com a estilização da vida, sugere que as práticas de consumo, o planejamento, a compra e a exibição dos bens e experiências de consumo na vida cotidiana não podem ser compreendidos simplesmente mediante concepções de valor de troca e cálculo racional instrumental (..) Transforma-se o estilo num projeto de vida e manifestam sua individualidade e senso de estilo na especificidade do conjunto de bens, roupas, praticas, experiências, aparências e disposições corporais destinados a compor um estilo de vida (FEATHERSTONE,1995, p.123)

Vemos a partir do autor que a sociedade de consumo torna-se essencialmente cultural,

A vida social fica desregulada e as relações sociais tornam-se mais variáveis e menos estruturadas por normas estáveis. A superprodução de signos e a reprodução de imagens e simulações resultam numa perda do significado estável e numa estetização da realidade, na qual as massas ficam fascinadas pelo fluxo infinito de justaposições bizarras, que levam o espectador para além do sentido estável (FEATHERSTONE, 1995, p.34).

Essa é para Jameson, uma “cultura sem profundidade” que emana a partir do final da II Guerra Mundial, tornando a sociedade moderna sujeita à saturação de signos e mensagem, em que é possível dizer que tudo na sociedade atual tornou-se cultura, (JAMESON, 1979 *apud* FEATHERSTONE, 1995, p.34) e que o ingrediente “romântico” desta é o papel fundamental para o desenvolvimento do consumo moderno (CAMPBELL, 2001).

Ao adentrarmos na questão do consumo, podemos destacar que é o poder de consumo que molda as relações hierárquicas e de demarcação social, em que a maneira de se consumir determinados produtos e a forma de utilizá-los determina em maior número o grau da esfera social a qual pertence. A maneira como diferentes grupos de grau social distintos consomem é o que determina o caráter e a qualidade deste produto.

Um fluxo constantemente renovado de mercadorias torna mais complexo o problema da leitura do status ou posição hierárquica do portador de mercadorias. É nesse contexto que se tornam importantes o gosto, o julgamento discriminador e o conhecimento ou capital cultural que capacitam grupos ou categorias específicas para a compreensão e classificação adequada das mercadorias novas, bem como para a maneira de usá-las (FEATHERSTONE, 1995, p.36)

É, de fato, importante para este trabalho identificar que, a partir deste novo caráter do consumo, percebo que há um crescimento de condições cada vez maiores de

bens de consumo simbólico, em que cada vez mais existem novos especialistas e intermediários culturais capazes de vasculhar diversas tradições e bens culturais para criar e recriar novos bens simbólicos e fornecer interpretações suficientes para que o consumidor se veja interessado e “apaixonado” pelo produto, a fim de se obter a experiência desejada/imaginada (FEATHERSTONE, 1995).

Especificamente no que tange ao turismo reproduzido em forma de consumo, pode-se dizer que a produção econômica do consumo é ligada ao excesso. Isso se dá tanto no capitalismo, quanto, arrisco-me a dizer, em aspectos do modelo socialista/estatizante do Estado cubano que interagem mais de frente com a globalização, ao menos no que observei da propaganda turística, contrastando com a penúria e a simplicidade da vida cotidiana de Cuba. Nesse caso, vemos um apelo à produção da publicidade destacando as imagens e locais de consumo que endossam os prazeres individuais e coletivos ligados ao excesso. Dessa forma, as imagens e explorações simbólicas dos locais de visitação promovem uma ilusão entre a fronteira da arte e da vida cotidiana. Seguindo nessa linha, o que   proporcionado ao consumidor   um imaginário espetacular, justaposi es bizarras, confusões de fronteiras e numa mistura de imagens, pessoas, em que esses lugares de desordem cultural tornam-se fontes de fascínio, desejos e posteriormente nostalgias (FEATHERSTONE, 1995).

A cultura de consumo, por meio de publicidade, da média e das técnicas de exposi o das mercadorias,   capaz de desestabilizar a no o original de uso ou signifi a o dos bens e afixar neles imagens e signos novos, que podem evocar uma série de sentimentos e desejos associados (FEATHERSTONE, 1995, p.160)

Mas, em contraponto,   interessante destacar que

A satisfa o e o prazer são sensa es que não podem ser postas em termos abstratos: precisam ser “subjetivamente experimentadas” - vividas. Nunca saberemos com certeza se nossas sensa es são tão profundas e excitantes, tão prazerosas em suma, como as do próximo (BAUMAN, 2000, p.92)

Ao longo do texto, defendo que as peças publicitárias como nos Guia Turísticos que pesquisei (2012) exercitam uma cria o e um fomento ao desejo, por meio de uma romantiza o dos locais turísticos da saga da Revolu o em Sierra Maestra e do seu povo alegre, hospitaleiro, como produto da experiência de “fraternidade” socialista; e também a partir de uma estetiza o da paisagem, como um local exótico ou “parado no tempo”, logo não sujeito   contamina o da modernidade desordenada capitalista.   realmente importante destacar que isso se deve   expansão das imagens fotográficas e

dos meios de comunicação advindos da internet que intensificam um discurso imaginado acerca da experiência turística,

Sua dependência não se limita ao ato de compra. Lembre-se, por exemplo, o formidável poder que os meios de comunicação de massa exercem sobre a imaginação popular; coletiva e individual. Imagens poderosas, “mais real que a realidade”, em telas ubíquas estabelecem os padrões da realidade e de sua avaliação, e também a necessidade de tornar mais palatável a realidade “vívida” (BAUMAN, 2000, p.99)

“Neste mundo estetizado das mercadorias as lojas de departamento, galerias, bondes, trens, ruas, a trama de edifícios e as mercadorias em exposição, além das pessoas que perambulam por esses espaços, evocam sonhos parcialmente esquecidos à medida que a curiosidade e memória do passante e alimentada pela paisagem em constante mutação, onde os objetos aparecem divorciados de seu contexto e submetidos a associações misteriosas, que são lidas nas superfícies das coisas (FEATHERSTONE, 1995, p.44)

Ficará mais evidente, ao longo desta dissertação, que o ato de viajar é dependente da iniciativa promovida pela publicidade como provedora do desejo à experiência da viagem com as imagens, signos, bens simbólicos evocativos de sonhos e de um discurso próprio para o consumo do idealizado e das próprias emoções obtidas antes, durante e depois do deslocamento.

Para se movimentar através dos espaços urbanos ou vivenciar os espetáculos dos parques temáticos e museus, é preciso um “descontrole controlado das emoções” (WOUTERS, 1986). As imagens podem evocar prazeres, perturbações, carnavalização e desordem, mas é necessário ter autocontrole para vivenciá-las (FEATHERSTONE, 1995, p.45)

Diante da demarcação do que é cultura do consumo e suas formas exercidas nas práticas turísticas dos indivíduos, defendo que o consumo é um marco para determinar e distinguir as características dos turistas, os seus desejos, as buscas românticas ao exótico e como isto é determinado pelas posições das interpretações publicitárias que fomentam experiências imaginosas. Uma característica comum aos bens de consumo é a sua tendência a ser uma produção direcionada para um nicho específico de consumidores. Dá para se depreender isso ao tratar do turismo para Cuba, pois o que vai ser mostrado ao longo da dissertação é que os produtos criados pelos publicitários para que se efetue a viagem a Cuba são específicos e evocam a condição local cubana como subjetiva e romântica.

É interessante questionar o papel do consumo na sociedade cubana, que a meu ver se dá economicamente de forma dúbia, no sentido da sua experiência social

cotidiana e sua produção para o turismo O Estado cubano, diante do embargo norte-americano, controla sua população a partir do racionamento do consumo, onde a individualidade de escolha dos produtos é inexistente e, a partir do subsídio aos bens comuns, determina o poder de escolha dos indivíduos acarretando internamente em uma publicidade restrita que se difere do modo de produção de consumo das sociedades capitalistas.

No entanto, a política turística cubana se insere neste tipo de consumo contemporâneo praticado nas sociedades capitalistas quando, ainda que em uma faixa de sua sociedade, abre as portas ao capital estrangeiro, às grandes cadeias hoteleiras e ao turismo massificado representado pelo turismo de descanso, pesca, e das belezas caribenhas. Ao mesmo tempo, veicula um imaginário sobre seu povo e território que valoriza a solidariedade e o compartilhamento (anti-consumo) a fim de se inserir no mercado turístico internacional. Isso, sem dúvida, acarreta contradições, mas também negociações entre os dois modos sociais de vida.

## **B- Cuba, Lazer, Imaginário e Hospitalidade**

Ao pesquisar particularmente o exercício do turismo em Cuba, percebo que o advento do “não trabalho” e do “tempo livre” são conceitos que determinam a prática do “lazer” e da participação dos atores sociais nas atividades socioculturais turísticas que serão abordadas a partir das concepções do imaginário e da hospitalidade inseridas nas peças publicitárias.

Trato nesta pesquisa o conceito do lazer a partir da obra de Jofre Dumazedier (2004), que recobre uma série de ocupações exercidas pelos indivíduos, que tendem a preencher o espaço/tempo não vinculado às práticas da ocupação profissional, ou seja,

O lazer é um conjunto de ocupações às quais o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou, ainda para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais (DUMAZEDIER, 2004, p.34)

Temos, então, que o lazer é baseado na distância do local de trabalho e de seu ambiente de vivência, ou seja, sua habitação natural, casa/moradia. Avançando nesta concepção, conceituarei três tipos de lazer, referências para esta pesquisa a partir do autor com que estou trabalhando.

Dumazedier retrata o lazer de tipo *função de descanso*, que corresponde a sanar uma deterioração do corpo/físico desgastado pelas obrigações da vida habitual e acentuada pela função/rotina do trabalho que procura estabelecer a distância do trabalho/casa a uma busca ao ócio e o conseqüente descanso (DUMAZEDIER, 2014). Percebo então, uma aproximação entre este tipo de lazer, classificado por Dumazedier e o que se propõe veicular as grandes peças publicitárias do turismo comercial.

Entendo que este tipo de lazer reproduz nas imagens de sua propaganda - tanto nas vinculadas pelos meios de comunicação em geral quanto pela propaganda do Estado cubano - um turismo em Cuba aproximado do turismo massificado/globalizado, nos moldes das sociedades contemporâneas do chamado mundo capitalista em geral. A partir dessa aproximação, percebo que a publicidade em questão atua para impulsionar os turistas estrangeiros a visitar Cuba a partir da possibilidade da experiência do descanso, particularmente em praias exóticas, com serviço de alta qualidade em *resorts*, remetendo a este viajante um serviço que proporcionará um não “trabalho”. É interessante, aqui, observar nas diversas imagens que coletei, em diversas peças publicitárias veiculadas nas mídias, uma aparência dos locais turísticos da ilha marcados pelo gozo do descanso e a fuga das obrigações familiares, nos quais seus filhos e companheiros estão livres e seguros para realizar seu repouso (cf Anexo em Imagens, I).

Em seguida, Dumazedier irá classificar o lazer de *função de divertimento, recreação e entretenimento*, que consiste em um meio de se afastar da fadiga e do tédio, e promover uma ruptura com o universo repetitivo, sendo este tipo de lazer um fator de compensação que tenta superar as coerções da vida cotidiana sempre em busca de uma vida de contemplação, fuga por meio de divertimento, evasão para um mundo diferente e diverso do enfrentado todos os dias (DUMAZEDIER, 2014). Nesse quadro, associo o lazer de descanso com o de entretenimento, no sentido de que os dois se aproximam ao turismo globalizado “de massa”, no intuito de que os dois fenômenos do lazer se utilizam dos recursos naturais cubanos (praia, sol, mar) e dos equipamentos turísticos do mesmo (*resorts*, pesca marinha e campos de *golf*). Percebo essa relação quando me deparei com a peça publicitária que representa a pesca marinha (cf Anexo em Imagens, II), vemos dois sujeitos aparentemente relaxados e alegres pescando um peixe significativamente exótico - de um lado um sujeito no seu tempo de “não trabalho” e outro servindo ao equipamento turístico. O que queremos abordar é o detalhe do ajudante (empregado) que representa a condição para que o turista não faça esforço e se mantenha no estado de descanso, pois este fará o serviço de carregamento e compras

dos materiais essenciais para o “prazer” do hóspede, além de buscar sanar qualquer possível imprevisto. Aqui, detecto um lazer de entretenimento (prática da pesca marinha) intercalado com o descanso fora do seu ambiente casa/trabalho das responsabilidades profissionais e de sustentação.

Adentrando a terceira e última função do lazer denominada de *função de desenvolvimento da personalidade*, que segundo Dumazedier é uma ação dependente de seu interior, do mecanismo do pensamento e de sua ação na vida cotidiana, nas palavras do autor:

[...] permite uma participação social maior e mais livre, a prática de uma cultura desinteressada do corpo, da sensibilidade e da razão, além da formação prática e técnica; oferece novas possibilidades de integração voluntária à vida de agrupamentos recreativos, culturais e sociais; possibilita o desenvolvimento de livre de atitudes adquiridas na escola, sempre ultrapassada pela contínua e complexa evolução da sociedade e incita a adotar atividades ativas na utilização de fontes diversas de informação tradicionais ou modernas (imprensa, filme, rádio, televisão). (DUMAZEDIER, 2014, p.33-34)

Sendo essa função agregadora de novos desenvolvimentos de aprendizagens individuais e voluntárias que sustentarão a experiência da vida cotidiana, contribuindo para suas condutas internas e transformando-as na volta a vida social da normalidade.

Percebo, a partir deste tipo de lazer, uma aproximação com o discurso das peças de divulgação do turismo de cunho “romântico-revolucionário”. Essas explicitam um imaginário de um turismo de aprendizado histórico-cultural, um convívio com uma aura única e igualitária e com uma sociabilidade dos habitantes cubanos que aglutinará experiências a sua volta.

Ao analisar as imagens contidas no Guia turístico *Lonely Planet* (cf Anexo em Imagens, III, IV e V), detecto um apelo a um turismo diferenciado e singular, regado de aprendizados socioculturais, estimulando tal como formula Dumazedier, uma *função de desenvolvimento da personalidade*. Para o Guia *Lonely Planet*, “Os *outdoors* se tornaram o meio de preservação da propaganda política (...) é impossível viajar sem deparar com um lema de Che ou um poema quase bíblico exaltando as virtudes heroicas de José Martí” (SAINSBURY e WATERSON, 2012, p.11). Essa citação é colocada para provocar uma vivência interior de um apreço por consignas políticas e não mera propaganda nos seus *outdoors*, e de certa forma, evoca um saudosismo romanceado dos épicos da revolução cubana (cf Anexo em Imagens, VI, VII, VIII). Da mesma forma, o discurso do Guia também estimula uma experiência sociocultural significativa, na direção do que Elias chamou de “processo civilizador” (1990).

Coloque a prova suas ideias preconcebidas a respeito do país (...) Estudantes eruditos, uma vida noturna agitada, criatividade ousada e hospedagem em casas com mais relíquias que os museus de arte (SAINSBURY *et* WATERSON,2012, p.11).

Quanto ao conceito do imaginário, um dos recursos teóricos importantes para o desenvolvimento desta pesquisa, procuro entender no que é difundido pelos meios de comunicação do Estado cubano e dos demais dispositivos publicitários, uma iniciativa de produção de desejos e expectativas vinculadas a imagens produzidas.

Tomo o conceito a partir dos pensamentos desenvolvidos por Gilbert Durand em uma interpretação da visão de Gaston Bachelard,

Aqui, imaginário refere-se às representações e aos símbolos que guardam uma autonomia em relação ao empírico, ao perceptivo e ao mnemônico. Os estudos do imaginário postulam a universalidade de certas imagens chamadas de *arquétipos* que desempenham um papel crucial no campo das motivações psicológicas e culturais das sociedades. O imaginário diz respeito à força simbólica de determinadas imagens nas condutas e mentalidades dos indivíduos. (DURAND,1989, p.29)

Sugiro, então, entender o imaginário como um modo de criar desejos, sonhos, crenças e formas, contribuindo para a escolha de determinadas iniciativas, ou seja, essa informação “imaginada” se insinua e modela a vida psíquica e social dos indivíduos.

Esta pesquisa defende o ponto de vista de que a sociedade/civilização da imagem é anterior à “sociedade do consumo”, na qual primordialmente o pensamento e a vida dos homens são modeladas e refletidas por tais imagens do que o ato de se consumir (ROCHA PITTA,1984). No campo da indústria do turismo, a atividade do imaginário é a de produzir sonhos e deslocamentos, desde a busca pelo exótico e o desconhecido até as atividades pré-definidas, como roteiros turísticos que prometem experiências ligadas à aventura. Desse modo, no turismo, o imaginário funciona como uma forma de desfrutar o sonho desconhecido, enquanto um objeto palpável, em que o sonho e o símbolo tomam corpo e consistência ontológica acarretando o reencontro romântico da espiritualidade e da imagem (ROCHA PITTA, 1984).

O imaginário não será aqui trabalhado como uma dimensão englobante, mas como uma construção que estabelece uma diferença entre imagens, valorizando a especificidade daquelas produzidas em Cuba (URRY, 1996, p18). Esse imaginário se traduz em vários tipos de produtos criados para estimular o turismo na ilha, como guias, *folders*, livros, etc. (URRY, 1996, p.18), que desenvolvem o que na disciplina do Turismo chamamos de “imagens de destino” e fomenta a criação de uma subjetividade

que culminará no desejo de viajar e conhecer o local que se almeja. É interessante destacar que esse imaginário não é somente explorado como um todo acabado, analisável em séries fixas, mas também como um processo constante de equilíbrio e desequilíbrio no qual os procedimentos experimentais podem positivamente intervir, em que especificamente no turismo cubano essas experiências individuais e históricas modelam o imaginário a ser fomentado pelo mercado desta indústria turística (ROCHA PITTA,1984).

No caso do imaginário turístico em Cuba, o que postulo é que existe uma afinidade das estratégias de divulgação de imagens socioculturais da ilha por agências de turismo das sociedades modernas capitalistas, com aquelas produzidas pelas estruturas turísticas do Estado Cubano difundindo um imaginário da cultura cubana como *autêntica*, por meio de uma sociabilidade *hospitaleira*, vinculada a um histórico revolucionário que traduz o povo cubano.

Cada cultura tem suas imagens privilegiadas como possui suas modalidades culinárias próprias, mas cada cultura tem também suas “drogas” que intervêm ao nível da normalização cultural de uma sociedade, pode igualmente intervir ao nível das deficiências do imaginário para “normalizar, compensando as divagações habituais em “hipo” ou em “hiper”, ao nível da imaginação individual (ROCHA PITTA,1984, p.26-27)

Ao me referir ao termo “hospitalidade”, estou de forma indireta associando o conceito do imaginário à abordagem dos meios de comunicação e seu mecanismo de criar desejos ao exótico. Passo a explicitar o que concebo como “hospitalidade” e demonstrar os momentos em que está presente no imaginário da hospitalidade dentro dos veículos de propaganda turística.

Parto da ideia de que a hospitalidade como conceito é “uma troca contemporânea, idealizada para aumentar a reciprocidade (bem estar) entre as partes envolvidas através da oferta de alimentos e/ ou bebidas e/ ou acomodação” (LASHLEY; MORISSON, 2004, p.4) e que trabalha sob a ótica de três dimensões, sob a perspectiva do *social, privado e comercial*.

Vemos que a hospitalidade de domínio *social* considera cenários sociais em que os atos ligados à condição de hospitalidade ocorrem junto com os impactos de forças sociais sobre a produção e o consumo de alimentos, bebidas e acomodação (LASHLEY; MORISSON, 2004, p.5). Identifico esse tipo de hospitalidade próximo do que quero tratar quanto aos meios de propaganda do turismo em Cuba, que procuram promover seus habitantes a partir do que chamamos de “vocalização hospitaleira”, ou seja, um



imaginário de que a população cubana atual tem vocação incorporada para a hospitalidade que é advinda de uma experiência histórica construída no modelo que se mantém desde a gênese da revolução em 1959. Tal vocação é explorada como algo “genuíno”, produto dessa experiência histórico-social revolucionária em Cuba. Tudo isso visa criar laços com o turista estrangeiro no intuito de fazer este visitar Cuba.

Os motivos ligados a hospitalidade são aqueles em que a preocupação relativa a satisfação e bem-estar do hóspede, no seu interesse próprio, são predominantes (..) e as pessoas hospitaleiras, aquelas que possuem o traço característico da hospitalidade são aquelas que acolhem muitas vezes por um ou mais de um motivo ligado a hospitalidade (TELFER, 1996, p.90)

O domínio privado considera o âmbito das questões associadas à oferta da “trindade” no lar, assim como leva em consideração o impacto do relacionamento entre anfitrião e hóspede (LASHLEY; MORISSON, 2004, p.6). Em Cuba, esta é uma prática “informal”, mas, apesar disso, é cada vez mais crescente o número de cubanos que fazem desta uma realidade.

Na vida cubana e em sua economia voltada ao turismo, tornou-se uma realidade os habitantes da ilha abandonarem suas profissões para cederem suas casas como hospedagem, suas mesas como restaurante - comendo junto dos visitantes, e o carro de sua família para passeios e traslados turísticos. Diante disso, percebo a importância de um olhar para esta hospitalidade específica que, apesar de ter como intuito inicial as trocas comerciais, são as trocas simbólicas que marcam os laços dos turistas estrangeiros com os habitantes locais. Assim, pode-se confirmar que “A oferta de alimentos, bebidas e acomodação representa um ato de amizade, cria laços simbólicos e vínculos entre as pessoas envolvidas na partilha da hospitalidade” (LASHLEY; MORISSON, 2004, p.15). Ainda de acordo com Lashley e Morisson, pode-se afirmar que

Embora a hospitalidade fosse muitas vezes expressa numa série de ações privadas e por um anfitrião particular, ela era articulada com base numa matriz de crenças partilhadas e publicamente articuladas (LASHLEY; MORISSON, 2004, p.6-7)

A troca comercial e mercadológica que acontece entre o receptor e o fornecedor da hospitalidade, mas o ambiente doméstico é revelador, já que as partes interessadas estão desempenhando papéis que vão além dos estreitos relacionamentos mercadológicos. (LASHLEY; MORISSON, 2004, p.15)

O tipo de hospitalidade de domínio comercial é o que menos abordo nesta pesquisa. É conceituado como “o domínio comercial [que] diz respeito à oferta de hospitalidade enquanto atividade econômica e inclui atividades tanto dos setores privado quanto público” (LASHLEY; MORISSON, 2004, p.6). No que tange a esse tipo de hospitalidade, entendo que se segue um modelo de grandes empresas, parques e museus que representam um tipo padronizado de relações sociáveis entre agentes, nativos locais e turistas.

O relacionamento movido comercial e mercadologicamente, que permite ao cliente uma liberdade de ação que o indivíduo não poderia sonhar em demandar num ambiente doméstico, é um dos benefícios asseverados pela “indústria da hospitalidade (...)A oferta da hospitalidade comercial depende da reciprocidade com base na troca monetária (LASHLEY; MORISSON,2014, p.16-18)

Postas essas questões, entendo que minha pesquisa trata da hospitalidade *social* e *privada* que, a meu ver, representa o tipo de turismo e propaganda específico que quero aprofundar no caso cubano.

Em todo ser humano predomina um ou outro entre um desses dois instintos: o instinto ativo ou positivo de oferecer hospitalidade, e o instinto passivo ou negativo de aceita-la. E cada um desses instintos é tão significativo do caráter, que pode-se muito bem dizer que a humanidade se divide em duas grande categoria: anfitriões e hóspedes (BEERBOHM,1920 *apud* LASHLEY; MORISSON, 2014, p.28)

O que desejo apresentar para o caso do turismo cubano, é uma diferenciação entre o panorama de turismo desenvolvido em uma sociedade capitalista (pautada nas trocas de mercado - *commodities*) e a socialista (pautada nas trocas devido às necessidades de captação de divisas), em que a atividade turística comercial adentra, mas negocia e se nutre de uma imagem de partilha e solidariedade marcadamente ligada ao que querem demonstrar com uma sociabilidade nativa-cubana (HYDE, 2010).

As atividades de hospitalidade dão oportunidade para a avaliação social dos indivíduos e para manifestações sociais, de status, e vai além estas atividades ajudam no desenvolvimento de laços sociais com terceiros e na satisfação subsequente das necessidades sociais (LASHLEY; MORISSON, 2014, p.12)

O que estou a sugerir é que a imagem pela qual Cuba é principalmente representada (nos redatores dos guias das agências exteriores a Cuba e nos órgãos oficiais de turismo estatal, por motivos distintos mais afins) é a de um povo movido por uma *vocação hospitaleira*.

## **C- Turismo em Cuba; eventos históricos, seus modelos turísticos e suas características**

Proponho, agora, associar os eventos e marcos históricos de Cuba e as rupturas de seu sistema econômico e social ao longo dos últimos 60 anos, pós-revolução de 1959, com as diversas modificações que o turismo também sofreu na ilha, buscando ver como o contexto histórico é predominantemente decisivo para o tipo de turismo que foi e é implantado. É importante destacar que o processo de desenvolvimento do turismo na atualidade é uma das atividades preponderantes para a inserção de Cuba na economia mundial e que a ilha cubana dá um destaque a tal produção.

El turismo como factor de desarrollo económico local constituye en la actualidad un tema de vital importancia dentro de la economía mundial. Nuestro país no está exento de esta tendencia ya que desde la década de los noventa debido a manifestaciones coyunturales y estructurales de la economía cubana este sector se ha ido situando en la vanguardia dentro del ámbito económico. (ABAD; GUTIERREZ, 2008, p.1)

De forma breve, destaco que, no final do século XIX, inicia-se um deslocamento para Cuba a partir de navegações e de encontros das frotas espanholas na troca do ouro e de iguarias específicas provocando a chegada de pessoas, viajantes estrangeiros de distintas nacionalidades, e hábitos que acarretaram construção de alojamentos, logo, um forte êxodo de trabalhadores e investidores norte-americanos por conta da proximidade (ABAD; GUTIERREZ, 2008).

Em um primeiro momento, a partir da descolonização cubana, contextualizo dois modelos governamentais postos em prática na ilha que influenciam diretamente a vida socioeconômica e turística em Cuba. O primeiro deles diz respeito aos governos que se sucederam antes da revolução cubana em 1959. Esse período foi marcado pela ditadura de Machado em 1932, seguida por um frágil interregno democrático, no qual se sucederam os governos de Grau San Martín, Fulgencio Batista e Prío Socarrás. E, por fim, pela ditadura de Batista em 1952, de caráter extremamente violento e repressivo que se alongará até sua derrocada em 1959 (SADER, 1985).

É interessante apresentar os eventos históricos marcantes que modificaram o turismo na ilha cubana. Por isso, dou um salto histórico e sigo para analisar a partir do governo ditatorial de 1952 do comandante Fulgencio Batista (1952-1959) que, segundo Sader, acarretou um saldo negativo em termos sociais para o país de um acréscimo brutal da desigualdade, com mais da metade das terras na mão de estrangeiros, 400 mil famílias vivendo em barracões, 200 mil cubanos vivendo sem luz, 98% das crianças com parasitas e mais de 1 milhão de pessoas desempregadas (SADER, 2001).

Com isso, vemos o turismo pré-revolução socialista expressar essa questão histórica e social vivida na ilha, a partir dessa série de governos antidemocráticos e militares. Acrescenta-se a isso toda uma ligação dos poderes cubanos ao dos EUA e aos interesses de suas grandes empresas capitalistas. Isso se refletia na produção do lazer-turístico da ilha, pondo em prática um plano turístico em que hotéis, cassinos, prostíbulos e tráfico de drogas eram ligados à máfia norte-americana e a um dos presidentes da época, Richard Nixon, que controlavam a costa leste de Havana. Tamanha era a colaboração turística entre os governos cubanos e alta burguesia dos EUA, que os hotéis em Cuba detinham embarcadouros próprios, com conexões diretas entre outras cadeias hoteleiras em Miami, acarretando uma livre circulação dos hóspedes entre os países, sem intervenção da alfândega, como se existisse um único Estado (SADER, 2001):

La Habana se convirtió así en una plaza de grã importancia para la mafia internacional que controlaba el juego y sus actividades colaterales. La característica del turismo extranjero en este período fue el auge del juego, la prostitución y los vicios em su máxima expresión, que no era otra cosa que la misma situación del país incrementada en extremo por la ditadura batistiana. (ABAD; GUTIERRES, 2008, p.2).

No que diz respeito ao turismo emissivo e interno<sup>8</sup>, existia uma dificuldade enorme da maior parte da população da ilha, exceto uma parcela que compõe a elite militar e empresarial cubana ligada ao regime de Batista, quanto ao “tempo disponível”, a uma liberação das obrigações do trabalho, em vista da população cubana que em sua grande parcela desempregada e repleta de mazelas sociais ficava impossibilitada, o direito ao lazer e ao próprio turismo. Quando penso no turismo como uma conquista social, percebe-se que, neste período histórico, existia uma forte repressão aos movimentos sociais e uma quase nula participação popular nas decisões do Estado;

---

<sup>8</sup> Turismo que compreende a circulação/visitação dos residentes a locais em seu próprio território nacional

contudo, as praias e lugares de lazer eram particulares à alta burguesia norte-americana e sua aliada elite minoritária cubana, privando as camadas médias e os setores populares ao turismo emissor/interno e ao direito de participação neste (MORAIS, 1976, apud SADER, 2011).

Diante disto, é interessante destacar uma explicação quanto ao turismo com base social, para o qual

Turismo-distração desemboca em seguida no turismo-formação. As pessoas viajam para tomar consciência da variedade humana. Com o turismo, os jovens começam a descobrir a história, a evolução da humanidade e suas etapas políticas, sociais e culturais. (OURIQUES, 2005, p.41)

Dessa forma, podemos afirmar que o tipo de turismo implementado pela ditadura do governo de Fulgencio Batista visava a alcançar uma clientela abastada dos EUA e confrontava-se com essa perspectiva de um turismo que quer atingir uma formação cultural de sua população e, nesse caso, de sua juventude. Sader (2011) explicita que a política da ditadura cubana era de cerceamento dessas atitudes de “liberdade” intelectual, tendo vista as várias repressões aos estudantes e aos representantes da intelectualidade e demais segmentos sociais.

Em uma segunda etapa da história de Cuba, posso caracterizar os modelos de turismo implementados ligados a dois marcos históricos: o momento pós-revolução e estatização do modelo socialista-comunista e o da crise e deterioração do bloco socialista - compostos majoritariamente pela URSS<sup>9</sup>, RDA<sup>10</sup> e Cuba.

A saga da Revolução Cubana já foi descrita e analisada em trabalhos de cunho histórico-sociológico (SADER, 1985; BANDEIRA, 2009). Dentro dos objetivos deste texto, basta sublinhar que a guerrilha rural que partiu da Sierra Maestra comandada por Fidel Castro, Che Guevara, Raul Castro e Camilo Cienfuegos, após alguns anos de combate contra o exército da ditadura Batista, vai com o apoio gradual da população, como nas próprias palavras do líder revolucionário Castro, “*O Pueblo, la garantía definitiva de la revolución*”, tomando as principais cidades do país até entrar na capital Havana em 1959, forçando o ditador Batista a fugir de Cuba para a República Dominicana através de uma negociação diplomática entre os EUA/Brasil e o Governo português<sup>11</sup> (BANDEIRA, 1998).

---

<sup>9</sup> União das Repúblicas Socialistas Soviéticas

<sup>10</sup> República Democrática Alemã

<sup>11</sup> Batista fugiu na madrugada de primeiro de janeiro para a República Dominicana, Na fase de negociações para a sua renúncia, os EUA à princípio, haviam aventado a hipótese que ele fosse viver na

No dia 8 de janeiro, Fidel e sua caravana entravam triunfalmente na capital, depois de percorrer o país de oriente a ocidente. Instalou-se o novo governo, presidido por um jurista da oposição moderada, Manuel Urrutia Manzano, com um ministério em que se integraram alguns membros do movimento 26 de julho. Fidel Castro foi posteriormente nomeado a primeiro-ministro, como expressão da existência de uma dicotomia entre o poder real, representado pelo exército rebelde, e um poder formal, personificado governo e coalizão (SADER,2001, p.53)

A partir de 1959, com a instauração do novo governo, Cuba vai passar por intensas mudanças econômicas e sociais: Reforma Agrária<sup>12</sup>, estatização das fábricas e unidades de produção<sup>13</sup>. Com isso, se aproxima do socialismo proletário<sup>14</sup> e do rompimento com o Capitalismo Norte-Americano.

Em uma primeira fase, as nações que optaram por um modelo dito socialismo de Estado, diante do momento de pós-revolução, depararam-se com imensas dificuldades econômicas e sociais, tendo que combater os chamados contra-revolucionários, defensores do regime e a ordem anterior, enfrentar os bloqueios políticos e econômicos provenientes do mundo capitalista, em especial dos EUA. Devido a essas urgências preeminentes, a questão do turismo receptivo<sup>15</sup> ficou relegada ao segundo plano,

---

mansão que possuía m Daytona Beach. Depois, diante da vitória de Castro, recuaram. Assim, quando teve afinal de fugir, Batista viajou para a República Dominicana, mas lá a situação se afigurava bastante insegura (...) O governo norte-americano, em meados de 1959, fez gestões junto ao governo português para que ele fosse viver na ilha da Madeira. O governo português para com receio da repercussão mundial, recusou, mas, devido a interferência do Brasil, solicitada pelo Departamento de Estado, admitiu, desde que, porém, os EUA pedissem por escrito, a fim de caracterizar a quem ele estava atendo. (Bandeira,1988,p.201)

<sup>12</sup> A primeira Lei da Reforma Agrária de 1958 foi assinada ainda em Sierra Maestra, e publicada em 4 de Janeiro de 1959, após a vitória da Revolução onde aboliu o latifúndio e limitou a propriedade de terras a 400 hectares por individuo, apenas permitindo que as propriedades rurais, destinadas as plantações de cana-de-açúcar, arroz e criação de gado, possuíssem 1.335 hectares. Mas transformando –as em cooperativas sob o controle do estado (Bandeira,1998, p.198).

<sup>13</sup>Entre 5 de agosto e 13 de outubro, foram, pois, estatizadas cerca de 382 empresas privadas, tanto nacionais como estrangeiras, com o objetivo não só de impedir que elas boicotassem as atividades tanto na agricultura quanto na indústria e no comércio, como de responder à ofensiva econômica dos EUA. (Faya e Rodrigues,1996, p.108 *apud* Bandeira, 1998, p.255)

<sup>14</sup> Fidel Castro num primeiro momento nega comprometimento ideológico à revolução colocando que *“Nuestros ideales se apartan de la doctrina comunista, la Revolución cubana no es capitalista ni comunista, es una revolución propia, tiene una ideología propia tiene razones cubanas, es enteramente cubana y enteramente americana”* e em 16 de abril de 1961, Fidel proclama o caráter socialista da Revolução, evocando, *“Esta es la revolución socialista y democrática de los humildes, com los humildes y para los humildes”*(El mundo,Havana, 9.5.1959 *apud* Bandeira,1998, p.197 et Catro,1981, p.454-476 *apud* Bandeira,1998,p.295).

<sup>15</sup>Turismo que compreende a visitação de turistas estrangeiros

inclusive, muitas vezes por causa da necessidade de “segurança de estado” de controlar a entrada de estrangeiros e a saída de sua própria população desses países.

Quanto a esse período histórico recente (pós-revolução), pode-se notar uma abertura do direito ao trabalho e ao “não trabalho” para os cidadãos cubanos, que direcionado ao turismo, culmina no exercício da prática do lazer e de viajar visando ao conjunto da população cubana (turismo emissivo/interno<sup>16</sup>) com o intuito, segundo Sader, de crescimento cultural e de liberdade de experiências (SADER, 2001). Distanciando-se do modelo de turismo do regime anterior do ditador Fulgencio Batista, derrotado pela Revolução de 1959.

La nueva política de fomento turístico, se encaminó a gestar un movimiento nacional que garantizara al pueblo, el acceso y disfrute pleno de las playas y escasos centros turísticos y recreativos em aquellos momentos (ABAD; GUTIERREZ, 2008, p.2)

Con el triunfo de la Revolución en 1959, se asumeun nuevo enfoque del turismo, al considerar valores relativos al fomento de las riquezas naturales y la protección del patrimonio histórico-cultural, y estableciendo vínculos de solidaridad (QUINTANA et al., 2004: 255). La aspiración primordial del gobierno era dar prioridad al turismo nacional y a la vez eliminar los aspectos negativos que quedaran del período anterior. (CAMELLÓN; CAMPO, 2012, p.5)

No que tange ao modelo de turismo posto em prática no momento pós-revolução e até meados de 1989, percebe-se, um forte crescimento no turismo emissivo/interno, com uma política de expropriação das praias, mansões, mecanismos de lazer entre outros, que antes em sua maioria era exclusivo de uma gama social específica (abastada, militares e norte-americanos). Nesse momento, esses bens eram repartidos entre a população trabalhadora que agora detinha um espaço livre para a produção cultural de lazer e turismo. Em uma vertente de turismo emissivo/externo, desenvolveu-se o interesse por esse turismo em fortificar o intercâmbio no bloco dos países socialistas, procurando criar e se apropriar de certa imagem, identidade e caráter entre esses viajantes de um sujeito socialista unificado e universal entre os países desse bloco. No que diz respeito ao turismo receptivo, como já dito anteriormente, havia uma forte tendência à não aceitação de intercâmbio com os países capitalistas por prevenção contra as já existentes infiltrações, espionagens contra revolucionárias (SANTOS FILHO, 2005).

---

<sup>16</sup>Turismo que compreende a circulação/visitação dos residentes locais fora do seu próprio território nacional.

De uma forma geral, diante da consolidação desses regimes revolucionários, existe um estímulo para um turismo que privilegia a propaganda das “conquistas da revolução” e mostra aos visitantes provenientes de outros estados do bloco socialista os avanços em comum de uma revolução. Assim, aos visitantes que desembarcaram na URSS (União das Repúblicas Socialistas Soviéticas) eram mostrados “fazendas coletivas, fábricas, usinas metalúrgicas, hidrelétricas em construção (...) e museus” (PERALVA, 1962, p.52). De um lado, buscava-se mostrar os “avanços” da sociedade socialista no presente e, de outro, o passado histórico do momento da revolução, como a visita ao “cruzador ‘Aurora’<sup>17</sup> que teve papel saliente na Revolução de Outubro” (PERALVA, 1962, p.55), ou da história dos grandes feitos dos heróis, da cultura do povo russo como o “le monastère, le musée de la Révolution ou la galerie de peinture” (BROSSAT, 1990, p.188).

De forma sucinta e retomando especificamente o turismo cubano, podemos, então, associar esse primeiro momento da pós-revolução a uma idéia de um “*turismo voltado para dentro*” da ilha e entre os países do bloco socialista/modelo socialista, em que o principal meio da produção turística é emissivo/interno no intuito de procurar fortalecer a ilha como Estado socialista através das oportunidades de lazer a sua população trabalhadora e à oportunidade de intercâmbios culturais em outros países do mesmo (ou muito próximo) modelo econômico e social para a reprodução de uma unidade “identitária” marcada pelo socialismo do proletariado. As mudanças programáticas quanto à atividade turística desejam marcar a diferença em relação ao antigo regime quando promovem a intervenção nos cassinos, hotéis e prostíbulos, antes liberados e estimulados à prática. O uso de jogos de azar, prostituição, exploração dos trabalhadores em hotéis e livre acesso à territorialidade cubana pelos EUA foram determinantemente, até este momento, encerrados. A partir de então, segundo a informação oficial do governo revolucionário, expressava-se a opinião de que, em Cuba, o turismo se torna familiar e cultural, como indica Telésphoro Prates, um jovem diretor do INIT<sup>18</sup>, entrevistado pelo repórter brasileiro Fernando Morais:

“As regras do nosso jogo são muito claras. Aqui ninguém vai encontrar prostitutas, drogas, cassinos. O que temos a oferecer são praias lindas, preços baratos, clima bom o ano inteiro. E em Cuba não há gorjetas e impostos, não

---

<sup>17</sup> Navio de guerra comandado por marinheiros revolucionários que disparou contra o Palácio de Inverno, sede do governo burguês da Rússia, iniciando a tomada do poder pelos Bolcheviques e o começo da revolução dos Soviéticos (GONZÁLES, 1986, p.60-64).

<sup>18</sup> Instituto Nacional da Indústria do Turismo



há doenças infecciosas. Compramos iates e ônibus no exterior para melhorar a cada dia o serviço oferecido. Quem quiser turismo sadio pode vir a Cuba sem susto - é o lugar ideal. (MORAIS, 1976, p.26)

É interessante destacar que o quadro histórico social cubano de meados dos anos 1970 aos 1980 era um quadro de dependência e cooperação em relação a subsídios da URSS e de um exemplo de modelo de socialismo, no qual a URSS é tida como um “guia”, um “tipo ideal” em termos modernos do socialismo para os outros países socialistas (BERGER, 1992, p.173), e em que o Estado Cubano é vocacionado a se especializar na exploração da cana-de-açúcar para suprir as demandas da república soviética.

A partir de um abalo no mercado petrolífero, que atingiu não só as grandes potências industriais como também os países em desenvolvimento, desenvolveu-se um grave reflexo negativo para o bloco socialista em especial a URSS, que teve que cortar os subsídios econômicos à exportação e os reajustes dos termos de comércio e, além disso, seu dispêndio constante de capital para com gastos militares no intuito de competir com os EUA agravaram a crise dessa potência. Daí, a crise econômica carcome todo o bloco socialista e determina sua desintegração em 1989, bem como da própria URSS, que retornou à economia de mercado, restaurando a propriedade privada dos meios de produção e integrando-se no sistema capitalista mundo (BANDEIRA, 1998).

Essa conjuntura agravou-se quando Gorbachev, líder da URSS, suspendeu os subsídios a Cuba, bem como o corte da ajuda militar, no segundo semestre de 1990, reduziu o embarque de petróleo para Cuba, significando uma redução de 3,3 trilhões em seu fornecimento. As exportações a Cuba desabaram em 90% entre 1989 e 1992, da mesma forma que as importações em uma queda de 93% no mesmo período, deixando Cuba e seu regime sobrevivente à *débâcle* do mundo comunista, isolado e ameaçado (BANDEIRA, 1998).

A situação do Estado cubano refletia toda a crise do “socialismo real” que o seu modelo econômico expressava, tendo como destaca Moniz Bandeira:

o poder aquisitivo do país em uma redução de mais de 60% após o desmoronamento do Bloco Socialista com o qual realizava cerca de 85% do seu comércio exterior, cerca de 200 artigos de bens de consumo foram acrescentados na lista de racionamento, a escassez de combustível tornou-se quase completa, praticamente com abastecimento zero e o poder de importação (sua base primordial no açúcar) tendo uma queda de 7 milhões de

dólares não satisfazendo para adquirir combustível no mercado internacional (BANDEIRA, 1998, p.619)

Constatada tal crise do modelo e da economia cubana, deriva daí uma forte ascensão do turismo cubano promovido pelo Estado como saída para a crise socioeconômica vivenciada em tal momento, onde estatisticamente vemos “em 1994, cerca de 745.000 turistas visitaram a ilha, deixando uma receita em torno de US\$1 bilhão que praticamente se equiparou à do açúcar” (BANDEIRA, 1998, p.627).

El comienzo de los 90 encuentra al sector turístico de Cuba como uno de los pocos sectores económicos del país que mantenía un saludable nivel de crecimiento económico ante la crisis en que entraba el país con el proceso de desaparición de los países socialistas de Europa del Este y el recrudescimiento del bloqueo por parte de los EE.UU. Durante la nueva década el turismo iría convirtiéndose paulatinamente en el principal motor impulsor de la economía y en una palanca importante en el reacomodo del funcionamiento de todo el país y de su reinserción en las relaciones internacionales. (ABAD y GUTIERREZ, 2008, p-2)

Diante dessa necessidade de sobrevivência econômica e social, a indústria da produção do turismo da ilha passa de uma forma concentrada a fomentar um turismo receptivo visando o exterior, produzindo e vendendo uma imagem de um turismo limpo, seguro e que apresenta, além da cultura caribenha com sua música, culinária e belezas naturais típicas, a história de uma Revolução que “libertou” o país de suas mazelas sociais (SANTOS, 2005).

No entanto, essa modalidade nova de turismo em Cuba acaba por sofrer críticas, devido à semelhança entre esse turismo praticado em um estado socialista e o turismo feito nos países capitalistas, pois o Estado é obrigado, por sua crise econômica, a recorrer à lógica do mercado, adaptando, neste particular, o socialismo aos interesses do capital (SANTOS, 2005).

Porém, dentro de uma análise mais detida, há que se constatar distinções entre o chamado turismo capitalista e este adaptado pela estrutura socialista em Cuba. Devido ao fato do Estado Cubano basear-se numa sociabilidade de cunho coletivo, vemos a extensão desta perspectiva às relações sociais entretidas em torno do turismo (SANTOS, 2005). Nas leis trabalhistas, o maquinário turístico segue as leis socialistas cubanas que visam ao controle social dessa atividade. E devido a isso, segundo as autoridades cubanas, as questões ético-morais e de saúde pública de exploração da prostituição, jogos de azar e tráfico de drogas são coibidos na ilha (MORAIS, 1985).

A partir daí, o Estado Cubano utiliza-se da indústria do turismo para alavancar sua economia, procurando difundir uma imagem que é a de mostrar ao mundo o efeito

positivo e a “resistência” do socialismo a partir de suas “conquistas revolucionárias” (saúde, educação e meio ambiente) e de uma sociabilidade do seu povo relacionada com o que chamo nesta pesquisa de “hospitalidade”. Todo esse quadro provoca uma forte procura pela experiência de uma vivência genuína em um meio “popular” e “comunal” além de “exótico” e “paradisiaco”. Está criado, então, um fluxo de turistas estrangeiros que procuram um turismo diferenciado na ilha, desde o “turismo cultural” que revive as rotas boêmias do famoso filme “Buena Vista Social Club” até o chamado “turismo de amizade/solidariedade” que atrai indivíduos e grupos de esquerda, interessados em conhecer de perto as “conquistas da revolução” e ver de perto um projeto dos seus sonhos em realização, ambos como alternativa ao turismo massificado, que por sinal também tem o seu lugar no pragmatismo dos *resorts*, cruzeiros e pescarias de luxo existentes na ilha. Enfim, o turismo se encontra, hoje, indelevelmente ligado à imagem de Cuba, como um país que se auto-representa como aquele que vai à contra mão, que resiste, e, apesar de toda a pressão exercida pela principal potência capitalista mundial, mostra-se ao mundo como o lugar de um povo alegre, simples e sociável:

donde el turismo devino como el sector más dinámico de la Economía Cubana y se convirtió en la principal fuente de ingresos del país. Fue así que Cuba se relanzó como destino para el turismo internacional, a partir de sus atractivos naturales excepcionales, *la hospitalidad de su pueblo*, la inigualable herencia socio-histórico cultural, las condiciones higiénico-sanitarias del país, la estabilidad política y la seguridad ciudadana. (Grifo nosso, ABAD et GUTIERREZ, 2008, p-2)

## CAPÍTULO 2

### AGÊNCIAS, ASSOCIAÇÕES E PRODUTORES DE DESLOCAMENTO PARA A ILHA CUBANA

Neste segundo capítulo, apresento uma parte importante da análise do fluxo turístico para Cuba, qual seja, uma reflexão com foco tanto nas agências de turismo brasileiras que pesquisei, quanto nos guias, *folders* e materiais de publicidade em geral. Procuo analisar o material de propaganda sobre Cuba, elaborado para criar o desejo de viajar, entendendo que as viagens turísticas de lazer para Cuba são formas pré-construídas através de símbolos produzidos nas escolhas dos materiais feitas pelos agentes do Estado cubano beneficiários desse deslocamento e também dos meios de comunicação globais, que direcionam o fluxo de indivíduos de seus países como turistas ou visitantes para a ilha.

Aqui, uma apropriação de características culturais nativas para construir simbolicamente um objeto desejado, qual seja, uma imagem da ilha que se relaciona com suas figuras históricas revolucionárias e com seu povo, traçando uma identidade que se busca singular na exploração de sua “história revolucionária” e de sua sociedade simples, mas autêntica, alegre e solidária, romantizando e significando este local a partir deste seu “capital social” e histórico como um lugar estimulante para se visitar (ROCHA,2000) .

Na busca por encontrar as motivações de indivíduos e grupos de brasileiros para o turismo em Cuba, perguntei-me: isso era movido apenas pela vontade do “lazer de descanso e entretenimento”: Na acepção de Dumazedier (2014), para desfrutar das praias caribenhas e de todo o descanso proporcionado pelos *resorts* e dos grandes mecanismos turísticos atuais? Ou existira algo além, na direção de um turismo voltado para o “desenvolvimento da personalidade”? , no mesmo autor (2014).

Em minha monografia de final de curso em Turismo (CAMURÇA, 2013), constatei que Cuba possuía potencialmente uma captação para um turismo de “lazer de ócio” (DUMAZEDIER, 2014) equivalente a outros turismos em países “tropicais”. Porém, ao me deparar com os custos da viagem, percebi que em termos monetários uma viagem à ilha se comparava com uma viagem à Europa. Considerei, então, que este era um investimento de viagem considerável. E também a partir de entrevistas com pessoas que foram a Cuba e agregaram algo mais, em termos de interesse para essa viagem, que o simples lazer num lugar de praias, natureza e clima tropical. Havia uma projeção em

termos do imaginário do que esperavam encontrar na ilha. E isso tinha a ver com uma visão pré-concebida da ilha em que se misturava a “revolução”, “o socialismo”, “a natureza tropical”, a “paisagem colonial” e uma “cultura musical” particular. E essas imagens tinham, então, uma procedência - tanto uma difusa no processo histórico e cultural pelo qual esta sociedade foi se tornando conhecida, quanto outra mais recente e dirigida pela indústria do turismo moderno. A segunda captando os aspectos consolidados da primeira.

A partir de então, o próximo passo foi tentar mapear e analisar o máximo de produções publicitárias sobre como Cuba é apresentada nos discursos e falas das revistas de publicidade e agências turísticas brasileiras.

No entanto, tive muitas dificuldades para obter esses materiais. O que pensava anteriormente ser fácil, na prática se tornou um empecilho devido à falta de agências que promoviam viagens turísticas a Cuba e conseqüentemente produziam esse tipo de material informativo. Quanto às pessoas que viajaram à ilha entrevistadas por mim, não possuíam materiais publicitários, pois é comum o descarte desse material depois da viagem. Nem mesmo o consulado cubano respondeu minhas ligações para marcar uma reunião e muito menos meus e-mails. Procurei, então, trabalhar com guias de viagem recolhidos, respectivamente, de origem australiana (traduzido), brasileira e cubana - Guia Lonely Planet (2012), Guia Folha de São Paulo (2012) e Guia “En tus manos” (2012). Esses me trouxeram uma primeira percepção que, depois, fui desenvolvendo, de como a imagem veiculada sobre Cuba procura explorar uma visão de seu processo histórico e de sua situação político-social (lidos sob a ótica “revolucionária”) redundando, para essa visão, em uma sociedade *vocacionada* para o acolhimento, porque forjada por valores solidários, socialistas. Enfim, uma construção simbólica e discursiva calcada na interpretação política de Cuba.

Obtive por meio de meu pai o contato com um amigo dele, um sociólogo que foi à Havana para uma série de palestras. Ele me trouxe um pacote de jornais, revistas e *folders*, que contrastavam entre si radicalmente. De um lado, panfletos e o jornal do Partido Comunista Cubano, o *Gramma*, altamente politizado e ideologicamente de acordo com o discurso comunista, e, de outro, uma propaganda que impressionava pelo esmero e luxo, veiculando um turismo de luxo com *resorts*, campos de *golf*, pescarias em iates, restaurantes sofisticados, entre outros, que nada diferiam de um turismo nas Bahamas, Cancun ou Riviera Francesa. Isso serviu para me posicionar sobre a existência de um turismo de luxo, um enclave de capitalismo permitido e promovido

pelo Estado cubano em consórcio com redes hoteleiras internacionais, que não imaginava existir na ilha socialista da “resistência” e da socialização tanto da penúria quanto das conquistas em saúde e educação popular. Isso foi mencionado, no primeiro capítulo, como uma das vertentes do turismo na ilha, que não cheguei a conhecer e em que não me debrucei na pesquisa.

Cheguei a visitar três agências comuns de turismo em Juiz de Fora/MG, que foram bastante infrutíferas, pois não havia pacotes destinados à ilha. O que me reforçou o juízo de que o turismo a Cuba é, no nosso país, um turismo especializado.

Consegui, então, ainda com meu pai, um contato com umas amigas da geração dele que seguiam militando em grupos de esquerda, no Partido dos Trabalhadores (PT) e em “associações de amizade” a Cuba. Elas me abriram as portas a uma agência especializada para o turismo a Cuba. Além disso, também fui introduzido na “Associação Jose Marti de amizade com Cuba” que reúne gente de esquerda, comunistas e simpatizantes do regime socialista de Cuba, onde são promovidas palestras, projetados filmes e comemoradas datas significativas da “história da revolução cubana”. Porém, o mais interessante de tudo, é que essa associação promove anualmente em forma de excursões, com um roteiro planejado, “visitas de amizade” à ilha. Engajei-me neste projeto, demonstrando interesse de participar nesta “brigada de solidariedade” - como é chamada esta visita a Cuba – na sua versão de 2016.

Consegui, ainda, com colegas do meu tempo de graduação no curso de Turismo na UFJF, hoje micro-empresários de uma agência local de turismo em Juiz de Fora especializada em intercâmbio juvenil, a participação em uma palestra de capacitação de agentes de turismo brasileiros promovido por um dos órgãos oficiais de turismo do Estado Cubano, interessados em estimular e aumentar o fluxo turístico para a ilha. Por cortesia e amizade desses colegas, fui à reunião que se realizou no Rio de Janeiro em 2015 como representante da agência deles. Por conta desses contatos, ainda entrevistei por telefone outra agência de São Paulo especializada em pacotes turísticos a Cuba.

#### **A- Em contato com as agências de turismo do mercado comercial**

Ao iniciar a primeira tentativa de mapeamento das agências por Juiz de Fora, a cidade onde moro e na qual se situa a Universidade em que desenvolvo minha pesquisa de mestrado, tentei utilizar de meu “capital cultural” de bacharel em turismo, buscando meus antigos colegas, hoje sócios e funcionários de empresas de turismo na cidade.

Minha primeira percepção foi a de que são em número muito limitado as empresas que trabalham com o produto de viagens a Cuba. Fui informado também por esses amigos de que as grandes empresas nacionais de turismo, como CVC e congêneres, representadas aqui em Juiz de Fora, não vendem esse produto e existem três empresas as quais não especificarei os nomes verdadeiros, situadas no centro da cidade, que trabalhavam com a produção turística e de deslocamento a Cuba.

Diante disso percorri o centro da cidade de Juiz de Fora em busca dessas três agências que aqui chamarei de “Tur BR”, “Ctur” e “Mar Viagens”<sup>19</sup>, a fim de entrevistar empregados destas, colocando-me como um possível viajante e não um pesquisador, para que esse vendedor me convença de ir ao local desejado como convenceria qualquer sujeito que não tem nenhuma relação de trabalho ou pesquisa com o produto.

Visitei a chamada Tur BR, localizada em uma galeria do centro de Juiz de Fora. A primeira impressão foi a de uma agência de turismo pequena e comum, com seus diversos aparatos publicitários remetendo aos destinos mais padronizados de diversão e de lazer (Disney, Europa e praias do Nordeste e Sudeste brasileiros e da América Latina). Ao me deparar com o vendedor, demonstrei interesse em conhecer o destino oferecido Cuba. E ele apresentou certa surpresa e um despreparo para tratar desse assunto, tanto que ligou para uma empresa de São Paulo e travou uma discussão sobre o que pode ser oferecido.

Aproveitei esse expediente para obter o telefone desta empresa paulista e, posteriormente, fiz contato com ela. Na busca por informações, como um turista, percebi que nesta agência localizada em São Paulo, maior centro financeiro-comercial do Brasil, Cuba ali estava posta como um produto ligado somente às belezas naturais e seus aparatos turísticos (*resorts*, mergulhos e exploração radical da natureza). Perguntei ao agente de viagens, por telefone, quais seriam as vantagens de umas férias em Cuba e não outros países do Caribe para um pacote turístico. O preço que ele me colocou era consideravelmente mais caro que alguns destinos da Europa, então, ele mesmo concluiu que não era tão vantajoso. Segundo o mesmo, o que podia ser visto em Cuba também poderia ser visto em destinos de sol e praia menos custosos como a Colômbia ou o próprio nordeste brasileiro.

---

<sup>19</sup> Sigo aqui o procedimento antropológico de dar nomes fictícios à pessoas e instituições no sentido de preservar sua privacidade, garantindo, contudo a realidade do caso concreto que descrevo no processo etnográfico.

Voltando ao meu percurso pelas agências de Juiz de Fora, “Ctur” e “Mar Viagens”, deu-se a mesma situação em que na primeira. Ao adentrar as lojas, de forma geral, fui recebido por uma agente de viagem e procurei abordar o desejo de conhecer Cuba, perguntando se existia um roteiro e como era a visita, quais eram as opções de lazer, se era possível me mostrar fotos e panfletos, mantendo sempre um perfil de turista que não tinha conhecimento sobre este local. A partir dessas colocações, vieram às respostas e o “jogo” de se vender o produto através da apresentação e evocação deste. Existia, sim, um roteiro, mas em ambas agências, eu tive que esperar alguns minutos enquanto se pesquisava os roteiros, lugares e imagens no sistema da firma e também na internet. Procurei saber há quanto tempo as duas empresas produziam Cuba como um destino turístico e, mais uma vez, ambas se assemelham na falta de informação e na informalidade.

Portanto, minha impressão, após essa primeira abordagem em Juiz de Fora, foi a de que havia um despreparo considerável nas agências de turismo visitadas para o turismo voltado para Cuba, que me pareceu ser um destino meio *outsider* do roteiro mais usual. O que me surpreendia era que, em relação às entrevistas que realizei com pessoas que tinham feito a viagem para Cuba, para a minha monografia de graduação em Turismo, em que obtive depoimentos que frisavam poder de atração do imaginário da “alteridade” especial, do “país revolucionário”.

Ainda tentei algumas últimas estratégias para esgotar a possibilidade de informações nessas agências. Pensei em colocar nas perguntas alguns pontos, como fiz sutilmente na primeira agência visitada, agora com mais veemência, “mas qual é a diferença de ir a Cuba ou a Colômbia?”, “Lá também tem praias maravilhosas, não? O que em Cuba tem a mais?”. Nisso, incrivelmente se assemelhavam os agentes no seu gesto corporal: não desgrudavam os olhos do computador, buscando alguma resposta em sua máquina, intercalando diversas repetições “porque é diferente...”. Na agência “Cr Tur”, terminei minha conversa neste ponto e saí angustiado. Quanto à agência “Mar Viagens”, quando caímos de novo nesse “porque é diferente”, percebendo pela experiência anterior que não sairíamos desse impasse, tentei uma pergunta meio atabalhoada, mas radical, que me levou à conclusão definitiva de que, nestas agências, o que prevalecia era o despreparo e a ânsia desses sujeitos, os agentes, por vender a qualquer custo o produto. Pergunte, “mas em Cuba não existe outro modelo vigente, diferente do nosso?”, “lá não teve uma história de revolução?”, quando o sujeito se



anima e fala “é isso, lá é totalmente diferente, é outro mundo que você verá, não tem nada a ver com o nosso” e continua pesquisando na internet.

Para esgotar esse tipo de procura, resolvi telefonar para a agência de São Paulo, da qual consegui o telefone quando da primeira visita numa agência de Juiz de Fora. Então, por esse telefone, fiz contato com essa empresa que aqui chamarei de “SPV”, para a qual fiz as mesmas perguntas e recebi respostas com mais firmeza. Os roteiros de sol e praia, os grandes *resorts*, as pescas marinhas, enfim, o lazer de descanso colocado de sua forma mais comum. Além disso, uma agenda mais cultural, como músicas cubanas e suas formas de entretenimentos noturnos. Quando questionei o que poderia me cativar para ir a essa localidade e não ir a pontos como nordeste brasileiro ou a própria Colômbia, responderam-me intercalado dos barulhos de um teclado de computador que seria mais interessante ir para esses locais (nordeste brasileiro ou Colômbia), pois, financeiramente era mais viável e eu iria usufruir dos mesmos aparatos turísticos que a ilha me ofereceria.

Após essa primeira experiência de campo, frustrada no aspecto de encontrar um imaginário mobilizador enquanto “alteridade especial”, como me indicavam os textos dos Guias turísticos consultados e as entrevistas concedidas, chegava às evidências de uma hipótese: de fato, existe um mercado de turismo para Cuba no Brasil, o qual é claramente segmentado em dois eixos: um geral, que trata Cuba como outro qualquer destino de turismo de descanso e entretenimento difusamente conhecido; e outro, bem mais específico e menos divulgado: o turismo de “desenvolvimento da personalidade”, que explorava tanto um potencial cultural de uma cultura caribenha, negra, musical, ainda com outra derivação mais politizada, ligado à identidade oficial e nacional de Cuba como um ponto de “resistência” revolucionária. O que me indicava a existência desta outra modalidade – bifurcada nas experiências culturais e politizadas - era a leitura dos Guias e das entrevistas. Mas como encontrar este caminho etnográfico?

### **B- O encontro com uma agência especializada em um turismo “social” e “militante”**

O caminho veio de um certo *habitus*, ou “capital militante”, que tenho incorporado em minha vivência – até na vivência familiar. Pois bem, meu pai foi militante revolucionário nos anos 1970-80 e, depois, enquanto antropólogo, produziu uma tese de doutorado que depois se transformou em livro, fez um lançamento deste no

Rio de Janeiro, no segundo semestre de 2015, ocasião na qual compareceram muitos de seus conhecidos, ex-militantes do MR8<sup>20</sup>. Nessa reunião, ele me apresentou a uma antiga amiga que possuía relações políticas com o que é conhecido como movimento de “solidariedade a Cuba”. Ele falou de minha pesquisa de mestrado e pediu que ela me ajudasse. Essa interlocutora que aqui chamarei de Anita<sup>21</sup>, abriu-me um novo horizonte de pesquisa, na direção de outra via de turismo a Cuba que estava procurando.

Conversei, então, com ela, colocando meus problemas de pesquisa e a minha busca por contatos com agências e organizações que organizassem viagens para ilha, para além do turismo comercial. A partir desse contato, comecei a percorrer e conhecer determinados grupos e pessoas envolvidos neste campo diferenciado e particular de relação com visitas à ilha socialista.

Passei, então, a descrever todo percurso de “trabalho de campo” que realizei até chegar a minha etnografia final na própria ilha de Cuba. Coloco, aqui, que esses eventos não estão cronologicamente em sequência, eles de certa forma se intercalaram, mas deixo claro que, no meu entender, a melhor forma de descrever meu processo de pesquisa foi intercalar minha inserção no campo de pesquisa com as análises dos materiais publicitários. Essa estratégia é para que minha teoria esteja atrelada aos processos vividos no campo e, ao final, produza uma narrativa que encaixe a interpretação nas experiências vividas tanto nessas agências, nas publicidades, nas reuniões, no discurso da associação e na vivência do deslocamento a Cuba.

Meu primeiro passo foi pela indicação de Anita: o contato de uma empresária de turismo, que chamarei de Elizabeth, que trabalha especificamente com um turismo dirigido a Cuba desde os anos 1980 e era ligada a essas articulações da esquerda carioca em que Anita me inseriu. Esclareci a ela que estava procurando, a pedido da Anita ex-militante MR8, pois ela estranhou como tinha conseguido o seu número telefônico. Penso que essa desconfiança seja por ser uma mulher e ter vivido os tempos da repressão por conta de seus posicionamentos ideológicos. Eu me coloquei como alguém que se interessava em ir a Cuba, mas, além disso, tinha interesse em pesquisar sobre seu trabalho e os movimentos de deslocamentos que eram produzidos para Cuba. Para tal marquei uma reunião informal na agência que denominei nesta dissertação de “Força Brasil Turismo”, que se encontra no centro da cidade do Rio de Janeiro.

---

<sup>20</sup> Movimento Revolucionário Oito de Outubro.

<sup>21</sup> Assessora de um vereador do Rio de Janeiro, renomado e conhecido por proximidades com a esquerda e especialmente com Cuba.

Desloquei-me até o prédio no qual se situa a agência, mas já em minha primeira impressão, indaguei-me como uma agência de turismo podia se estabelecer em um prédio comercial no 13º andar. No meu entender, uma empresa de serviço de vendas necessita de se expor, atrair o cliente, ou seja, estando visivelmente em locais de passagem comercial, como na reflexão de Featherstone e Thompson, que articulam propaganda e desejo (1995,1998). Porém, isso não ocorria nessa empresa. Subindo no elevador ao andar da agência, comecei a refletir sobre essa questão, percebi primariamente que esta deveria ser uma agência consolidada, até por conta da longevidade de sua vida comercial e, principalmente, deveria ser uma agência que segmenta seu produto, ou seja, que é especialista em determinada localidade (Cuba). Até onde eu tinha pesquisado, era um local pouco difundido como rota turística. Com isso, minhas primeiras impressões eram de que essa agência provavelmente era procurada por pessoas que se interessavam em ir a Cuba e ou direcionava seus roteiros e propagandas de viagens para determinados grupos de pessoas que tinham em seu horizonte uma proximidade e familiaridade com a ilha.

Ao adentrar a agência, fui recebido por um jovem, possivelmente um estagiário que me pediu para aguardar a Elizabeth, que estaria terminando uma reunião. Eu comecei a observar o ambiente: um escritório de três salas amplas, algumas propagandas e cartazes de Cuba colados na parede. Esse local não chamava atenção por sua aparência como uma agência de turismo comum, apesar de ter para além de cartazes de Cuba um ou outro de cruzeiros em geral (nordeste e etc). Não se via a multiplicidade de propagandas de diversos produtos de turismo globalizante que vemos em uma agência tida como comum. Então, comecei a afinar que estava diante de uma empresa que vislumbra uma singularidade, um segmento diferenciado e especializado.

Após uma espera curta, encontrei-me com a Elizabeth, que me encaminhou para sua sala. Como tinha explicado por telefone que meu interesse era conhecer Cuba e também pesquisar sobre questões do deslocamento à ilha, perguntei-lhe se era possível gravar a nossa conversa a fim de aproveitar todos os detalhes do diálogo para meu trabalho - ela não se opôs. Selecionei, então, da entrevista, aquilo que me ajudou a reformar ou contraditar minhas hipóteses.

Em sua sala repleta de pilhas de materiais cubanos, assim como cartazes colocados na parede que remetiam a revolução e aos recursos naturais de Cuba, começamos a travar um diálogo que, de forma amena, iniciou-se com a história da relação de minha interlocutora com o local. Ela relatou que iniciou seu trabalho em

outra agência por volta dos anos 1979, e que lá se encaminhou a fazer visitas guiadas à ilha socialista. O interessante desse relato inicial é que ele se encaixou na breve história do turismo cubano que apresentei no primeiro capítulo, com suas fases estabelecidas de acordo com as necessidades políticas e sociais de cada conjuntura.

Tinha muito turista da URSS e poucos de fora, nos hotéis os funcionários se fardavam como soldados, como roupa de campo, roupas vindo da URSS, sapatos grossos e fortes de neve, uniforme caqui bem de exército, por que aquilo era um país socialista e de certa forma unificado no bloco, fazendo parte de um sistema organizado um pouco como um exército, tendo preocupações com invasões norte-americanas. (Entrevista com Elizabeth, Agencia Força turismo, 12/08/ 2015)

Este fala da Elizabeth claramente nos remete à fase em que Cuba está sem relações político-diplomáticas com o mundo ocidental capitalista, a uma fase em que o turismo se faz na sua maior parte dentro do bloco dos países socialistas, devido à posição de alerta defensivo, diante das diversas tentativas de milicianos cubanos foragidos que, treinados pela CIA, tentavam derrubar o governo recém estabelecido pelo processo revolucionário. Nesse caso, o discurso da experiência vivida pela interlocutora, coincide com a bibliografia histórica que consultei (SADER, 1985; BANDEIRA, 1998, 2009).

É interessante notar que o depoimento desta veterana no turismo se refere a tempos “heróicos” da revolução em que Cuba, alinhada ao modelo socialista e sob o cerco e o bloqueio do mundo ocidental capitalista. Dessa forma, é um modelo que opta por um tipo de turismo bem definido. Além de ser restrito ao bloco socialista e particularmente soviético, isso implica em um consumo restrito e de tipo coletivo, bem distinto do consumo individual, movido pelo desejo e pelo hedonismo, com visto no capítulo primeiro (CAMPBELL, 2001).

Invocando sua autoridade de ter ido vinte e seis vezes a Cuba, Elizabeth destaca a questão da tradição revolucionária vinculada à primazia da questão política e do saber como um legado à população cubana na atualidade, como educação, esporte e saúde.

Não havia naquela ocasião nada de consumo, não havia propaganda de Coca Cola só propagandas do sistema, só políticos, contra revolucionários ou a favor do país, ou enfim, só político. O Fidel falava muito na televisão, o Fidel convoca o povo a estudar, a ler, a ler um livro tal a ler um livro do García Marques, ele ficava ali incentivando o povo a aumentar seu conhecimento, a maioria estava formado em varias universidades, então o chofer do ônibus era trilingue, o outro tinha um conhecimento de história muito forte, ou seja, todos que lidavam com turismo tinham esse conhecimento. (Entrevista com Elizabeth, Agencia Força turismo, 12/08/ 2015)

Minha interlocutora impôs ao seu relato um tom historiográfico sobre o processo cubano muito semelhante aos manuais históricos que consultei, como forma de relatar a cronologia particular de sua atividade de turismo ligada às viagens a Cuba. Ela relacionou as fases de sua atividade turística na ilha aos períodos históricos da tipologia. Descreveu a crise a partir de 1989, o ano que as estruturas socialistas de estado se esboroaram e que muitos ex-países socialistas aderiram a uma economia liberal. Isso com o conseqüente enfraquecimento ou cancelamento dos subsídios deste ex-bloco soviético ao Estado cubano, conforme relatado no primeiro capítulo. Fato histórico que acarretou uma crise econômica, redundando para a atividade que Elizabeth estabeleceu com Cuba, uma alteração visível nos roteiros que fez. Mantendo um foco na divulgação das experiências desenvolvidas na ilha em termos do bem estar social de sua população, incrementou sua divulgação para um grupo cada vez mais específico de pessoas interessadas no destino Cuba. Ou seja, pessoas de esquerda que se solidarizam com este modelo societário. Para além de conhecer a experiência do socialismo (que resiste ao cerco e exhibe suas “conquistas sociais”) e as belezas naturais da ilha, esse turismo visa dar uma contrapartida a essa sociedade necessitada de apoio, nesse momento de extrema dificuldade.

Mais adiante em 1989, cai a URSS, e o país entra em uma dificuldade enorme, eu continuei levando gente para lá, e pedia para levar remédios, e um grupo levava remédio, papel, caneta (...) outro tinha que levar o que pudesse, sapato, roupa, eu dizia as pessoas levem as roupas que vocês não quiserem mais e deixa tudo por lá, as vezes pediam remédio, me pediam, ai você começa a conhecer pessoas cubanas ligadas ao [não perceptível]...começam ao seus clientes terem contatos e as pessoas pedem para esses clientes e estes pedem a mim e eu peço para o próximo passageiro por favor leva isso leva aquilo, até produto, amalgama para o dentista, era uma situação calamitosa, muito dura, esses anos de 90 a 95, mas não faltava nada para turista, e eles ai, voltando aqueles discurso do Fidel que não estava gostando de turismo, ai eles começaram a investir em turismo pesado, a vir para as feiras de turismo, fazer propaganda, levar material, gastavam dinheiro com isso, ai começou investir em turismo, que foi o que salvou a lavoura, que ajudou à eles muito. (Entrevista com Elizabeth, Agencia Força turismo, 12/08/ 2015)

Destaca-se na fala desta minha interlocutora uma construção simbólica, quando ela descreveu o transcurso histórico que engendrou as “conquistas revolucionárias” (crianças nas escolas, saúde e segurança), a resistência frente ao embargo econômico promovido pelos EUA. Quando comentou a questão da preservação histórica e arquitetônica, o discurso valorizou um *habitus* criativo cubano socialista - forjado na experiência da “praxis” da construção do socialismo na ilha - quando citou que o

governo cubano não tinha condições de fazer novos prédios, mas brilhantemente, o herói nacional<sup>22</sup>, o Comandante Fidel, analisando as condições materiais e a “correlação de forças” tinha sempre uma solução de superação.

Não tinha tinta para pintar as casas, não tinha isso, não tinha aquilo, Fidel juntamente com um arquiteto resolve ao invés de construir coisas novas, como os norte-americanos, pensaram em recuperar a parte arquitetônica histórica de Cuba, e assim foi, todo ano que eu chegava em Cuba tinha mais um pedacinho recuperado, hoje Havana velha é um deslumbre, belíssima. (Entrevista com Elizabeth, Agencia Força turismo, 12/08/ 2015)

O embate econômico com os EUA se encontrou presente de forma constante no discurso de Elizabeth. O embargo econômico é o grande impedimento para o desenvolvimento econômico da ilha.

Eles não podiam usar satélite por que eram satélites norte-americanos, não pode até hoje, não pode pagar com cartão devido a serem bancos norte-americanos, pois quando chega a cobrança lá o dinheiro é retido, por conta do bloqueio, então não se podia usar os satélites disponíveis por causa do bloqueio, então a vida deles era, ainda é muito difícil. (Entrevista com Elizabeth, Agencia Força turismo, 12/08/ 2015)

O tom da conversa prosseguiu, privilegiando sempre uma abordagem do percurso histórico da implantação do socialismo em Cuba, para ela falar da questão particular de uma viagem turística. Indaguei-me por que ela orientava a conversa sempre nesta articulação “macro-micro”, conduzindo meu interesse individual por Cuba - de viajar ou de fazer uma pesquisa sobre o turismo na ilha – para uma modalidade de viagem que ela oferecia. Uma viagem para produzir em quem procura essa experiência, um “processo civilizador” (Bildung) dentro dos moldes comunistas do “processo de conscientização” (ELIAS, 1990). Aqui, o oposto ao que eu tinha, até então, encontrado nas agências comerciais de turismo.

Sua atividade turística, mesmo sendo um empreendimento comercial, soava para mim como algo de “missão” ideológica e política. Mesmo com a reorientação mencionada por ela, nas iniciativas do Estado cubano em promover um turismo de lazer para obtenção de divisas - que corresponde mais uma vez a periodização histórica registrada nos livros sobre o processo político cubano - ela me disse que prosseguia com seu turismo “especializado” voltado para divulgação das “conquistas sociais da revolução”. Embora afirme que venda “pacotes” para o turismo comercial tanto para

---

<sup>22</sup> O nacionalismo para mim tem um papel crucial na construção simbólica do imaginário cubano. Muitas vezes no mesmo nível do socialismo, complementando-se um e outro.

Cuba como para outros destinos de lazer, sua preferência é divulgar via a organização cubana AMISTUR, um turismo com uma orientação política.

Na conversa, ela buscou estabelecer uma diferenciação do turismo comercial, ao se referir às agências paulistas que desenvolvem esta atividade: “O paulista só quer conhecer as praias e algumas cidades, aqui no Rio é diferente, aí sim se faz um turismo social”.

O que consegui captar na venda do destino: Cuba, que ela praticou comigo, foi o seu “know how” de vários anos nesta atividade. O que lhe conferiu um reconhecimento entre as pessoas que têm interesse em saber os trâmites e meandros para chegar a este lugar um tanto inacessível ao turismo comercial. Por possuir esse “savoir faire”, sabe indicar as particularidades para o acesso aos lugares de Cuba. Geralmente, os interessados, depois de se informar pela internet e guias, através de alguma indicação procuram sua empresa. Elizabeth me disse que pela sua afinidade ideológica, ser “esquerda” conquistou muitos contatos e confiança que tornam mais segura a entrada das pessoas em Cuba.

Outra afinidade de seu discurso que descobri com o que aparece nos Guias “culturais” consultados foi o de mostrar a ilha como um lugar que aparenta “estar parado no tempo” e ir para Cuba agora é viver essa inversão com relação à globalização e à modernidade. Esse, então, seria o “glamour” do lugar, que clamaria pela sua preservação e pela manutenção de seu estilo de vida solidário e comunal, alternativo ao progresso desagregador do capitalismo.

Ao final desse encontro, ela me confirmou a indicação de Anita, dando mais detalhes de outros lugares para pesquisar, como a “Associação José Martí” que organiza as “Brigadas de solidariedade”, assunto que desenvolverei mais à frente. Informou-me sobre o contato com os órgãos turísticos do Estado cubano, o Instituto Cubano de Amizade aos Povos (ICAP) e Agência Amiga de turismo (AMISTUR), que fornecem para a agência dela propagandas, roteiros e, de certa forma, uma orientação que ela transmite a sua clientela. Além disso, ela me deu diversos materiais de propaganda turística que achou mais interessantes para eu ir absorvendo o *ethos* e estilo de vida da sociedade cubana. Esses se revelaram fundamentais para minha análise sobre a produção das imagens sobre Cuba e seus conteúdos. Saí do prédio renovado, com mais fôlego e novo ânimo para avançar na pesquisa.

Ali, tinha mapeado dois tipos de abordagem turística a Cuba, uma dispersa e despreparada, a das agências comerciais de Juiz de Fora, além da agência paulista mais

concentrada apenas para um turismo de lazer; e outra, especializada e ideológica, a agência de Elizabeth. Além disso, tinha amalhado um material representativo do que Elizabeth classificou de “turismo social”, rico em imagens e elementos discursivos para minha análise, distante do material que o amigo sociólogo de meu pai tinha conseguido, este também rico em imagens e discursos, mas em outra direção, a do turismo de luxo, que não foi o foco desta pesquisa.

### **C- A capacitação para agências turísticas brasileiras por uma promotora de turismo de agência estatal do governo cubano**

Neste ínterim, dois amigos, ex-colegas do curso de Turismo/UFJF, hoje proprietários da agência de intercâmbio “Cult Brazil” em Juiz de Fora, que sabiam da minha pesquisa e da minha busca por entender as dinâmicas dos pacotes turísticos para Cuba, foram convidados para um curso de capacitação na cidade do Rio de Janeiro, com uma representante da empresa “Autêntica Cuba”<sup>23</sup>, com o intuito de ensinar e apresentar para as empresas de turismo do Brasil os mecanismos e atrativos turísticos que se estendem ao longo da ilha socialista. Então, eles me convidaram para participar do evento como um funcionário e representante da empresa Cult Brazil, para com isto absorver essa experiência frutífera para minha pesquisa e também para dar um retorno das informações recolhidas para a empresa deles. Não pensei duas vezes antes de aceitar o convite.

Sendo assim, munido da condição de “funcionário” da empresa, parti para o Rio de Janeiro e, no dia 25 de agosto, por volta das 8 horas da manhã, na rua Almirante Barroso, no centro da cidade, adentrei um prédio comercial me dirigindo ao auditório que se encontrava localizado no último andar. Ao chegar neste encontro, estava o cartaz que apresentava o evento, “Capacitação de destinos internacionais, Cuba, aprenda mais sobre este destino fantástico, venha se especializar conosco”. Esse cartaz em que tinha a presença dos financiadores, Copa Airlines (que faz vôos diretos a Havana), Sol y Playa (empresa internacional de destinos caribenhos) e a Autêntica Cuba (empresa estatal cubana de deslocamentos/turismo).

Minha primeira observação sobre este cartaz foi sua capacidade simbólica de condensar na imagem uma mensagem subliminar. A foto que se destacou nessa peça

---

<sup>23</sup> Empresa Estatal Cubana.



publicitária visual não foi a imagem das belas praias e nem da sua natureza (como o de costume, se for representar o nordeste brasileiro ou o caribe, em geral), mas sim da principal rua de Havana velha, representada por sua arquitetura preservada. Nela se projeta a imagem do Capitólio, símbolo da manutenção da arquitetura norte-americana, mas também da expropriação revolucionária pela tomada pelo socialismo deste símbolo dos EUA. Também aparecem vários carros antigos norte-americanos, porém interpretados como símbolos da eterna resistência contra o embargo econômico, expressando esta nação corajosa que afronta o poderio da primeira potência mundial e que lhe confere uma aura nostálgica de um “tempo parado”.

Ao adentrar o ambiente fui recebido por uma funcionária da empresa Copa Airlines, trocamos palavras de saudações e esta me indicou o local onde deveria me sentar. A sala tinha por volta de umas 100 cadeiras, uma mesa para os apresentadores e um aparelho de Datashow refletindo na parede o mesmo cartaz que comentei acima.

Instalei-me na minha cadeira, saquei o caderno de anotações e comecei a observar a movimentação da organização do evento e a chegada dos empreendedores. A maioria dos que estavam a chegar para assistir a capacitação, penso eu, eram pessoas de gerência ou donos das empresas, pois me pareciam interessados, entusiasmados, não estavam de uniforme e conheciam os organizadores pelo nome, isso era recíproco. Então, pensei que esse tipo de capacitação tinha a finalidade de informar primeiramente donos e gerentes das empresas que posteriormente capacitariam seus funcionários, o que poderia significar uma valorização recente desse novo destino turístico.

Após todos os lugares ocupados, com um perfil da audiência exposto acima, uma representante da cerimonial contratada apresenta a agente Ruana, promotora de turismo das agências Sol y Playa e Autêntica Cuba. Ruana, uma moça aparentemente jovem com talvez uns 40 anos de idade, começou sua palestra. Embora tenha discursado sobre aspectos técnicos e instrumentais da atividade turística, vou destacar de sua apresentação o que se conecta com meus interesses sobre a produção de discursos e imagens de Cuba como forma de atrair a visitação a Cuba.

Ruana começou sua fala avisando que estava doente e se justificando por que não falaria em português, pois não dominava a língua, o que me surpreendeu de certa forma, pois a mesma falava francês e inglês, provavelmente para atingir os canadenses que são dos que mais visitam Cuba atualmente. Em sua ficha apresentada nos slides, que acompanharão toda a sua apresentação, estava indicado que ela há 11 anos trabalhava neste tipo específico de evento (capacitação de agências de outros países para

se vender o produto Cuba). Isso me fez refletir sobre o ainda baixo grau de investimento por parte de Cuba para incrementar o turismo com o Brasil, ainda que este próprio evento seja um indicador de reversão.

Deixo também uma observação sobre o perfil das pessoas que estavam lá, retomando um pouco o que tinha afirmado anteriormente. Deveriam ser pessoas de postos importantes em suas empresas, pois diante desta condição ninguém se abalou e, quando Ruana perguntou se todos falavam espanhol, poucos (dois ou três) levantaram e pediram algum tipo de tradução. Ela então resolveu falar espaçadamente. Diante disso e do meu espanhol precário, tive que redobrar a atenção para sua fala e menos para as imagens que também muito me interessavam.

Logo ao início de sua apresentação, ela colocou de forma geral o que faz de Cuba um destino atrativo que se deve ser produzido e vendido pelas agências brasileiras. Ela apresentou com um conhecimento de quem trabalha diretamente com esses serviços e mecanismos turísticos, tanto que se predispôs, depois, a passar via carta ou internet os contatos, planos e trâmites de todos esses serviços que ela expôs ao longo da sua apresentação. Ruana prosseguiu evocando as belezas naturais cubanas, sempre baseada nas fotos reluzentes pela máquina na parede. Colocou que as águas cristalinas e suas areias límpidas, finas e brancas são típicas do meio ambiente em que se situa a ilha, o Caribe. O que me interessou, logo nos primeiros 30 minutos de sua apresentação, é que para além da beleza caribenha natural deste país, o turismo estatal de Cuba oferece uma realidade com densidade cultural e histórica, o que me lembrou também os argumentos de Elizabeth, dona da agência Força Brasil. Um discurso que articulou um processo histórico de libertação colonial e imperialista com uma situação de bem estar social para a população nos setores de saúde, educação e patrimônio histórico-cultural.

Para, além disso, das praias, Cuba tem história, arquitetura, o povo cubano é um povo alegre e receptivo e lá você pode andar seguro que todos vão te recepcionar e indicar locais interessantes para ir, então Cuba tem características diferentes do que se vê em outros países, *características únicas*. (Capacitação com Ruana, agente da Autêntica Cuba, 25/08/2015, tradução pessoal)

Somos famosos pelas maravilhosas praias, basicamente por estarmos banhados pelo mar do Caribe, mas pessoal o que faz Cuba ser diferente, melhor o que faz ser diferente, por exemplo, da República Dominicana? Que também tem praias maravilhosas e também no Caribe? É a história de Cuba, Cuba tem a cidade de Havana, que é maravilhosa, foi declarada patrimônio histórico da humanidade pela UNESCO, justamente por suas características únicas, foi conservado todos os valores que existiram e existe ali, a toda uma reconstrução dos momentos que ali se passaram, dos momentos culturais e

sociais, assim como sua arquitetura belíssima e a manutenção de uma história que se passou e passa em Cuba. (Capacitação com Ruana, agente da Autêntica Cuba, 25/08/2015, tradução pessoal)

Seguindo sua apresentação, ela apresentou de forma oral e visual diversos atrativos e serviços turísticos que o país oferece, tais como suas belezas naturais, em especial as praias e o setor dos serviços, como *resorts*, traslados, cadeias hoteleiras de diversas estrelas e que se igualam a qualquer padrão tecnológico de qualquer país desenvolvido. O que quero chamar atenção aqui é que no discurso dela estava presente a intenção de revelar aos representantes do meio empresarial brasileiro que Cuba está plenamente sintonizada ao mundo globalizado em termos de equipamentos turísticos, tendo como diferencial - termo tão caro ao mundo dos empreendimentos - uma história e uma cultura que a tornam singular, produzindo uma população vocacionada para o acolhimento ao turista, porque alegre e hospitaleira. Isso, contudo, só foi possível, dito de uma forma sutil, devido ao processo revolucionário que implantou o regime comunista no país. Aqui, uma construção discursiva que promove um arranjo sem contradições entre regime comunista e nacionalista, turismo globalizado e ambiente de cultura popular e patrimônio histórico.

Na sua apresentação ele seguiu mostrando slides com os pontos turísticos cubanos e as atividades turísticas como o que se fazer na noite em diversas cidades, como usufruir dos prazeres de dança, bares e lugares com vistas lindas nas palavras dela, como da produção de tabaco, uma das maiores indústrias de manufatura do mundo e dos carros antigos. Isso para demonstrar a articulação produzida entre dimensão cultural, belezas naturais, povo receptivo e maquinário turístico eficiente, como mostrarei no capítulo posterior, quando analisarei os Guias, *folders*, etc.

A diferença de Cuba em relação à (pós) modernidade capitalista foi atenuada neste discurso como algo que pode ser absorvido na convivência. O que me evocou a perspectiva antropológica do multiculturalismo e do “relativismo cultural”, ou o que Stuart Hall chamou atenção com as afinidades entre dimensões que poderiam ser compreendidas como excludentes: identidade nacional, modernidade e tradição das origens (HALL, 2002). Algo que Ruana poderia ter dito desta forma: somos diferentes, nacionalistas e comunistas, mas essa singularidade marcante é nosso “cartão de visita”, que pode ser vendido ao mundo do turismo globalizado como um atrativo a ser usufruído.

Isso pôde ser exemplificado na exposição visual e oral de um evento militar chamado “canhonaço das nove”, que expôs a preservação histórica da era colonial, assim como a força do exército militar. Também ao abordar a cidade de Santa Clara, Ruana nos mostrou com muito apreço o mausoléu de Ernesto Che Guevara, ícone revolucionário mundial associado à implantação do socialismo em Cuba.

As “nove” tem uma atividade maravilhosa, que é cultural de Cuba, todos os soldados sobem no Parque Histórico Militar Morro Cabaña e dão um disparo que remete as tradições antigas, em direção à baía, escutando o barulho na Havana inteira, e essa cerimônia se chama cerimônia do Cañonazo, e isto com certeza é muito diferente. (Capacitação com Ruana, agente da Autêntica Cuba, 25/08/2015, tradução pessoal)

Em Santa Clara há um memorial importante para os cubanos, memorial de Che, este resgata a história de uma dos personagens mais importantes que lutou na revolução de Cuba. (Capacitação com Ruana, agente da Autêntica Cuba, 25/08/2015, tradução pessoal)

Em um viés próximo, ela apresentou as diversas atividades a serem contempladas pelo turismo, tais como educação, cultura/música, ballet, saúde, artes, etc. Aqui, uma afirmação sutil de que isso foi possível devido à revolução. Ou seja, que, para além do lazer de descanso nas suas belas praias e matas, Cuba exhibe um diferencial no seu ambiente e no seu fazer lazer, como Dumazedier nos traz, um lazer que visa o crescimento intelectual do indivíduo a partir de imersão na sua cultura e sociedade (DUMAZEDIER, 2004).

Ruana disse, na palestra, que a diferença de Cuba “é a própria população cubana e a qualidade de vida que o viajante sentirá lá”. Constatei essa formulação em outros lugares como: a publicidade em geral veiculada por agentes, guias, *folders* e na própria entrevista do responsável pelo setor turístico em Cuba Telesphores Prates ao jornalista Fernando Morais (1985). Um discurso que, através do processo revolucionário, articula na história passado, presente e futuro, e, com isso, assegura, hoje, um país consolidado e livre de mazelas encontradas nos países ocidentais, como a violência e a delinquência, particularmente o nosso: “É um país seguro, que se pode caminhar sem preocupação, tanto de noite quanto de dia, tanto só como com a sua família” (Capacitação com Ruana, agente da Autêntica Cuba, 25/08/2015, tradução pessoal).

Ao responder às perguntas da audiência, Ruana se concentrou em algumas: “como é a educação e a saúde na ilha?”. Na “ponta da língua”, Ruana respondeu detalhadamente, seguida dos olhares atentos de todos que anotavam e absorviam o que ela vinha discorrendo. Essas informações podiam ser interessantes para os agentes

estimulem a vinda de turistas e “vender” Cuba. Como nas palavras de Ruana, é na diferença que Cuba pode ser “vendida” ou “consumida” pelo turismo, pois outros lugares também oferecem o desfrute das praias, mas essas estruturas básicas são o que permitem ao povo cubano ser “hospitaleiro”.

Dos benefícios de uma educação cubana gratuita e de qualidade desde o primário até a formação nas universidades, uma formação que erradicou o analfabetismo, assim em sua grande maioria os jovens estão nas universidades (Capacitação com Ruana, agente da Autêntica Cuba, 25/08/2015)

Aqui, podemos lembrar as formulações de Stuart Hall sobre como a constituição de identidades nacionais passa por instituições disciplinadoras como a escola e o exército (HALL, 2002). Mais uma vez, como em um reforço escolar cubano, ela enfatiza:

Se alguém perguntar para vocês qual a diferença em ir para Cuba ou ir a República Dominicana o que vocês falarão? Que é a mesma coisa? Não, vão falar que em Cuba tem uma história diferenciada, uma cultura, uma reconstrução de valores e uma arquitetura preservada especialmente em Havana. (Capacitação com Ruana, agente da Autêntica Cuba, 25/08/2015, tradução pessoal)

Antes mesmo dessas perguntas sobre o tema da educação formuladas pelos promotores das duas agências brasileira, a promotora de turismo cubana já tinha preparado no seu último slide, sublinhando o tema da educação e das conquistas sociais que se mantêm e forjam a sociedade cubana. Ela terminou com um slide apontando dados geográficos, sociais e culturais de Cuba.

Nos dados apareciam números da população cubana, assim como dados que mostravam a erradicação do analfabetismo, da mortalidade infantil e da fome, a meu ver remetendo a um discurso dos avanços do governo revolucionário que se mantêm há 59 anos desde da revolução que derrubou o General Fulgêncio Batista, e além disso, para se criar um imaginário de que Cuba resiste à hegemonia do capitalismo, oferecendo ao seu povo condições e qualidade de vida. Ao lado disso, para o estrangeiro também é oferecido um serviço receptivo que se iguala a qualquer país ocidental moderno, no qual Cuba é portadora de uma estrutura e equipamentos luxuosos inseridos nas suas belezas naturais, mas com um adicional, como Ruana insistiu em diversas vezes ao longo de sua palestra para os promotores de viagem brasileiros: “Cuba e Havana têm o diferencial histórico, cultural, social e de resgate dos valores vividos ao longo do tempo”.

## **D- A Associação Cultural José Martí e o programa das “Brigadas” de ida a Cuba**

Passo, então, a relatar meu encontro com a “Associação Cultural José Martí” e sua presidente que aqui chamarei de Lúcia<sup>24</sup>. Anteriormente a este encontro, procurei um contato com uma moça chamada Silvana de São Paulo que estava à frente desse tipo de articulação de viagens a Cuba em um turismo de cunho militante. Eram associações em todo o país ligadas ao órgão ICAP (Instituto Cubano de Amizade entre os Povos), que tinham esse papel de organizar e aglutinar nas suas modalidades (criação e propaganda para estimular ida a Cuba) as pessoas que iriam participar dessa imersão na ilha. Com isso, predispus-me a mandar e-mail para o consulado cubano no Brasil pedindo tais informações sobre esses contatos e fui respondido com diversos links sobre as Associações “Martianas” inseridas em nosso país.

Diante dessas informações, comecei a pesquisar via internet as diversas associações localizadas no sudeste do Brasil que promoviam comemorações, aniversários de figuras históricas da revolução cubana, reuniões para discutir a atual situação da ilha, entre outros eventos. Visualizei duas idas das chamadas “brigadas de solidariedade” a Cuba, uma no meio do ano de 2015 e outra no final. Com isso, recolhi materiais visuais que remetem a esse deslocamento e, diante dessa situação, percebi que tinha que visitar uma dessas associações no intuito de perceber “de dentro”, a maneira antropológica, a relação que é travada para esses deslocamentos para a ilha no que tange à produção do desejo de uma visita guiada.

Além dessa pesquisa por internet, fui ao Rio de Janeiro no intuito de exclusivamente conhecer a Associação Cultural José Martí e suas modalidades de visita à ilha, pois esse era um contato mais assegurado. Tinha, para tal, a indicação de Anita, que conhecia a presidente dessa associação “martiana” e que iria participar de uma reunião na Câmara dos Vereadores do Rio de Janeiro para uma solenidade em comemoração aos 89 anos de Fidel Castro. Anita, então, convidou-me para participar e apresentar à senhora que estava à frente dessa organização para marcarmos alguma reunião a sós, visando apresentar o programa de viagem a Cuba das “brigadas” e a própria Associação Cultural José Martí. O que fui gradativamente percebendo é que essa associação tende a ocupar todos os espaços de atividades que são relacionados à

---

<sup>24</sup>Professora da aposentada da UFRJ, Presidente da Associação Cultural José Martí do Rio de Janeiro e Ex Secretária Geral do Partido Comunista Brasileiro

ilha, no intuito de ter uma hegemonia quanto a esta particularidade, pelo menos no âmbito do Rio, e também para atingir os futuros interessados em viajar a Cuba, veiculando para esses suas concepções de organização social e política de Cuba, totalmente em afinidade com as concepções nativas e socialistas de Cuba.

No dia 13/08/2015 fui à câmara do Rio de Janeiro, por volta das 18h, no anfiteatro da mesma, onde se realizaria o evento em homenagem ao aniversário de Fidel Castro. O anfiteatro estava todo ocupado, em sua maioria por senhores de idade e poucos jovens. Reconheci que devia ser o mais jovem presente. Comecei a refletir que existe certo enfraquecimento da esquerda para tais eventos, contraditando com o que pesquisei sobre esses tipos de deslocamentos a Cuba, nos quais seus participantes eram essencialmente jovens. Então, existia outra forma de chegar neles que não neste tipo de atividade da associação. Pensei, então, que a reunião com Lúcia, a presidente, mostraria esse caminho. A mesa era composta por um vereador Partido Comunista Brasileiro (PCB), uma militante filha de um grande quadro brasileiro do PCB e Lúcia. As pautas tratadas foram de defesa a Cuba, contra o bloqueio norte-americano das belezas naturais e conquistas sociais que ali existiam e basicamente para reforçar as conquistas e a manutenção da revolução. O tom dos discursos era muito incisivo: Cuba só é Cuba por conta desse processo. Se Cuba não tivesse a revolução, seria mais um país de riquezas naturais como qualquer outro. Gostaria de saber da presidente se essa também era a “palavra de ordem”, o *slogan* central para a motivação da ida dos jovens para a “solidariedade” a Cuba. Abordei brevemente Lúcia, após sua fala na mesa, ela teve problemas de audição por ser uma senhora com seus 80 anos de idade. Com as diversas interrupções de terceiros para parabenizá-la pela fala, preferimos marcar para o dia 19/08/2016 às 18 horas na sede da associação que se situa no centro do Rio de Janeiro, com o propósito de ela me apresentar quais atividades a associação promove e como eu deveria fazer para me engajar numa dessas viagens que a associação promove na forma de “brigadas” para Cuba.

Chegado o dia da reunião, me desloquei até o centro da cidade, chegando a um prédio comercial, na Rua 13 de maio, dirigi-me ao andar indicado e toquei a campainha de um pequeno escritório entre dezenas no mesmo local. Após certa insistência, fui atendido por Lúcia, que, em sua fala arrastada de pessoa idosa, convidou-me a adentrar a associação. O ambiente era pequeno, com quatro cômodos, uma sala de recepção, uma de reunião, pequena por sinal, cozinha e outro cômodo que não entrei, mas que me parecia ser um gabinete dos representantes. Minha primeira impressão e a que me ficou

é foi de um local pouco organizado, penso que devido à falta de pessoas envolvidas diretamente na diretoria dessa associação, e as que estão são senhores de idade que não conseguem manter aquele local em uso na sua melhor forma. O escritório era escuro, pouco ventilado e quase engolido por diversos livros, pôsteres e cartazes, sua sala de reunião era simplória e pouco envolvente.

Dadas essas primeiras observações do local, formulei que esse tipo de associação está em ostracismo, as relações desse tipo de militância, na minha observação, parecem não assumir um papel preponderante na vida da juventude de esquerda. Minha impressão era de que poucos procuram a associação, e os que o fizeram, procuraram no intuito de realizar esse roteiro específico a Cuba e não se envolver na construção dele ou das demais atividades que essa tenta oferecer. Os viajantes que são vários ao longo dos anos em que essa associação oferece esse tipo de “turismo militante”, estão para usufruir do “capital cultural/simbólico” na acepção de Bourdieu (1989), que esta associação e seus membros têm dos contatos e redes, assim como a relação que esta estabelece junto aos órgãos estatais cubanos para se deslocar até aquele país.

Lúcia me convidou a sentar em uma cadeira que nos divide entre uma pequena mesa com convites de eventos espalhados em cima. Ela me perguntou o que eu desejava saber e, de prontidão, expliquei-lhe que estava interessado em conhecer a associação e a promoção de deslocamento que se fazia e que tinha interesse em ir a Cuba, pois este era o tema no qual eu trabalhava em minha dissertação de Mestrado em Ciências Sociais. Ela, sem mais delongas, começou a falar interruptamente sobre a associação, os percalços que Cuba passou e passa, como funcionavam e funcionam as brigadas, a realidade cubana e, de certa forma, tentando me convencer a participar desse roteiro.

Logo de início, percebi em sua fala o que estou pontuando ao longo desta dissertação: a construção que se faz dessa localidade é a partir da diferença, sua primeira fala é de fixar um ponto de referência que são os EUA - a construção da diferença aqui, para bem ou para o mal, está sempre em torno da relação travada com os EUA- para mostrar a atual situação calamitosa que Cuba viveu e vive tem sua causa no embargo econômico promovida pelos norte-americanos. O grande problema para a crise cubana é advindo da falta de sensibilidade e o corte de relações por parte do grande país imperialista, que submete quem faz outro tipo de política econômica e social, ou seja, se é diferente dos EUA, sofre-se sofre sanções. Essa fala inicial dela se justifica também para colocar a criação da associação e a importância desta, que é de se solidarizar com



os problemas cubanos a partir do embargo norte-americano, da crise e do esgotamento do modelo soviético, que historicamente, como vimos, mantinha e subsidiava o Estado cubano ao longo da maior parte do tempo após a revolução de 1959.

Sua fala rápida e confusa me deixou um pouco perdido, mas ligando os pontos com o que venho estudando, e apresentarei adiante os materiais publicitários recolhidos, ela demonstra uma vinculação quase nacionalista dos heróis da revolução com a prática de ir e se solidarizar com Cuba, que é um ponto chave das atividades dessa associação e é propagado para mim e para as pessoas que a procuram. O relato que destaca a saga dos heróis da revolução e estimula a criação de um imaginário de um país que emana história e espírito revolucionário desde sua independência. Seu intuito, ao me contar e me “situar” nestes eventos históricos, era de fazer construir “na minha cabeça” um imaginário de Cuba a partir da ideia dessas revoluções, que visitar esse local era visitar o que existe de “resistência”, o que é “diferente”, onde se é ainda revolucionário, onde se respira e, estando lá, sente-se os caminhos e as mudanças de uma época de “se fazer justiça”.

Hospedo todos os cubanos (...) mas ai a gente criou logo em seguida a Associação Cultural José Martí, essa coisa de que todo esse movimento de solidariedade a Cuba é feito em prol e a partir dos designos de José Martí que morreu no século XIX, nascido em 1853 e morreu em 1895 numa batalha com os espanhóis, com 45 anos, essa história tem princípios, gestões desde 85, com isso foi muito bom, por que na verdade, Cuba estava como sempre com muitas dificuldade. (ENTREVISTA com Lúcia, presidente da Associação Cultural José Martí, 13/08/2015)

Lúcia continuou sua fala e, então, explicou como funcionam as “brigadas”, mais uma vez com uma fala prolixa, ela contou das brigadas como se fosse um só processo, sem diferenciação ao longo dos tempos. Prosseguindo nesta conversa com ela, desvelaram-se grandes diferenças entre as brigadas de 1980-2015, pois, de um lado, as brigadas tiveram um início com o intuito de solidariedade a Cuba, devido aos problemas econômicos através de um labor e trabalho real daqueles que iam à ilha. Por outro lado, as brigadas que se constituíram a partir do ano 2000 têm um viés muito mais próximo de um turismo militante, que vai conhecer os feitos da revolução cubana, assim como reconhecer a “história viva” na ilha socialista, numa postura mais de visitante. Para mim, o propósito do que se chama solidariedade dessas brigadas a Cuba, atualmente, é de mudar o conceito criado sobre Cuba nos países da América Latina ou de propagar outro olhar construído simbolicamente, ou seja, um olhar de valor social e de esquerda, quase uma defesa desta sociedade socialista a partir de uma experiência vivida.

As viagens visam fornecer aos que voltam da ilha com uma carga de informações captadas *in loco* para desconstruir um simbólico senso comum presente no imaginário dos sul-americanos em geral. Elas visam fornecer uma nova visão simbólica para os que retornam os seus países de origem de que Cuba é resistente e tem conquistas sociais que a diferencia dos demais países capitalistas, particularmente os da América Latina. Visam, ainda, formar neste “brigadista” ou, no meu entender, mais um “turista militante”, uma convicção e certa autoridade sobre essa “realidade” da ilha conhecida por experiência própria. E que nenhum grito de “vá para Cuba” enunciado por alguém de direita ou alienado nos seus países de origem abale mais as convicções desse pós-viajante, pois ele responderá com o conhecimento adquirido nessa imersão: “eu fui e por isso te digo, lá tem segurança, educação e saúde e se é falho em outros quesitos - infraestrutura, tecnologia, etc.- o problema foi o embargo econômico perpetrado pelos EUA contra a economia cubana. O embargo é que atrapalha o avanço econômico cubano”, segundo comentários de Lúcia sobre como deveria se portar um “brigadista” que retorna da experiência da visita à ilha.

Cuba não tem praticamente petróleo, portanto precisa receber de outros países, mas a gente criou a associação e também criamos um grupo de pessoas que vão duas vezes por ano para ajudar na coleta de janeiro, coleta de cítricos e em julho a coleta de cana, a coleta de julho ia basicamente pessoas de sindicato, pois são acostumados a pegar no pesado e a de janeiro, que é tomate, laranja e essas coisas, então as brigadas foram criados dessa forma e desse jeito para aumentar a solidariedade a Cuba e mostrar as pessoas no Brasil... depois esse projeto acabou se espalhando pela Europa e coisa, tanto que hoje o ICAP faz quase que o ano todo com outros país (...) A brigada brasileira, sul-americana é a maior de todas e leva muita gente. Com isso, no início quem ia nessas brigadas em janeiro e em julho, iam exclusivamente para trabalhar, Ajudar os cubanos a terem uma safra maior, com isso melhorar a situação dessa região. Agora de cinco a seis anos pra cá, Cuba consegue com compras de materiais de construção da Alemanha ter uma coleta significativa, não necessitando tanto da coleta solidária das brigadas, hoje você vai a Cuba nas brigadas e você só vai ao campo no máximo umas cinco vezes, o restante do tempo você vai conhecer Cuba, e conhecer Cuba com palestras, museus e etc. O que eu quero que você entenda que a brigada atual de Cuba não tem nada a ver com as brigadas da Nicarágua (onde tinha coleta de café e exclusivamente para a coleta e alavancar a economia de lá), o que a gente fez foi mandar para lá brasileiros, preparando-os fazendo reunião (...) eles não saem daqui do Rio de Janeiro sem ter no mínimo cinco, seis aulas, sobre história de Cuba, para eles quererem ir a Cuba e depois chegarem ao menos lá sabendo a realidade e o como se portar em Cuba. (ENTREVISTA com Lúcia, presidente da Associação Cultural José Martí, 13/08/2015)

Faço reunião no auditório daqui da Associação, conversando com as pessoas e seleciono filmes, assim como da historia de Cuba, o porquê da solidariedade em Cuba, muitas vezes existem equívocos das pessoas que vão, dizendo que é um horror, que é isso que é aquilo, então eu faço questão de

dizer exatamente como é. Como é a realidade de Cuba e a vida dos cubanos. (ENTREVISTA com Lúcia, presidente da Associação Cultural José Martí, 13/08/2015)

Ela passou a reforçar as imagens e os discursos positivos construídos sobre Cuba (contra-propaganda há muito disseminada, opinião desfavorável veiculada pela grande mídia dos países capitalistas), no intuito de criar desejos e imaginário para que o destino de viagem desses potenciais interessados seja a ilha. Ela me relatou que marcava reuniões que ela chama de “aula”, com os possíveis futuros brigadistas/turistas militantes na própria associação e que nelas apresenta o projeto do ICAP, um projeto voltado para uma imersão na realidade cubana, para mim, dentro de uma estratégia de criar um campo de opinião favorável através de uma “experiência vivida”.

Por diversas vezes, Lúcia colocou que não era uma atividade de turismo, mas, a meu ver, a relação que era travada ali se aproximava de todas as formas com um turismo de cunho militante. A noção de turismo tem toda uma conotação ligada ao *modus operandi* de se fazer lazer numa sociedade de consumo, ou seja, no capitalismo. Por isso, vejo que há certo receio de ser contaminado pelo espírito do consumo que vem aliado a essa noção. Portanto, penso que a ideia de fundo dessa experiência de viagem das “brigadas” é a do aprendizado que penso se encaixar no “lazer de desenvolvimento pessoal” bem contemplado, obra de Dumazedier (2004) que apresentamos no primeiro capítulo desta dissertação.

Que aprendizado é, então, exercitado nesta viagem à ilha? O aprendizado de sentir e imergir na diferença que se encontra explicitada em dois tipos de sociedade, uma com exploração e desigualdade e outra na busca por igualdade e justiça social. Então, ir a Cuba significa obter uma experiência viva das conquistas revolucionárias: saúde, cultura, segurança e educação - ao evocar esse tema, sempre tocam no assunto das crianças e que elas são o futuro. É sentir como se estivéssemos em outro mundo diferente desse que vivemos, capitalista-globalizado, que tem a preocupação de assegurar os direitos básicos e a dignidade aos seus cidadãos e, se há carências, o embargo econômico dos EUA é o grande responsável. Um mundo diferenciado, que valoriza sua simplicidade, tradição e ausência de avanços tecnológicos - contra a modernidade capitalista; aqui fazendo da falta, uma virtude - na arquitetura antiga e colônia, nos seus automóveis antigos, nas pessoas que lá habitam, hospitaleiras e acolhedoras, por introjetar em si mesmas a carga da “história revolucionária” desenvolvida em seu país.

O intuito atual das brigadas é mandar gente a Cuba para conhecer a verdadeira Cuba, a Cuba dos cubanos, por que o que acontece é o seguinte, você vai a Cuba numa brigada você vai ver uma serie de coisas, e vai acabar vendo que Cuba não é o que a imprensa brasileira diz, alias os cubanos dizem sempre que quando eles leem jornais do Brasil sobre Cuba, eles não sabem de que país estão falando, por que de Cuba não é assim. Indo nas brigadas você vai ver... Eu falo muito também que é importante, o papel, por exemplo, das crianças, são verdadeiramente adestradas, as crianças de 8 anos são eles os responsáveis pela eleição, são eles que contam os votos, são escolhidos os melhores alunos da 3 serie para isso, vão uniformizados parece uns soldadinhos. Nunca houve um erro até hoje, 8, 9 anos todas as crianças sabem fazer conta e nunca houve um erro sequer. O sistema é diferente... (ENTREVISTA com Lúcia, presidente da Associação Cultural José Martí, 13/08/2015)

Nesse particular, o estranhamento antropológico me faz notar no seu discurso a referência ao “uniforme”, a semelhança com “soldados”, ao “adestramento” como uma um nítido componente de um processo de disciplinarização. Isso me remete à formulação de Hall (2002) sobre o papel da escola e do exército na formação da “unidade” dos estados-nação.

A forma de promoção estimulada se dá através do discurso nas reuniões, do fato de conhecer Cuba há anos e de ter relação direta com o ICAP. Através desse expediente, eles constroem um imaginário de Cuba como um país singular/una que resiste ao bloqueio de forma heroica, onde não existe fome e a saúde está em um padrão de “primeiro mundo”. Com isso, o sujeito que pretende viajar - em sua maioria, pessoas de esquerda - se localiza, sente empatia e desejo de conhecer e reconhecer<sup>25</sup> esse imaginário da Cuba “real”, que se opõe ao imaginário difundido nas sociedades capitalistas: país pobre e sem escolhas de consumo e liberdade.

Quando eu dou aula para os brigadistas eu começo falando das questões da educação, e mostrando como em Cuba, que é um país pequeno, de 115 mil km quadrados, menor do que o Sergipe, e quando eu falo da educação, falo que lá crianças de 3 anos já ta estudando, isso ajuda a desenvolver o cérebro da criança, Cuba tem muito cuidado com essa questão tendo dois ministérios da educação, um só para cuidar da educação do ensino médio e fundamental e outro da universitária, trabalhando do primeiro dia da escola com a criança até sua vida acadêmica universitária (...) Em Cuba cinquenta e dois por cento dos jovens cubanos estão na universidade (...) Em Cuba, as criança quando vão ao primeiro ano escolar, já estão registradas, por que lá o serviço é estatal, eles sabem todas as crianças que está nessa escola, essa criança recebe uniforme, sapato, todos os livros, cadernos e lápis são dados pelo governo, os pais não gastam um centavo. A rigor numa família se tiver três filhos, os três estão na escola garantidos, e lá as crianças fazem de tudo,

---

<sup>25</sup> Reconhecer no sentido de experienciar o discurso recebido/formulado pela Associação Cultural José Martí

esporte, lazer, teatro e vão direcionando a criança naquilo que eles tem propensão e isso começa aos três anos, lá todo lugar tem escola. Na questão da saúde é a mesma coisa, lá ninguém, mais ninguém paga um centavo quando estão doentes, lá todos os médicos de todo o tipo é gratuito. E mais quando uma mulher acha que está grávida e vai ao médico, este faz todos os exames, verificando a gravidez, o médico passa os exames necessários para ela e este marca na caderneta dela todas as vezes que ela tem que voltar ao médico, que é menos de um mês de intervalo, e se a mulher por isso ou por aquilo não aparecer, no dia seguinte mandam uma pessoa para saber o que aconteceu, se ela morreu, por que está marcada a consulta e não pode (...). No trabalho ela só mostra a caderneta e não precisa de nenhuma satisfação, nem pedir para substituir, então é muito diferente daqui, quando o médico passa a receita ela vai à farmácia pega todos os remédios e vai embora, sem pagar nada.(ENTREVISTA com Lúcia, presidente da Associação Cultural José Martí, 13/08/2015)

O discurso de sua “aula” visa inculcar noções importantes para a criação de um imaginário recheado de empatia para com a realidade cubana, “quando eles chegam lá eles já sabem como é... eu passo filme e conto tudo, mostro a educação, a saúde, os museus e a história dos revolucionários”. Curiosamente, por vias transversas, essa “pedagogia” das “aulas” de Lúcia me fez lembrar a formulação de Cardoso de Oliveira de que o antropólogo quando chega ao campo já tem um olhar formado sobre o que procurar, formado nos cursos que fez, na teoria de que se nutriu (CARDOSO DE OLIVEIRA, 2000).

Após sua palestra, abordei Lúcia, que finalizou essa conversa amigável me indicando que, para que meu trabalho ficasse mais completo, eu deveria fazer a viagem a Cuba como “brigadista”, pois lá ia ver a “verdadeira” Cuba, o que completaria suas palestras e os contatos que fiz na associação. De fato, conselho coerente, com o método “dialético” que ela e sua associação enunciaram todo o tempo: “Vá a Cuba para conhecer a realidade por sua própria experiência”. Aqui, não resisto também à analogia com o papel de um orientador de dissertação, que poderia me dizer que, para uma pesquisa com método antropológico sobre o turismo a Cuba “ficar mais completa”, seria melhor que eu fizesse uma etnografia fazendo eu próprio uma viagem a Cuba. Meu orientador, por saber dos prazos curtos para realização de uma dissertação de mestrado em Ciências Sociais e dos custos muito altos para tal empreendimento, não me fez esta exigência, mas ficou muito feliz quando soube desta minha determinação.

A partir daí, decidi fazer um investimento - que só foi possível de ser realizado pela imprescindível ajuda financeira de meu pai e de minha mãe - para fazer a viagem a Cuba e assumir com radicalidade o desafio feito pela antropologia, desde Malinowski, de buscar a “alteridade distante”, cruzando de fato os oceanos em busca de meus “nativos”.

### CAPÍTULO 3

#### ESTUDO E ANÁLISE DE PRODUÇÕES PUBLICITÁRIAS: *FOLDERS, GUIAS E PROPAGANDAS*

A partir desse momento, ao que essa pesquisa se propõe é permitir uma imersão no que tange à análise dos materiais que foram recolhidos em campo, procurando atestar as hipóteses e os objetivos deste trabalho com base nos discursos transmitidos por essas formas de publicidade que chegam às mãos de determinada clientela. Assim, procurei captar, nestas diversas estâncias da publicidade, as diversas modalidades de lazer (DUMAZEDIER, 2004). Foram buscados materiais tanto nas visitas sociológicas, que foram realizadas nas agências, quanto na procura de guias turísticos que contemplassem o lado comercial mais comum (propagandas/guias de publicidade global), bem como o lado menos comercial (guias e *folders*) de turismo na ilha cubana.

É possível afirmar que parte destes materiais é produzida com o intuito de representar a ilha no seu maior esplendor e exotismo, em geral colocando Cuba como um local paradisíaco e com alta possibilidade de desfrute. A localidade é apresentada ao interessado a partir de suas belezas naturais e seu potencial de lazer (estruturas turísticas), descanso e entretenimento. Por outro lado, o que é de fundamental importância para Cuba se colocar de forma “autêntica” perante outros produtos ligados ao turismo mundial e local. Ou seja, é na proposta e produção do tipo de lazer orientado ao desenvolvimento da personalidade que se marca em Cuba a sua originalidade, ligado à produção de um imaginário que leva o cliente interessado a ter anseios em visitar a ilha.

O que estou propondo, neste capítulo, é apresentar as formas de lazer em Cuba ligadas a certo turismo globalizado, ou seja, comum a todo mundo, mas que se encontra nesta relação com a população e a história de Cuba. A exploração dessa construção simbólica e desse discurso sobre o “extraordinário” é o que dá destaque à ilha como localidade única e singular.

A partir desses materiais, foi possível identificar como a forma de produção do turismo e do lazer de descanso e entretenimento é oferecida de forma generalizada não só em Cuba, mas também em produtos turísticos variados, pelos editores que, a partir de um turismo globalizado e luxuoso, afirmam que Cuba é um destino turístico que não deixa nada a desejar em relação a qualquer outro destino turístico mundial, apesar de seu modelo econômico, social e político mundialmente singular.

Quando se observa o *folder* Auténtica Cuba (2013), percebe-se logo nas primeiras páginas o quesito da estrutura turística: uma variedade de hotéis e alojamentos em ambientes de cidade, praia e natureza; rede hoteleira que inclui restaurante, lojas, transporte, náutica, organização de eventos, entre outros. Demonstra, assim, a importância de se exaltar a riqueza natural de Cuba, promovendo uma desmistificação daquela propaganda negativa que classifica Cuba como uma localidade que absorveu por anos “socialismo periférico” (AUTÉNTICA CUBA, 2013, p.9).

Na mesma linha, vemos também o guia Cuba En Tus Manos (2012) e os *folders* Cuba Plus (2010) e Cubatur (2013). Tal material, produzido pelo Estado cubano, vem a reforçar a ideia de se apresentar os equipamentos turísticos de consumo individualizado, apresentando uma Cuba vitoriosa, colocada no mesmo patamar das localidades típicas do lazer capitalista. Esse tipo de modalidade de lazer, que apela ao descanso e ao entretenimento, exalta as suas cadeias hoteleiras luxuosas e seus *resorts*, em consonância com o capital estrangeiro em Varadero, Cayo Largo, Vila Clara, Trinidad, Guardalavaca, entre outros

Cuba es más que un retrato del paraíso. Es un destino único por su belleza, pueblo, cultura, sabores e historia. Un lugar de ensueño un donde lo imaginable es posible cuando eliges un hotel Iberostar. Ofrecemos los mejores hoteles, en los sitios más exclusivos y exóticos. Emoción y descanso a su alcance. Días de diversión sin límites, de exquisita gastronomía cubana e internacional, deportes acuáticos y aventura (CUBA EN TUS MANOS, 2012, p.26)

Confortables y modernos hoteles, espectaculares playas, excelentes embarcaciones, excursiones inolvidables, tranquilidad y paz, diversión sana, son los elementos que conforman el lujo natural de los cayos de villa clara (CUBA EN TUS MANOS, 2012, p.172)

The Authentic Art of Hospitality, unrepeatable sensations. Hotels full of history, culture and traditions, located in cities with a varied architecture, right across natural beaches and virgin keys. To live in a world of sensations (CUBA PLUS, p.7).

Luxury in paradise, new sensations. Elegance and refinement. VIP treatment and exclusive facilities. A new and intimate hotel within the hotel. Highly personalized attention and maximum comfort for experiencing the difference of luxury. Independent reception desk, private bar and restaurant, exclusive swimming pool, room service, butler service... a privileged travel experience. Royal service, paradise at Paradisus *Resorts* (CUBA PLUS, 2010, p.11).

Gaviota Playa Hotels wait for in one of the most exclusive beach areas of Holguin. Surrounded by lush gardens and a natural environment, these resorts offer comfort and style, a wide spectrum of services, activities and culinary experiences. Playa hotels cater to everyone from families to newlywed. Playa Hotels will organize your dream wedding in the Caribbean, planned to the last detail (CUBA PLUS, 2010, p.13).

Seguindo essa linha de fundamento do lazer, é possível destacar o alto teor de produção desses materiais ligados à exploração das belezas naturais, do descanso e do entretenimento. Os atrativos situados em Pinar Del Rio, Praia Sirena, Ilha da Juventude e A Perla do Sul são pilares para a prática de descanso e entretenimento ligando a infraestrutura turística à beleza natural de Cuba. Por exemplo, pratica-se esportes náuticos oferecidos por roteiros que visam observar e experimentar as águas cristalinas caribenhas e seus peixes exóticos; realiza-se grandes caminhadas que adentram cavernas pré-históricas; faz-se cavalgadas que incitam a passividade com o meio ambiente e se desfruta das cachoeiras que estão presentes no cenário paradisíaco vendido nos materiais de propaganda. Esses quesitos são levantados sempre para trazer os consumidores de viagens globalizadas, mas com o destaque diferencial que esses guias trazem como produção simbólica, ressaltando a história cubana e a relação do seu povo com os visitantes da ilha.

O Vale dos Viñales, um lugar com qualidades naturais inspiradoras, declarado pela UNESCO paisagem cultural da humanidade, o mural da pré-história, uma obra pictórica singular com rocha viva dos montículos (...). Reserva da biosfera é um cenário natural extraordinário. Possui uma fauna e flora variada e a paisagem conta com características significativas (AUTÉNTICA CUBA, 2013, p.12-13)

Para os amantes das profundidades, a ilha da juventude reserva mais de 80 pontos de mergulhos, localizados em zonas como o centro de mergulhos “Centro Internacional de Buceo El Colony” em Punta Francés, com fundos de grande qualidade paisagística, grutas, paredes de corais pretos, a maior coluna de coral do mundo, restos de galeões, maravilhas que fazem desta ilha um espaço habitual de competências internacionais de fotografia subaquática (...). Faz parte das áreas protegidas marinho-costeiras de Cuba, pelos seus elevados valores naturais, grande diversidade os seus ecossistemas e o elevado grau de conservação, especialmente das suas formações coralinas. O monumento Nacional Punta del Esta, com grutas onde existem vestígios da cultura indígena Siboney com manifestações pictográficas, círculos concêntricos, observáveis também noutras grutas situadas na região de Caleta Grande e Puerto Francés (AUTÉNTICA CUBA, 2013, p,25)

Cueva Del índio, Caverna descoberta em 1920 no Valle de San Vicente. A primeira parte do passeio é feita a pé, por túneis com iluminação artificial. Depois um barquinho a motor leva os visitantes para um passeio de 400m pelo rio subterrâneo San Vicente (GRUPO FOLHA, 2012, p.143)

É interessante reforçar que, através da análise desses materiais, é visível a relação entre os bens naturais locais, a população nativa e a história preservada da ilha. Apesar do turismo de massa, comum a várias localidades, os materiais de propaganda propõem esses outros estímulos com o intuito de se criar o desejo do turista de visitar Cuba. A exploração deste viés será destacada com afinco mais adiante, quando se trata



exclusivamente da imagem difundida de um povo como vetor de atração de turistas e visitantes.

Quando se apresenta *Pinar del Rio*, a qual demos destaques acima pela qualidade de sua natureza e locais de exploração do turismo, a revista *Cuba: Destino del Caribe* (2013) nos evidencia a ligação entre meio ambiente, população e tradição local em uma imagem que exhibe diversas cachoeiras com turistas se banhando (representando o lazer de descanso e entretenimento) juntamente com a fotografia de um senhor carregando folhas de charuto, apresentando sorriso no rosto, charuto na boca, vestimentas simples e um chapéu típico de trabalho da lavoura - o qual foi um símbolo dos revolucionários da guerrilha esquerdista. Também, assim como em Trinidad, quando se apresenta a imagem turística da natureza atrelada ao trabalhador andando a cavalo (cf anexo em Imagens, IX e X) (CUBA DESTINOS, 2013, p.10-44).

Essa exploração desse tipo de lazer (descanso e entretenimento) se encaixa aqui no guia técnico “Autentica Cuba” (2013) com mais afinco, quando se tratam das províncias de Varadero, Cayo Largo e Jardins Del Rey (cf anexo em Imagens, XI). Nelas se destaca o verde das praias, o branco da areia e cristalinidade da água, envolvidas com inúmeros atrativos tais como iates, lanchas, campos de golfe, mergulho, “banana” boat, piscinas que se encontram com o mar, nado com golfinhos, windsurfe e jet-ski. A província de Varadero ainda conta com um aeroporto, duas marinas internacionais e um viaduto que comunica diretamente Matanza com o Balneário. Essa localidade destoa, de certa forma, do que estamos analisando como hipótese principal. Foi-me notório que o intuito dessas propagandas sobre tais praias é atingir um público europeu e canadense, evitando, assim, a identidade da Cuba socialista. Nesse caso, apresenta-se ao turista uma Cuba fechada em um sonho de veraneio eterno, o que mais se aproxima, nos materiais aqui analisados, como um grande resort do que com uma cidade que se move para além do turismo (cf anexo em Imagens, XII, XIII e XIV).

Varadero, favorecida pela natureza, que lhe concedeu o dom do encanto, Varadero é a mais bela praia de Cuba. O balneário deslumbra o visitante pelo atractivo do seu amplo litoral; a limpeza e a fineza da sua areia; o sortilégio do seu por do sol e a diversão das suas noites. A sua localização, perto dos centros urbanos de Habana e Matanza, possibilita aos visitantes um acesso fácil por terra, mar e ar. Varadero é coração de praia e alma de diversão (...). O Parque Josone é magnífico para a distração e o descanso (...) Varadero Golf Club, um magnífico campo de 18 buracos, par 72 com um ambiente e umas condições ótimas para o bom desenvolvimento de um jogo sem precedentes (...) O Delfinário satisfaz os amantes dos espetáculos com animais e de partilhar o tempo em boa companhia (AUTÉNTICA CUBA, 2013, p.18-21)

Cayo Largo é considerada uma das melhores para os mergulhos e as atividades náuticas. As suas praias estão protegidas por belíssimos recifes coralinos em águas profundas, onde habitam gorgônias, peixes e flora variada (AUTÉNTICA CUBA, 2013, p.23).

Jardines Del Rey (...). Cayo Guillermo é um lugar virgem com uma beleza singular e uma fauna atrativa, a sua policromia muito especial são uma referência obrigatória para os amantes da navegação naturalista e a observação da fauna e da flora (AUTÉNTICA CUBA, 2013, p.39)

No que tange à exploração de imagens e discursos sobre os recursos culturais, os editores desses materiais também nos apresentam essa modalidade num campo de fruição do lazer de descanso e entretenimento (DUMAZEDIER, 2004) quando se são colocados os bares, a música, os eventos anuais (natal, ano novo, etc.) e as festas em geral, assim como contratação de eventos individuais. Tais eventos são colocados de forma a desfrutar de um glamour atrelado com uma singularidade atraente das regionalidades e tradições de seu povo assim como da sua história. Mas, neste momento, a partir dos pensamentos de Colin Campbell (2001) e Featherstone (1995), quero explorar a tensão que existe entre o consumo oferecido que, aqui analisado, é um consumo de formato individual e semelhante aos oferecidos pelo resto do mundo, com a ideia de que Cuba é um espaço geográfico e cultural mundialmente único.

As apresentações no Cabaret Tropicana são apresentadas de forma espetacular, de forma a se equiparar a qualquer apresentação “circense” internacional, equiparando-se à estrutura de produção do lazer a qualquer outra estrutura do mundo (cf anexo em Imagens, XV):

El más famoso e internacional cabaret cubano de todos los tiempos, tropica, abrió sus puertas en 1939 y desde entonces brilla em la noche habanera con su escenario bajo las estrellas, su exuberante vegetación, impactantes espectáculos al estilo de los cincuenta, y esse cuerpo gigantesco y colorido de bailarines, cantantes, figurantes, músicos y vocalistas, que imprimen un sello inigualable de cubanía a sus fabulosos shows. Pero Tropicana es también un restaurante de alta cocina, una cafetería de primera calidad y el otro cabaret, Arcos de Cristal, con una permanente oferta de la mejor música Cubana (GRAN CARIBE, 2003,p.20).

Também como a apresentação de bares noturnos como o restaurante Floridita, famoso por suas bebidas exóticas e por ter sido frequentado por Hemningway, percebe-se a semelhança com os cafés noturnos norte-americanos, de prestígio internacional. Porém, destaca-se com um diferencial, pois o catálogo consultado para análise apresenta juntamente a essas imagens de um local requintado a foto de Fidel Castro e Ernest Hemingway conversando no mesmo, remetendo à singularidade desse ambiente luxuoso

e potencialmente interessante pelas pessoas que ali foram e viveram (cf anexo em Imagens, XVI).

Desde hace más de siglo y medio, el Restaurante Bar Floridita preside la esquina de las concurridas calles habaneras Obispo y Monserrate. Considerado uno de los bares más lujosos y acogedores de Cuba. El Floridita nació para trascender y logro. Prestigioso a nivel mundial por la excelencia de sus servicios y la marcada referencia del escritor norte americano Ernest Hemingway. El Floridita es hoy uno de los lugares de la Habana al que es preciso visitar para disfrutar de su exquisito Daiquiri (GRAN CARIBE, 2003, p.21).

Ainda no quesito da parte cultural, existe uma exploração da memória da musicalidade caribenha, quando se coloca à disposição dos viajantes turistas para “relembrar” e “vivenciar” as apresentações “atemporais” do “eterno” e internacional projeto musical Buena Vista Social Club (cf anexo em Imagens, XVII e XVIII),

Proyecto Musical ganador de un premio Grammy y conocido mundialmente desde su presentación el Teatro Carnegie Hall de New York en 1998. Agrupa importantes figuras de la más tradición musical cubana en armoniosa fusión con los valores que conforman est proyecto. Desde el 2006 se presenta cada semana en Varadero, siendo el producto nocturno más demandado por los turistas y ofrecen cinco alternativas de programas para el disfrute de los clientes (PARADISO, 2013)

Nesse é anunciado em imagens nas quais o grupo se apresenta, e esse local representando glamour, grandeza e nostalgia, por conta da própria banda e das imagens de carros antigos, o que denota toda a construção simbólica entre o popular e as riquezas oferecidas pela infraestrutura cubana. Essa é uma das formas pelas quais os editores promovem o desejo de se conhecer Cuba e induzem que se “Conozca Cuba através de Su cultura” e, assim, isso será “Un recuerdo para siempre” (PARADISO, 2013).

As promoções dos eventos festivos são tratadas aqui mais uma vez com extremo glamour e luxuosidade, trazendo imagens de grandes *resorts* em que se veem locais fechados, com pessoas de vestimentas abastadas, muitos efeitos luminosos, bebidas e alimentos expressivamente onerosos:

Momentos especiales tratados con el toque personal y la precisión que se desea em estos eventos. Esta vez Cubatur ofece paquetes completos para ceremonias de boda iestas de quice y graduaciones (CUBATUR, 2013).

A grande questão que se mantém é que quer se transparecer uma Cuba que tem capacidade de enfrentamento com qualquer atrativo turístico do mundo, equiparando-se aos balneários norte-americanos, às praias mexicanas, colombianas e brasileiras. O que

é expressivo é o fato de que esses materiais, bastante parecidos com os oriundos de outras localidades turísticas atrativas, vão se esforçar em produzir algo diferente do que é apenas belo, com o intuito de atingir segmentos que queiram se deslocar para Cuba em específico e não para um simples paraíso de descanso e entretenimento.

Abordando guias, *folders* e catálogos (tais como os Loney Planet (2002), Folha de São Paulo (2012), Cuba en Tus Manos (2012), *folders* produzidos pela Auténtica Cuba, Cuba y sus Amigos, Cuba Plus e Cubatur) vimos que esses materiais difundem estímulos ao “imaginário” promovendo o desejo sobre o exótico. Contudo, a produção simbólica que fazem de Cuba destaca-se dos demais destinos turísticos mundiais do mesmo tipo pelo “espírito” de “resistência” do povo frente ao bloqueio econômico dos EUA. Percebo que existe um discurso simbólico construído pela apropriação da identidade nacionalista cubana, no sentido de promover uma sociabilidade hospitaleira própria do habitante da ilha. Esse imaginário que preza sobre o “diferente”, ou seja, a partir desse elemento romântico, irracional e passional, característica do consumismo moderno, é o que será explorado como principal fonte de desejo para que segmentos e grupos se familiarizem com a proposta e efetivamente se desloquem para a Cuba (CAMPBELL, 2001).

Imaginário este que retrata Cuba como única devido ao fator histórico que culminou na ruptura em relação à maior parte dos estados-nação, acarretando um modelo que não seria possível de ser encontrando para além de Cuba. Tais meios de comunicação tendem a direcionar seu público alvo para aquele que procura um lazer além da sua função de descanso e entretenimento. Estamos tratando de um tipo de lazer que se liga ao desenvolvimento da personalidade (DUMAZEDIER, 2004), pois o que se propaga nos materiais publicitários são as formas de diferenciar Cuba de outros locais, entendendo que a ilha oferece uma gama de possibilidades de desenvolver uma experiência subjetiva única.

Quando pensamos nessa conjuntura simbólica que os materiais publicitários querem explorar, podemos utilizar das palavras de Silva (2001), quando este pensa a relação travada entre primeiro e terceiro mundo no campo simbólico, em que para ele existe uma diferença pautada na produção de uma afirmação cultural e simbólica entre esses países caracterizados nesta concepção geopolítica. Trazendo esta reflexão para os parâmetros de Cuba, o qual além de ser um país economicamente em desenvolvimento que demarca características simbólicas identitárias a partir da sua população e cultura, como apresenta Silva (2001), é acrescentada esta formulação de construção simbólica a

partir da identidade nação e da comunidade imaginada, estudada por Stuart Hall (2002), por conta de o Estado cubano ser socialista e ter em sua característica a produção de um “ser” cubano único e desenvolvido a partir dos avanços que ocorreram em sua territorialidade, neste caso, a revolução.

A oposição é, então, outra, para efeito de tentar compreender os impulsos representativos do Terceiro Mundo. Não de superioridade étnica, mas diferenças que podem ser concebidas naquilo que chamamos de formações narrativas, modos de se mostrar e auto-representar a vida, os quais, na realidade, vão se conectar-se com razões profundas de identidade social (SILVA, 2001, p.62).

A necessidade “produzir uma identidade cultural”, muitas vezes de maneira consciente, pode ser um estratagema político que se torna estético (...). Em geral o Terceiro Mundo se debate entre o impróprio e o alheio e suas maneiras de apropriação. Não só em lógicos, mas enquanto cultura, no sentido mais amplo, em que as obras do pensamento, diversas em suas tradições, suas línguas e religiões, foram herdades de “mundos originários” que aparecem- há muito tempo- como mais autênticos que os seus próprios (SILVA, 2001, p.61).

A partir deste momento, procuro evidenciar minhas observações e análises colocando o foco na produção simbólica sobre o diferencial que Cuba apresenta como possível destino preferencial, em que investigo e apresento a criação de um imaginário diante da singularidade desta localidade, sendo esse o pilar para o desenvolvimento da propaganda turística. Diante deste momento de meu trabalho, procuro apresentar de formas separadas dois blocos de materiais que julgo serem de modalidades diferentes. Apresento primeiramente as considerações sobre os materiais “panfletários”, que são os *folders*, catálogos, revistas e, depois, sobre os Guias - GRUPO FOLHA (2012); CUBA EN TUS MANOS (2012); LONELY PLANET (2012) - em que pesquisei.

Dando início a essa apresentação dos discursos envolvidos nos materiais do tipo “panfletário”, destaco as revistas Habanera (2008) e Cuba destinos del caribe (2013). Tanto a revista Habanera (2008) quanto a Cuba destinos del caribe (2013) exprimem na sua segunda capa, ou seja, na sua apresentação, as características que esses editores julgam ser a representação da ilha socialista.

A apresentação, em ambas revistas, dos discursos de seus editores e autores convidados têm como intenção produzir um certo sentido para a interpretação sobre Cuba, com base nas representações históricas tais como a independência e o pós-revolução e seus heróis, a população alegre e resistente às forças capitalistas estrangeiras e, como já demonstrado anteriormente, o culto às belezas naturais com o devido destaque.

O discurso apresentado por Ibrahim Ferradas, Ministro de Turismo da República Cubana, na revista *Cuba destino del caribe* (2013), é apresentado com letras cursivas, iniciado o seu texto com um “estimado amigo”, trazendo o leitor para um campo de proximidade que remete à construção simbólica de um povo cubano hospitaleiro, de palavras seguras e positivas.

Na revista, aparece sobreposto a uma imagem de fundo, uma passeata do povo cubano (com as cores da bandeira cubana), provavelmente na comemoração e no feriado do dia do trabalho<sup>26</sup>, demonstrando o nacionalismo tão presente nessas construções simbólicas abordadas a todo o momento tanto pelo Estado quanto pelos entrevistados, materiais de propaganda como os analisados e os materiais “comerciais” dos quais trataremos mais adiante.

Cabe ressaltar a importância que é dada à imagem das crianças. Nesse sentido, essas são produções simbólicas que querem reforçar o valor que o Estado, portanto a cultura local, dá para a educação e a saúde dos habitantes desse local. Isso fica bem claro na imagem (cf anexo em *Imagens*, XIX) sobreposto sobre a carta escrita por Ibrahim, quando se observa uma criança com um balão vermelho empunhado ao céu, trazendo à tona o símbolo do futuro cubano, futuro esse que o atual regime e esses materiais querem produzir, que é representar a ilha através dos ganhos sociais como a educação e a saúde, assim como com a cultura singular e fraterna de seu povo (*CUBA DESTINOS*, 2013).

Como dito, sempre é colocada a importância do povo cubano como fonte primordial da experiência de visita local. Não são diferentes também as palavras de Ibrahim, o qual diz que “Para muchos, la generosa calidez de su gente, su peculiar habla y su permanente alegría son razones que hacen, al visitante, sentirse de inmediato como em su propia casa” (*CUBA DESTINOS*, 2013, p.2). A ideia aqui é criar familiaridade e aproximação ao leitor com o destino turístico a partir do povo cubano e produzir um imaginário que integra a singularidade desses habitantes, sua alegria espontânea e hospitalidade. Assim, o leitor pode desenvolver o sentimento de pertencimento com aquele local o suficiente para que o exotismo cubano cause inicialmente apenas um estranhamento positivo, incomum, mas agradável, que logo se desfará na sociabilidade hospitaleira que torna tudo próximo e familiar.

---

<sup>26</sup> Nos dias quatro de agosto desde 1959 se comemora o dia do trabalho. Marcado por jornadas de mobilizações nacionais, organizadas pelos sindicatos dos trabalhadores cubanos, que celebram o dia do proletariado, assim como, o apoio à revolução.

Nisso o discurso posto aqui, nesta apresentação da revista, tenta intercalar as belezas naturais, tendo mais de 300 praias de areia branca e água marítima transparente, com a arquitetura preservada e, obviamente, com seu próprio povo. Deixa claro que o turismo cubano é tão avançado quanto aquele de países do primeiro mundo, observando que o papel turístico é importante para economia cubana, sendo “*hoy o corazón de la economía nacional*” (CUBA DESTINOS, 2013, p.2).

Ao final da exaltação, o próprio catálogo é tido como fundamental para um primeiro contato com Cuba e seus atrativos. Isso tudo tende a reforçar e reproduzir o imaginário de que o Estado socialista cubano em si corresponde a um estágio mais avançado na história mundial, destacando sua singularidade em relação aos demais países do globo. Além disso, este se adequa com os serviços de turismo e consumos globalizados sem deixar de lado os serviços de educação e saúde gratuitos e os lazeres tradicionais cubanos, como cultura, música, arquitetura, etc. Seu povo, diante dessa realidade conquistada pela revolução, é hospitaleiro, fraterno e alegre. (CUBA DESTINOS, 2013, p.2).

No lado do editorial da revista *Habanera*, organizada pelo Instituto Cubano de Amizade aos Povos<sup>27</sup>, diferencia-se sutilmente por seu discurso mais claro no que tange aos posicionamentos políticos e ideológicos, pois não esconde de forma alguma as críticas ao embargo econômico norte-americano, deixando claro o posicionamento de resistência apresentado por eles como uma realidade vivida em Cuba.

O material apresentado em *Habanera* (2008) exprime de forma clara o que os outros transparecem sutilmente. A matéria evoca os planos subversivos norte-americanos contra Cuba, com o intuito de criar um vínculo com o futuro viajante em relação à realidade política cubana, a qual se passa como uma eterna guerra contra os norte-americanos e seus aliados e, na qual, Cuba resiste sozinha ao imperialismo capitalista. O que me chama a atenção nesta matéria é, mais uma vez, a tentativa de trazer a revolução para próximo do viajante e do povo cubano. Há uma imagem que corrobora isso. Nela há uma criança, representando o futuro, com uma imagem de Che Guevara por detrás, representando o passado glorioso e combativo de Cuba. Há, também, a frase “*La revolucion soy yo*”, fazendo entender que a experiência do

---

<sup>27</sup> ICAP, organização estatal cubana que visa criar redes de amizade com Cuba, esta trabalha a partir de grupos, associações vinculadas a esquerda e ao socialismo. O ICAP organiza materiais sobre Cuba, socialismo, assim como, organiza reuniões, viagens, e as Brigadas Solidárias à Cuba.

visitante será uma experiência em um local eternamente revolucionário e singular (ICAP, 2008).

Pero la Revolución Cubana no se distrae y sigue su marcha com las ideas de Fidel y Raúl, llevadas al espíritu de los que seguimos en combate, con el mismo ímpetu y voluntad de hace ya más de 55 años, seguros de vencer, porque tenemos la verdade y la razón de nuestro lado (ICAP, 2008, p.5)

Ainda com base nas duas revistas, *Habanera* (2008) e *Cuba destinos* (2013), observa-se em comum a exploração das imagens dos heróis cubanos como fonte para um reconhecimento e uma objetificação do seu povo e da própria ilha. Fica nítida esta relação quando se coloca a imagem montada de Che Guevara carregando uma criança no colo e, por detrás, aparece um ônibus de turismo da agência AMISTUR. Desperta-se um determinado olhar, no qual as representações de um espírito revolucionário estão ligadas ao passado e ao futuro, atrelado às experiências que se pode praticar no reconhecimento da ilha oferecido pelos roteiros guiados por empresas estatais (ICAP, 2008).

Assim como na maneira com que a revista *Habanera* (2008) aborda a cidade de Santiago de Cuba, trazendo à tona um dos heróis da independência cubana e os marcos em que está inserida, as imagens são explicitamente evocadas na figura de Céspedes<sup>28</sup> juntamente com a história da bandeira cubana e dos fortes historicamente conservados. Também memoriais desse marco histórico tais como canhões, placas, bandeiras e busto de Céspedes com uma imagem endeusada da liberdade.

O texto proposto nesta matéria (ICAP, 2008, p.06-12) tenta transmitir e evocar aos possíveis visitantes um conhecimento construído simbolicamente sobre a história libertadora e revolucionária cubana, descrito por Eliades Acosta Matos (jornalista). São apresentados, de uma forma romantizada, os diversos estágios que se sucederam à independência cubana. A todo momento, no texto, utiliza-se trechos dos pensamentos de *José Martí*, principal figura heroica<sup>29</sup> da independência cubana<sup>30</sup>. Em seu diário, ele evoca Céspedes como um exemplo dos primeiros homens que se lançaram à luta pela liberdade cubana. Ou seja, a representação e a produção de um desejo sobre Cuba é aqui

---

<sup>28</sup> Herói revolucionário, libertador Cubano que liberta seus escravos e armas para provocando a independência cubana da Espanha por volta de 1985

<sup>29</sup> Nascido em 1853, principal herói revolucionário cubano, fundador do Partido Revolucionário Cubano e morto em combate em 1895 durante a independência de Cuba.

<sup>30</sup> Independência de Cuba da Espanha no ano de 1898



colocada a partir das passagens revolucionárias que se sucederam e pelas pessoas que tornaram isso uma realidade (ICAP, 2008).

Segundo a jornalista Matos e sua avaliação sobre os escritos de Martí, Céspedes representa o passado e o futuro de Cuba, ou seja, o passado escravista e o futuro libertador de seus escravos. Isso vai em direção à liberdade independente de qualquer país. O que nos interessa analisar é: por que uma matéria de quatro páginas e suas diversas informações sobre a história da independência cubana para se vender serviços de turismo? Acredito ser a proposta de trazer o leitor e futuro viajante para se entreter para além das praias, com a rica história cubana e seus heróis revolucionários. São quatro páginas sobre Martí evocando Céspedes com o intuito de provocar no leitor desejos sobre onde pisará, presenciando quase que a história viva daquele local (ICAP, 2008, p. 06-12).

Fazendo uma ligação com o que foi dito anteriormente e trabalhando o material Cuba: destino del Caribe (2013), podemos pensar na representação de uma imagem que o Estado cubano quer passar para os futuros turistas, com o intuito de criar desejo sobre o exótico e aquilo que é distante do vivenciado por estes em sua nação de origem. As imagens se iniciam mostrando um discurso colocado para que se tenha um ideário da população jovem de Cuba se socializando, como que para mostrar a facilidade de se entreter e conhecer os cubanos, apresentando crianças uniformizadas e remetendo às conquistas da educação, antes acessível somente para privilegiados. Também apresenta as paisagens naturais exuberantes e as características arquitetônicas preservadas pelo regime socialista (CUBA DESTINOS, 2013).

Nos demais materiais panfletários que observei, destaco os discursos que apresentam informações básicas sobre Cuba (demografia, geografia, flora, fauna e clima), mesmo que sutis, assim como certa propaganda das conquistas do regime socialista cubano - regime até hoje. O discurso apresenta-se como espírito libertador cubano desde a libertação dos espanhóis, tendo como grande herói José Martí, até a conquista da revolução socialista em 1959,

La historia de la isla há estado marcada por constantes luchas independentistas, que se iniciaron el 10 de octubre de 1868 y cuya más reciente y definitiva etapa comenzó el 26 de julio de 1953, con el asalto al cuartel Moncada liderado por Fidel Castro Ruz. Esta última fase culminó con la victoria popular revolucionaria del 1 ro. De Enero de 1959 (CUBA DESTINOS, 2013).

Assim, como fica claro, em tal exploração das imagens dos revolucionários quando observa-se na revista Cuba Plus, em inglês, três páginas voltadas para Guevara: “Che, here come a soldier of America”, a qual não tem compromisso algum em fazer propaganda ideológica sobre a revolução, mas marca essa personagem como uma figura romanticamente atrativa para os olhares de quem quer conhecer a ilha (CUBA PLUS, 2010, p.18-20) (cf anexo em Imagens, XX e XXI).

In las villas Province his authority and prestige grew even more when he performed the significant service of uniting the different revolutionary forces operating there (...) Fidel Castro also ordered that Che and Camilo Cienfuegos control the situation in Havana and counter the actions of reactionary elements who might try to prevent the consolidation of the victory of the Revolution after the escape of Dictator Fulgencio Batista (CUBA PLUS, 2010, p.19-20)

Quanto a esse pequeno relato histórico cubano, e a apresentação da revolução que libertou Cuba de Batista e dos Norte-Americanos, tem o fim de criar um imaginário sobre uma Cuba soberana, resistente, socialista e singular. Tem o intuito, também, de criar o desejo de que se visite este desconhecido, o sobrevivente e resistente às forças globais, mostrando as conquistas passadas ainda presentes de um Estado justo com o povo:

Educación es gratuita em todos los niveles de enseñanza y obligatoria hasta concluir la enseñanza secundaria (9.grado). Em 1961 el país erradicó el analfabetismo (...) En todas las provincias existen centros de enseñanza especializadas, politécnica, así como facultades universitarias y otros planteles de educación superior (...) En la salud pública Cuba cuenta con un sistema de atención primaria a la salud con cobertura total del país (...) Los servicios médicos son gratuitos para todos los cubanos (442 policlinicos y 281 hospitales) (...) En la cultura la literatura y las belas artes, el cine, el ballet, la danza moderna, el teatro, han dado nombres cubanos de relevancia internacional (...) En los deportes Cuba es una potencia deportiva mundial, ostenta la supremacia(...) (CUBA DESTINO, 2013).

Assim como vemos no material “Habenera” a presença de seis páginas relacionadas ao valor dado pelo Estado à prática do esporte<sup>31</sup>, para demonstrar a sua própria força em relação aos diversos países do globo, em que o destacado aqui são os atletas vitoriosos em competições internacionais. Seria Cuba, então, uma localidade resistente e vitoriosa no que tange os propósitos sociais moldados em Sierra Maestra<sup>32</sup>, ponto fundamental para se criar a singularidade necessária para a produção de desejos e imaginários (ICAP, 2008, p.37-43).

---

<sup>31</sup> “Cuba Deporte: Muestra el camino del triunfo por que cuenta para ello, con la experiencia de los campeones” (ICAP, 2008, p.47-43).

<sup>32</sup> Floresta situada perto da cidade de Santa Clara, que foi marco e berço da revolução por ser um local onde os guerrilheiros se organizaram militarmente, e propagaram através das ondas de rádio seus ideais.

Pensando nesta caracterização de um retrato de cuba apresentadas nestes materiais, descrevo aqui mais uma vez estes imaginários e construções de significações simbólicas a partir dos esportes, religiões, educação, arquitetura, arte e etc. O esporte é algo que demonstra conquistas concretas e que é um trabalho contínuo (fazendo um esforço para se construir mecanismos que mantenham no futuro estas conquistas), no Guia do grupo Folha, eles revelam esta importância quando exibem uma imagem de crianças treinando boxe (GRUPO FOLHA 2012, p.19).

Ainda nesta questão das conquistas revolucionárias, é possível ver no material “Auténtica Cuba” (2013) que o nome já expõe a intenção do produtor da mensagem, qual seja, de que é neste catálogo que se exprime a autenticidade do território e do povo promovido neste material. A exploração do campo da arte como também uma conquista de Cuba é atrelada à juventude: a imagem apresenta diversos jovens praticando *ballet* em casarões antigos, o que remete também à importância da preservação de uma cultura requintada (AUTÉNTICA CUBA, 2013, p.65) (cf anexo em Imagens, XXII).

Neste mesmo viés do campo artístico, observa-se nos materiais estudados um esforço com a memória e a preservação. Portanto, “La seducción de siglos de artes” (ICAP, 2008, p.50) é uma matéria que destaca, por exemplo, o esforço para a preservação arquitetônica e de um acervo artístico, capaz de competir com aqueles dos museus internacionais, segundo os editores. Mas o mais interessante é que essas obras, segundo o texto, são frutos também das conquistas da revolução, principalmente por terem sido confiscadas de colecionadores particulares e estarem, agora, expostas à população, a qual tem garantido os seus direitos de acesso ao mundo da cultura e da arte (ICAP, 2008).

La agonía de todo museo, la lucha entre colección, exhibición y espacio, se há ido solucionado en el Museo Nacional de Bellas Artes con la distribución en dos grandes edificios de sus más importantes tesoros: el arte cubano y el arte universal. Resultado de la transformación y restauración, el bello edificio del antiguo Centro Astruriano, situado frente al Parque Central de la Habana, acoge ahora las Colecciones de Arte Universal (...) Com la apertura de museo de Arte Universal, se avanzó en un nuevo concepto museológico, atrayente al público Daremos un breve vistazo a sus salas, como aperitivo para despertar el apetito por conocer esta maravilla con que cuenta La Habana. La procedencia de sus obras son variadas, mayormente debidas al coleccionismo privado: algunas donaciones y legados, y de gran importancia, las transferencias hechas por el Estado, sobre todo en las décadas de 1960 y 1970 (ICAP, 2008, p.50)

Um dos detalhes para que devo chamar a atenção é que se propaga nestes materiais impressos um imaginário de uma Cuba “estacionada” no tempo, pois tal

cuidado com o passado faz com o que se possa experimentar também a forma genuína da própria história no presente, preservando-a para uma memória no futuro. Assim, lembra-se sempre de uma Cuba pré-revolucionária e uma outra Cuba, pós-revolução. A construção dessa identidade nacional, nos moldes discutidos por Hall (2002), se dá, portanto, na própria forma contraditória em que assim se coloca o evento revolucionário cubano:

- a) Como um signo de progresso em relação ao passado, devido à destruição do passado capitalista, subserviente, vil e opressor;
- b) Como signo de resistência no presente, posição na arena política internacional que garantiria um futuro autêntico em relação ao mundo falsamente progressivo, verdadeiramente padronizado pelas forças culturais, políticas e militares dos estadunidenses<sup>33</sup>.

O destaque que observei nesses materiais é que esta relação com a preservação e a experiência com o passado se demonstra nos meios de locomoção no ambiente urbano: os automóveis da década 50 seriam um diferencial para sentir-se em outra época, assim como as ruas de calçamento e pessoas se locomovendo de bicicleta, a cavalo ou charrete. Também demonstrado pelo catálogo com os olhares para Santiago de Cuba e seus bares noturnos e músicas nostálgicas, reforçando o ideário de um povo cubano hospitaleiro, fraterno e singular:

A Santiago de Cuba Suelen atribuírsele usualmente dos particularidades que la hacen irrepitible: su gente hispitalaria, de temperamento jovial y desenfadado, y el rico acervo histórico-cultural de una ciudade de singular, siseño urbanístico, marcado adeás por el sello inconfundible de su espléndida bahía rodeada de montañas (CUBA DESTINO, 2013, p.74).

Cuba revela-se ao mundo, generosa e confiada, como uma descoberta oportuna. Esta não é apenas mais uma ilha para dar uma escapadela e ir de férias. Esta é Cuba, Singular e autêntica (AUTÉNTICA CUBA, 2013, p.1)

As suas ruas estão cheias de bulício musical e a gente é alegre e disposta a celebrar qualquer acontecimento que implique diversão. Solidariedade, júbilo e rebeldia são qualidades muito enraizadas na forma de ser dos povoadores desta cidade caribenha (AUTÉNTICA CUBA, 2013, p.59).

É apresentado também nestes materiais um turismo colocado aqui como especializado, com um tratamento profissional cubano que não se encontra em outras localidades. São exemplos dessas modalidades de serviços turísticos:

---

<sup>33</sup> Um desses sinais é a apresentação da cidade Trindad, que tanto nas suas imagens como no discurso escrito vemos esta referência direta a uma viagem atemporal (CUBA DESTINOS, 2013).

- a) Turismo médico: consiste em viagens de negócios ou estudos, pois segundo os editores, Cuba tem um respaldo na ciência médica e no tratamento de pacientes, tendo a refletir que esta é mais uma vez uma forma de chamar a atenção para as grandes qualidades do Estado cubano, um país resistente ao mundo capitalista e no qual há um sistema de saúde público realmente democrático;
- b) Turismo de educação: vemos a mesma premissa e o mesmo imaginário propagado de que apesar do bloqueio e da resistência ao capitalismo e à manutenção de um Estado socialista pós-U.R.S.S., Cuba mantém um serviço público de educação avançado em todos os níveis de ensino;
- c) Turismo cultural: as danças e músicas são retratadas também como um turismo especializado, colocados sob aquele mesmo discurso de resistência e vitória. O *ballet* é uma fonte de expressão rica deste investimento estatal, assim como as danças folclóricas e a salsa, patrimônio imaterial representante da cultura “caribenha”. Seria, portanto, uma forma de resistência também na vida intelectual, capaz de preservar a tradição sem perder o potencial progressista. Assim, as conquistas do passado e a manutenção do presente são fundamentais para os avanços contínuos e vitoriosos nos campos sociais e econômicos.

Direcionando os estudos propriamente aos Guias (Folha, Cuba en tus manos e Loney Planet), posso dizer que esses são coletâneas que exploram elementos visuais e textuais que exprimem bem o modo de se vender o turismo em Cuba por cada editora/fonte produtora. Pude perceber, portanto, quais são os recortes que para eles são mais importantes de se destacar.

As capas já são um prelúdio ao que será a construção discursiva desses materiais, uma insistência notável em apresentar fotografias da arquitetura e da paisagem urbana, do povo nacionalista (como se percebe no guia “En tu manos” (2013) um senhor fantasiado com as cores de Cuba), sua natureza, seus charutos e seus automóveis que remetem ao que quer se passar e, em geral, essa singularidade de uma Cuba que preserva as tradições, glamour e romantismo por ser um local construído e pautado sempre por ser uma ilha “parada no tempo”.

Como sugestão de método, os Guias expõem que vão ajudar a aproveitar o máximo de sua viagem através de seus retratos completos e visuais, antes, durante e

depois da viagem, mostrando o melhor de Cuba (museus, igrejas, praias, festivais) com informações exclusivas para viajantes brasileiros, é o “Guia que mostra o que os outros contam” (GRUPO FOLHA, 2012). Minha intenção, ao expor essa informação, é de que de forma indireta esse Guia assume um papel de protagonista nas escolhas do viajante, ou seja, ele cria na sua linguagem o que de certa forma é a ilha e o que esta tem a oferecer como diferencial para a saída do viajante de seu local de origem. E vai além quando cria estruturas de imagens e discursos de imaginários, que colocam o leitor - futuro viajante - em familiaridade com o lugar a ser visitado, tendo autoridade, segundo o guia, pois este olhar construído sobre Cuba é um olhar de especialistas, e esses comprovam isso na construção de seus textos e imagens como uma realidade que o leitor irá vivenciar:

Imagens de Cuba são sempre ensolaradas, com mar azul, altas palmeiras e campos de cana-de-açúcar. Cuba tem tudo isso, mas é também um país de cultura complexa e de raízes profundas, em que antigas tradições convivem com novos contextos culturais. É uma ilha jovem, cheia de vitalidade, música e cores, que, apesar dos problemas econômicos, manteve sua identidade (GRUPO FOLHA, 2012, p.15)

Ofrecer la mayor información esta islã es uno de los principales propósitos de la guía turística Cuba en tus manos, que pretende acompañarlo en todos sus recorridos por la mayor de las Antillas. Entre textos e imágenes se respira la esencia de un país rico em história, arte, cultura y tradiciones (CUBA EN TUS MANOS, 2012, p.3)

Nessa mesma sugestão de método, é importante destacar que o Guia Estatal (CUBA EN TUS MANOS, 2012) (cf anexo em Imagens, XXIII e XXIV) reflete e comprova um dos nortes aqui nesta pesquisa, qual seja, que Cuba quer se destacar no turismo oferecendo de um lado um produto que não deixa a desejar a nenhuma nação capitalista desenvolvida, com seus equipamentos turísticos aliados à singularidade de um país socialista, trazendo à tona a discussão presente no capítulo anterior.

Nesse caso, é a instituição estatal cubana quem produz, com base nos mecanismos de mercado capitalista, um segmento de consumo que é vinculado às próprias origens da política econômica pós-Batista, vendendo as conquistas revolucionárias como um produto a ser consumido e experimentado naquilo que já chamei anteriormente, no segundo capítulo desta dissertação, de turismo “romântico-revolucionário”.

Fica nítida essa questão no que tange às divisões textuais e imagéticas, quando, nesse mesmo guia (CUBA EN TUS MANOS, 2012), a mobilização das imagens é intercalada entre propagandas de turismo de entretenimento e de descanso globalizados,

os quais são vendidos em diversas localidades do mundo, e as conquistas do modelo revolucionário, como saúde, educação e segurança, remetendo o leitor a uma Cuba moderna capaz de ofertar produtos para o mercado internacional alinhado à construção simbólica de uma Cuba singular e vitoriosa nas questões sociais (cf anexo em Imagens, XXV, XXVI e XXVII).

A partir das primeiras páginas desses três guias, que são uma apresentação geral das representações sociais, históricas, culturais e geográficas de Cuba, é possível perceber a exploração textual e em imagens de uma composição entre a dimensão natural e a social, pois por um lado se apresenta uma população singularmente alegre e miscigenada devido à sua formação histórica; por outro, evoca-se toda a beleza das praias caribenhas e seus parques naturais. Os guias apresentam, também, como um ponto crucial, como dito anteriormente, a importância da arquitetura e da preservação das construções históricas, assim como a manutenção de seus automóveis antigos (cf anexo em Imagens, XXVIII e XXIX).

Utilizando das palavras de Colin Campbell, as peças publicitárias em si e as propagandas do Estado cubano são quadros e episódios tipicamente “românticos” no sentido mais amplo de mostrados como exóticos, imaginosos e idealizados, ao passo que o verdadeiro objetivo dos anúncios, evidentemente, é o de induzir a comprar os produtos postos em destaque ou, em outras palavras, a consumir o produto no caso aqui posto o turismo em Cuba. (CAMPBELL, 2001)

A propaganda nesses materiais vem atribuída às imagens que refletem uma construção simbólica sobre a educação cubana e, de certa forma, de uma importância que o Estado para o futuro da ilha: várias crianças uniformizadas, sorrindo e voltando de suas escolas, intercalado, ao longo das páginas, com um discurso sobre Revolução Cubana, educação pública gratuita de qualidade e a diferença em relação aos demais países de terceiro mundo ligados ao modelo globalizado:

A Revolução Cubana não se esqueceu desse preceito e investiu muito na educação pública gratuita. Graças à maciça campanha de alfabetização de 1961, o analfabetismo foi quase totalmente erradicado em pouco tempo. Hoje a maioria das pessoas da ilha, metade das quais tem menos de 30 anos, ou seja, nasceu depois da revolução, sabe ler e escrever a língua oficial, o espanhol, e também aprende línguas estrangeiras (GRUPO FOLHA, 2014, p.18) (...) O cuidado com as crianças é um componente importante da política educacional: o governo investiu grande esforço e fundos nas gerações mais jovens e é particularmente inclinado a oferecer proteção às crianças, que são preservadas da exploração e do trabalho, tão comuns em países do Terceiro mundo (GRUPO FOLHA, 2014, p.19)

Ainda nestas apresentações iniciais desses materiais, o esporte, as religiões, a produção de charuto, a arquitetura e a arte são traçados como um código que aproxima e humaniza a publicidade que este guia quer disseminar. Esse traz uma significação diferenciada ao produto turístico cubano, dependente, no caso da recepção da mensagem, de certo capital cultural que ligue o leitor diretamente à singularidade da economia socialista cubana, às conquistas, aos heróis revolucionários, ao seu povo hospitaleiro, sua arquitetura única (antiga e conservada, trazendo um charme a esta ilha) e seu território natural exuberante. Apela, também, para autenticidade dessa experiência de consumo em relação às demais:

Nem necessidades, nem desejos, nem utilidades – não existem coisas da ordem da *essência* ou do *instinto*, que possam fazer, em um contexto social concreto, a produção realizar sua força virtual sem que seja repassada de significado. O processo de socialização para o consumo não acontece pela ação universal e absoluta de uma espécie de *razão prática* inerente à produção, *naturalmente* necessária e onipresente. Na verdade, o consumo é uma possibilidade que resulta da atribuição cultural do sentido na esfera da produção. (ROCHA, 2000, p.25)

A alocação de significados ao mundo da produção, bem como sua distribuição pública é, talvez, uma das razões de ser das mensagens veiculadas pela comunicação de massa. Uma espécie de mensagem subjacente, que vale para todas as mensagens. A mídia, dimensão mais visível do imenso sistema de revestimento cultural de produtos e serviços que podemos chamar de *marketing* - selecionando histórias, personalidades, nomes, cores, embalagens, públicos, rótulos, identidades, mercados, pontos de venda, distribuição e tantas outras coisas -, é quem repassa os significados que humanizam, fazendo da produção algo consumível, transformando matéria inerte em *cultura* material. A chamada *indústria cultural* - os meios de comunicação de massa - tem como um dos seus papéis predominantes ser um grande instrumento *pedagógico*, explicando a produção e transformando produtos e serviços em necessidades, desejos utilidades. Para *explicar* a produção e dar as condições de consumo para os produtos e serviços contidos no universo das sociedades que realizavam a feira de Cochabamba, o próprio grupo local era suficiente. Mas, quando falamos da quantidade e diversidade de produtos e serviços da cultura contemporânea, algo mais se torna necessário, o próprio grupo local não é suficiente. É neste contexto da modernidade que aparece a indústria cultural como forma básica de distribuição dos significados, permitindo que a produção adquira seu destino de consumo. A mídia faz com que a produção possa ter sentido e, portanto, possa ser percebida como consumo. (ROCHA, 2000, p.26)

A fauna e a flora são aqui são colocadas como representações de uma preservação do meio ambiente, querendo indicar que o Estado cubano tem uma preocupação com um processo atualmente vivido por todos, ligados às questões de preservação ambiental.



A Santería como religião afro-cubana, que, apesar da construção que se faz de um socialismo cubano cético, quer também transparecer a existência de diversas instituições tradicionais que lá existem e representam o povo Cubano e suas tradições.

As representações da sua arquitetura são colocadas a partir da manutenção exercida pelo Estado, assim como a arte refletida em pinturas e na literatura, representada por quadros e livros que refletem a construção simbólica dos heróis socialistas, como na pintura de Raúl Matínez sobre os heróis revolucionários de antes e de hoje (Camilo e Fidel, assim como os cinco presos nos EUA<sup>34</sup>) e na literatura representada por Nicolás Guillén, que escreve diversos poemas exaltando a revolução, os heróis e suas conquistas (GRUPO FOLHA, 2012, p.19).

No campo da música, vemos claramente um vínculo desse imaginário do povo cubano alegre e fraterno, através do sorridente Company Segundo<sup>35</sup> empunhando um violão e do destaque ao músico militante Silvio Rodríguez<sup>36, 37</sup>.

No campo da hospitalidade, as imagens contidas nesses guias constroem um estilo do povo cubano, sempre alegre e receptivo. Entendo-os nesta análise como cruciais para a instigação do desejo de visitar a ilha, quando o cubano é retratado como alguém que quase não diferencia o público do privado, amenizando o estranhamento causado entre o turista viajante e o habitante local. A hospitalidade cubana faz parte do roteiro da viagem, nesse caso.

Sempre há um copo de rum ou uma xícara de café \_a espera de quem quer que passe para dar um alô e bater papo, não um limite definido entre a casa e a rua: as pessoas conversam das suas sacadas ou dos degraus ou da calçada em frente à casa (GRUPO FOLHA, 2014, p.16).

Essa imagem encontra-se, por exemplo, difundida no Guia *Lonely Planet "Cuba"* (2012) como principal norte para tais respostas às nossas hipóteses, em que o país é representado como lócus de alegria, da música, da simplicidade e da proximidade do povo cubano, tão "acessíveis" aos turistas estrangeiros. Como, por exemplo, também neste trecho de um guia turístico: "a maior atração de Havana é a sua *autenticidade*, os habaneros não sobrevivem, apenas: eles nadam e mergulham, planejam e sonham, criam

---

<sup>34</sup> No qual destacarei no capítulo seguinte

<sup>35</sup> Músico compositor (1907-2003)

<sup>36</sup> Músico e compositor defensor dos ideais da Revolução Cubana.

<sup>37</sup> Em nenhum momento vemos nestes Guias as informações sobre as músicas populares da juventude, tais como o "reaggaton" e uma espécie de "lambada", não apresentadas ali e muito menos são colocadas como representações de Cuba e dos cubanos a serem consumidas.

e debatem e acima de tudo eles vivem - com uma rara paixão” (SAINSBURY; WATERSON, 2012, p.50). Assim, partindo do ponto da objetificação e da romantização utilizadas para representar a sociedade cubana e suas qualidades que a diferenciam de outras localidades, colocadas nos guias com o intuito de produzir o desejo pela visita.

O Guia Folha de São Paulo (2012) trata também da parte sobre a história de Cuba em consideráveis 18 páginas, mostrando o interesse que se tem por destacar a história cubana sob um recorte que não se isenta de ter um discurso que o aproxima dos discursos da esquerda e do Estado cubano a respeito dos problemas de Cuba e seu embate com os EUA. É bastante parcial ao colocar os “heróis” da revolução cubana como sujeitos quase únicos da história cubana, destacando os esforços da guerrilha e do sistema implantado pós 1959.

Por que um Guia da Folha de São Paulo iria defender tal posicionamento? Será um Guia de esquerda? Minha opinião é que este, assim como os diversos materiais aqui apresentados, não se posiciona a favor de lado algum, mas simbolicamente constrói um lado romântico da história cubana, capaz de criar empatia com um determinado grupo: de um lado, pessoas com capital cultural do tipo “militante”, ou seja, um sujeito que na sua vida construir relações com a militância (movimento estudantil, movimentos sociais, sindicatos e etc.), e de outro lado, pessoas curiosas para ver algo tão singular que beira ao exotismo. O intuito é aproximar o produto de consumo com base em uma construção intencional deste. Isso é nítido quando se fala de Fidel Castro e de Che Guevara na vitória e como isso foi significativamente impactante para a sociedade cubana:

A revolução liderada por Fidel Castro e Che Guevara, que derrotou Batista em primeiro de janeiro de mil novecentos e cinquenta e nove, foi um divisor de águas para o país. O novo sistema político obteve grandes conquistas sociais e cuba agora esta finalmente saindo de décadas de isolamento. (GRUPO FOLHA, 2014, p.39)

No guia Folha de São Paulo é de destaque uma pintura de Che Guevara fumando charuto e com estrelas à sua volta (GRUPO FOLHA, 2012), assim como as figuras de José Martí, Camilo Cienfuegos e Fidel Castro em outro guia (CUBA EN TUS MANOS, 2012, p.30-39), ligando qualquer história sobre Cuba à revolução e seus heróis. É detectado no Guia Loney Planet (2012) tal proximidade no que tange ao apelo às figuras heroicas de Cuba. Assim, todo esse trabalho de divulgação é fundamental para a manutenção de um ideal revolucionário assumido pelas instituições do Estado e

apropriado enquanto imagens para a sedução romântica de um tipo de turismo “politizado” (cf anexo em Imagens, XXIV e XXIX), o qual retoma o enfrentamento dos revolucionários contra a tropa liderada pelos norte-americanos na tentativa de um golpe ao desembarcar na praia Girón<sup>38</sup>. Diversas cidades mantêm nomes revolucionários e os roteiros sugeridos no guia confirmam tal informação: “A vida selvagem da Ciénaga de Zapata”, “A arquitetura francesa de Cienfuegos”, “A pesca favorita de Hemingway” (SAINSBURY e WATERSON, 2012, p.07-12). Confirmam, portanto, a hipótese de que há um forte fomento daquilo que já chamamos de “romantismo revolucionário”.

Fica nítido, a partir da pesquisa e de suas relações, qual é o lugar que Cuba representa hoje: de um lado, estimulando um meio de produção turística nos moldes capitalista que, em um pensamento de John Thompson a respeito das comunicações de massas, tendo sua principal característica como a produção da mensagem veiculada de forma monológica produzida por um centro único e disseminada de forma difusa para uma ampla audiência (THOMPSON, 1998). Isso é reproduzido neste que chamo de turismo massificado (com grandes redes hoteleiras, praias paradisíacas e uso constante do dólar como moeda circulante). De outro lado, através do poder publicitário estatal, o qual veicula um imaginário sobre seu povo resistente e receptivo ao um turismo cultural e politizado. Isso fica claro quando analisamos os guias turísticos “Lonely Planet Cuba” (2012), Folha de São Paulo (2014) e Cuba em tus manos (2012), os quais mostram, através de imagens e textos, o espírito de sobrevivência socialista ligado a uma identidade de resistência estampada nos muros da histórica Havana.

Deveria haver uma placa em frente ao terminal de desembarque do aeroporto de Havana com os dizeres “abandone todos os preconceitos antes de entrar” prepare-se para choques, surpresas e epifanias, A Cuba do século 21 é diferente de qualquer outro lugar que você já tenha visitado: economicamente pobre, mas culturalmente rica; visivelmente malcuidada, mas com arquitetura magnífica; pode ser irritante e ao mesmo tempo estranhamente estimulante (...). A guerra revolucionária de Cuba lembra o roteiro de um filme de Steven Soderbergh. Mas melhor que assistir nas telonas é a oportunidade de visitar pontos históricos da revolução. Pouco mudou nos últimos cinquenta anos no ponto de desembarque do Granma e no quartel-general de Fidel no topo da montanha em comandância de La plata (SAINSBURY; WATERSON, 2012, p.02)

---

<sup>38</sup> Praia Giron, berço da batalha travada em abril de 1961 entre os revolucionários cubanos (situação no governo) contra um grupo liderado pela CIA norte-americana que tinha o intuito de tomar o poder estatal e instaurar o capitalismo de mercado. Ao final do 17 de abril o grupo contra-revolucionário é derrotado e o estado cubano se afirmar formalmente de caráter socialista.

O processo histórico-social é apresentado nos guias a partir das eras pré-coloniais a partir de 1492, com uma população predominante indígena (Guanajatabey, Siboney e Taino), o descobrimento no “novo mundo” e o ímpeto imperialista da Espanha sobre seu este território. As peças publicitárias trazem à tona as constantes disputas territoriais e econômicas pelas quais passaram Cuba, tendo como adversários os bucaneiros e a pirataria, assim como a própria Inglaterra.

Esses guias, a meu ver, trazem como ponto importante a criação de mitos, de uma identidade nacional a partir do século dezoito, processo identificado, dentre outros, por Hall (2002).

Trazer à tona a questão da escravidão nesses guias é intencional para se apresentar Carlos Manuel de Céspedes, figura que fora grande latifundiário a favor da abolição da escravidão e da própria independência de Cuba. Em 1868, ele teria libertado seus escravos, os quais teriam sido, logo depois, convidados a fazer parte da guerra de independência da colônia cubana contra a metrópole espanhola. Céspedes é concebido como um herói libertador e combatente, que é a todo o momento resgatado pela propaganda do Estado cubano e nos guias como algo que se relaciona com a resistência até os dias de hoje da sociedade cubana frente às forças opressoras. Para explorar tais feitos heroicos no imaginário de um possível turista, apresenta-se as fazendas, os mausolés e o ambiente que moldou as decisões radicais de Céspedes (GRUPO FOLHA, 2012, p.42-43; ESCANDÓN, 2012, p.31).

Esses materiais permanecem moldando e promovendo neste quesito o imaginário de resistência, esta que se permanece até hoje em Cuba e nos cubanos através de uma disposição que incorpora valores “histórico-revolucionários”. Remetem, mais uma vez, à significação do mito de origem cubano na figura de seus diversos heróis:

Provincia de Granma, aquí nació Carlos Manuel de Céspedes, el Padre de la Patria: comenzó la gesta independentista cubana em 1868: se entonó por primera vez el Himno Nacional, y cayó en combate José Martí, Héroe Nacional de Cuba. Años después, en 1956, llegaron por sus costas los expedicionarios del yate Granma, liderados por Fidel Castro, para reiniciar una contienda que finalizó con el triunfo definitivo de la Revolución Cubana en 1959 (CUBA EN TUS MANOS, 2012, p.230)

Interessante observar que todos os heróis empreendem suas lutas nos diversos períodos históricos no mesmo sentido, ou seja, contra os inimigos externos. Pensando na posição de Cuba em relação ao sistema mundial de estados-nação, tal construção identitária da ilha a interpreta como uma “eterna” colônia (desde os tempos da colônia

espanhola, passando pela revolução socialista e seguindo com o eterno conflito contra o imperialismo norte-americano) Segundo Silva:

O Terceiro Mundo se narra desde o outro lado: desde a ferida perpetrada pelo conquistador, desde o imperialismo que o submete, desde o outro que não o reconhece (SILVA, 2001).

Em geral, como já dito, ocorre o destaque das figuras revolucionárias e seus feitos, construção simbólica com o um intuito de criar laços emotivos, ou seja, nas palavras de Campbell (2001) um sentimentalismo típico do romantismo do consumo, com o leitor e o possível turista para que isso seja o diferencial para a concretização da experiência em Cuba, como fica claro nas produções dos guias (CAMPBELL, 2001):

Camilo Cienfuegos Combatiente y revolucionário cubano, expedicionário del yate Granma y uno de los pilares fundamentales de la gesta armada que derroca a la tiranía (...). Conocido como el Señor de la Vanguardia(...) Ernesto Guevara, universalmente conocido como Che, fue un excepcional combatiente revolucionario, estadista, escritor y médico(...). Fidel Castro es el líder histórico de la Revolución Cubana. Há dirigido la luch por la consolidación del processo revolucionario, así como las transformaciones económicas y sociales del país, el enfrentamento a las agresiones externas, la política exterior, las acciones de solidaridad y la profundización de la consciência revolucionaria e internacionalista del Pueblo(...). Raúl Castro General de Ejército y Presidente de los Consejos de Estado y de Ministro de la República de Cuba (CUBA EN TUS MANOS, 2012, p.36-39).

A herança revolucionária cubana, Uma escada improvável de um iate naufragado, guerrilheiros barbudos seguidores do estilo de justiça Robin Hood e uma clássica luta aos moldes Davi x Golias que ganha pelos (muito) fracos e oprimidos (SAINSBURY; WATERSON, 2012, p.9)

Che Comandante, Amigo (...) ele provou ser um revolucionário corajoso a ser tomado como exemplo e rapidamente ganhou a confiança dos companheiros mais cautelosos. Como recompensa, Castro nomeou-o comandante em julho de 1957; em dezembro de 1958, Che retribuiu o gesto de Fidel ao planejar a batalha de Santa Clara, ação que selou uma histórica vitória revolucionária (SAINSBURY; WATERSON, 2012, p.256-257).

O guia Folha de São Paulo (2012) destaca isso, por exemplo. O ponto é que esses heróis, símbolos de Cuba, para o turismo são elementos de atração e também de consumo:

O sucesso da revolução pode ser explicado em parte pela estatura moral dos heróis que a lideraram, em parte pela unidade do movimento- toda uma população estava determinada a obter liberdade (...). Os líderes revolucionários receberam a incumbência de realizar seus objetivos: reorganizar a agricultura do país, afligidas pelos entraves das grandes propriedades e da monocultura; combater o analfabetismo e o desemprego; promover a industrialização; construir casas, escolas e hospitais. Fidel Castro tornou-se primeiro ministro e Che Guevara foi nomeado ministro da indústria

e presidente do Banco Nacional. A revolução prosseguiu com seus heróis e ideais. (GRUPO FOLHA, 2014, p.50)

Essa relação travada entre personagens revolucionários nacionalistas e a forma com que Cuba é construída através deles é nítida quando os monumentos e locais históricos da própria revolução são destacados como roteiros turísticos no guia Cuba en tus manos (2012). Como exemplo, o mausoléu de Ernesto Che Guevara, onde estão seus restos mortais, em Santa Clara, é apresentado como um local de visita imprescindível para quem vai a Cuba. O museu e a estrutura organizada pelo arquiteto Jorge Cao Campos e suas imagens esculpidas pelo escultor José Delarra apresentam uma reconstrução cronológica da vida desse herói e do sentimento que se constrói sob sua imagem. A ideia aqui é apresentar momentos importantes para a construção desta Cuba resistente para que os futuros viajantes possam almejar experimentar as maravilhas que determinaram a vida singular desta ilha, como na citação de um guia:

Realizado por el escultor cubano José Delarra, este monumento recuerda uno de los hechos más relevantes de la última etapa de la gesta insurreccional cubana, protagonizado por Ernesto Guevara y su tropa rebelde, el 29 de diciembre de 1958: la acción del descarrilamiento y asalto de un tren blindado de la tiranía batistiana. El monumento está formado por 5 elementos escultóricos que representan las acciones realizadas por los rebeldes, así como 4 vagones originales y el bulldózer utilizados para levantar la línea férrea (CUBA EN TUS MANOS, 2012, p.170).

A partir do exercício de analisar as imagens, encontro mais uma vez tal discurso presente nas imagens expostas no guia Lonely Planet (2012), um apelo a um turismo singular, regado de aprendizados socioculturais que vão à direção daquilo que Dumazedier (2004) identificou como um tipo de lazer, ligado ao desenvolvimento da sua personalidade do indivíduo. Observando o discurso do Guia Lonely Planet (2012) e as imagens que este escolhe apresentar, posso aproximar este daquilo que já chamei anteriormente de “turismo romântico-revolucionário”.

Os materiais ainda apresentam as crises que Cuba sofreu ao longo dos tempos, sempre colocando que Cuba não cresce economicamente devido ao embarco que vem sofrendo ao longo dos tempos e que, apesar dessa crise, o estado não deixou afetar as questões primordiais planejadas na revolução como saúde, educação e segurança. Essa questão é muito importante para a Folha, Cuba en tus manos e Loney Planet, pois esses colocam com essas palavras que o estado e o modelo cubano são sobreviventes e batem de frente, na representação que sempre se evidencia nesses materiais, como Davi versus

Golias, com os EUA, e resistem nas melhores condições possíveis para o seu povo, reforçando sempre no seu texto esse caráter do processo nos moldes romântico-revolucionário que o visitante poderá vivenciar (GRUPO FOLHA, 2012, CUBA EN TUS MANOS, 2012 et SAINSBURY e WATERSON, 2012).

Em um contexto geral, esses materiais em sua apresentação do que vem a ser essa construção simbólica da ilha finaliza apresentando a realidade política, econômica e social atual cubana, apresentando seu novo presidente Raul Castro e todas as dificuldades vividas atualmente, como o período especial pós-queda do muro de Berlim, apresentada no primeiro capítulo desta dissertação, e os diversos percalços acarretados pela falta de infraestrutura envolvida segundo a minha análise desses guias pela não inserção forçada no mercado mundial.

Esses guias informam a questão da entrada do capital externo, dando destaque à promoção turística, como fonte de renda e manutenção do mercado turístico, destacando que a exploração do mercado de trabalho é nos moldes do Estado cubano e reconhecida pelo seu povo (o guia do Estado cubano mais efusivo quanto a estas questões). Além disso, trazendo também a problemática que simploriamente estamos a ver nesta dissertação de que, como o turismo e os meios que ele apresenta interferem na vida social e política desta ilha, este é um ponto trabalhado aqui, pensando na questão da economia dúbia que Cuba e os cubanos presenciam. Nesse caso, específico a utilização de duas moedas e o embate simbólico e estrutural e real entre o consumo individual marcado por características do mundo globalizado/capitalista e o coletivo configurado nos moldes socialistas (GRUPO FOLHA, 2012, CUBA EN TUS MANOS, 2012).

Para contrabalançar o Período Especial, o governo começou a encorajar investimentos externos, permitiu empreendimentos privados de alcance limitado e legalizou o dólar americano (...) A década de 2000 viu um afluxo intenso de turismo (...) Raúl anunciou que 500 mil trabalhadores seriam demitidos do Estado, tendo como contrapartida novas regras da iniciativa privada permitindo que mais cubanos trabalhassem por conta própria e começassem seus próprios negócios, uma mudança radical na estatal Cuba (GRUPO FOLHA, 2012, p.53)

Em el recién celebrado 6to. Congreso del Partido Comunista de Cuba (abril de 2011) se aprobaron los lineamientos de la política económica y social del partido y revolución, que fueron discutidos y analizados previamente por el Pueblo cubano. Estos lineamientos proponen un modelo económico que reconoce y promueve además del la empresa estatal socialista, forma principal en la economía nacional, las modalidades de la inversión extranjera, las cooperativas, los agricultores pequeños, los usufructuarios, los arrendatarios, los trabajadores por cuenta propia y otras formas que pudieran surgir para contribuir a elevar la eficiencia. En estos momentos el país se encuentra en el período de implementación y desarrollo de estos lineamientos (CUBA EN TUS MANOS, 2012, p.39)

Como consideração final deste capítulo, afirmo que foi possível descrever como é nítida a importância que este material publicitário dá à diferença entre dois sistemas econômicos, capitalista e socialista. Toda essa construção de significados e simbologias refletida na história de Cuba e inserida aqui nos guias tem o interesse de promover “Cuba” como nação soberana, singular e combativa, reforçando a hipótese dessa dissertação de que a história legítima (estatal) de Cuba se dá com base em um ideário revolucionário transformado em símbolo nacional e atrativo turístico ao mesmo tempo.

Diante das minhas pesquisas anteriores e a minha vivência em Cuba que apresentarei no próximo capítulo, entendo que há diversas familiaridades e proximidades entre a propaganda que o Estado cubano faz e é feita por esses materiais, concretizando a ideia de que as duas tendem a vender Cuba como um mesmo produto de consumo para quem é estrangeiro. Contudo, o apelo de consumo se faz mesclando descanso e entretenimento com desenvolvimento pessoal. Poder consumir “Cuba” é poder viver a experiência de vida única que somente se dá naquela localidade do globo terrestre.



## CAPÍTULO 4

### ETNOGRAFIA EM CUBA: A EXPERIÊNCIA COM OS BRIGADISTAS

Após tratar dos discursos e imagens sobre o deslocamento e turismo até Cuba, em agências, associações de amizade, guias, panfletos e folders, passo, neste último capítulo, a apresentar minha inserção enquanto visitante a Cuba, com base em uma observação participante no roteiro de viagem ofertado pela “XIII Brigada Sul-Americana de Amizade aos Povos”, articulada no Rio de Janeiro pela sessão local da Associação Cultural José Martí, em seus diversos momentos: propaganda, constituição de um grupo de viajantes, preparação e realização.

É interessante frisar que o termo “brigada” acrescido de “internacional” tem sua origem na chamada “guerra civil espanhola” (1936-1939), quando jovens socialistas, anarquistas e comunistas do mundo inteiro foram lutar ao lado do governo republicano espanhol contra o fascismo chefiado pelo General Franco, apoiado pela Alemanha Nazista (MENDES, 1981). Com base em leituras de romances como “Por quem os sinos dobram” (HEMMINGWAY, 1978) e “O homem que amava os cachorros” (PADURA, 2013), pode-se depreender toda uma aura de heroísmo que movia esses jovens de todos os recantos do globo a prestarem, com a entrega de suas vidas em combate, a solidariedade à jovem experiência socialista da república espanhola que derrubara do poder a aristocracia e a burguesia, além de empreender a reforma agrária e a socialização de fábricas e indústrias no país.

O termo foi retomado no processo revolucionário cubano, quando jovens de “esquerda” se dirigiam na década de 1960 para Cuba, para fazer o “trabajo voluntario” no corte da cana ou na construção das “viviendas” para se solidarizar com o esforço de soerguimento econômico empreendido no país.

Assim como em Cuba nos anos 1960, também no Chile em 1970 e na Nicarágua a partir de 1979, esses grupos foram fazer trabalhos voluntários de cunho social em fábricas, colheitas e na construção de casas populares, como forma de apoio às experiências socialistas e populares que se gestavam nesses países.

Abordando a história do grupo no qual eu me inseri, a “Brigada Internacional de Trabalho José Martí” tem sua proposta iniciada nos anos 1970, com o nome da “Primeira Brigada Julio Antonio Mella” para avançar a economia cubana pressionada pelo bloqueio econômico movido pelos EUA. Seus primeiros trabalhos foram na safra de açúcar. A partir dessa experiência retratada como positiva é que se surge a ideia de

se manter anualmente as Brigadas Internacionais como o apoio solidário à revolução cubana através dos trabalhos de produção braçal (PUICERCÚS, 2014).

Nos anos de 1972, constrói-se uma estrutura planejada para se abrigar os viajantes com mais camas e um comedior, mantém-se simbolicamente a primeira estrutura em recordação a esse trabalho braçal inicial e o nome do acampamento como Júlio Antônio Mella. A ideia dos promotores da atividade era de mostrar que havia uma continuidade nesse trabalho e que as futuras gerações que a ele se somassem sentissem pela estrutura de acampamentos que se mantinham o esforço de décadas de apoio e solidariedade à causa de Cuba e do socialismo.

Assim, entre os anos de 1972 e 1973, jovens de 27 países distintos viajaram e formaram a nova Brigada Julio Antonio Mella com o intuito de construir em Cuba, na localidade de Caimito<sup>39</sup>, uma escola secundária básica campesina, assim como participar de 28 atividades como as colheitas de plantio de laranjas, projeto esse que se perdeu por mais de cinco meses. Nos anos de 1973 e 1974, inicia-se a “Brigada Ocidental de Trabalho José Martí”, a qual se manterá dentro de seus moldes de configuração<sup>40</sup> até, pelo menos, o ano de 2016, em que participei. Essa brigada, desde sua fundação, recebeu mais representantes de países do que todas as outras, tendo de 256 a 300 visitantes “brigadistas”.

Identificando os participantes das brigadas entre 1973 a 1981, esses eram em geral militantes de partidos comunistas, juventudes socialistas, comunistas e católicas, membros de sindicatos de diversas tendências, organizações feministas, pacifistas, etc. A média de idade era de 30 anos, incluindo entre os “brigadistas” os estudantes de graduação, professores, servidores públicos, trabalhadores rurais e donas de casa (PUICERCÚS, 2014).

Tais pessoas, de acordo com a dinâmica de preparação nas associações de “amizade a Cuba” relatada por mim no capítulo dois, estavam devidamente instruídas para conhecer a realidade do país, para se opor ao que aparece falsamente nas grandes mídias de comunicação, assim como sua presença em número expressivo de pessoas eram vitais para a construção de uma solidariedade internacional para com a ilha. Isso se estende ao retorno aos seus países de origem, com o compromisso para com a Revolução Cubana e sua luta contra o embargo imposto pelos EUA e para testemunhar a “resistência soberana de uma nação independente e livre” (PUICERCÚS, 2014).

---

<sup>39</sup> Município da capital Havana.

<sup>40</sup> Com menos trabalho e mais reconhecimento territorial simbólico, como vou demonstrar a frente.

Desde sua fundação, em 24 de janeiro de 1972, o Centro Internacional Júlio Antonio Mella (CIJAM) recebe mais de 100.000 “brigadistas”, organizado por dezenas de associações ligadas a Cuba procedentes de diversos destinos espalhados pelo mundo.

Olhando essa experiência com sua distância temporal, apesar de seus promotores quererem passar a ideia de continuidade – que de fato existe, penso nas modificações ocorridas. Se, de um lado, houve experiências de trabalho braçal árduo com um campo simbólico importante de reconhecimento da ligação com a terra e a localidade ali vivida, observo que, de outro, com o passar dos anos e das diversas conjunturas, o trabalho se torna mais simbólico e o campo de reconhecimento de uma construção do que é real tem evidenciado a verdadeira importância desse tipo de deslocamento. Portanto, a partir de minha observação direta no “campo”, para mim, a brigada, antes colocada conceitualmente como uma doação de mão de obra, passa para uma atividade de um “lazer de desenvolvimento pessoal” (DUMAZEDIER, 2004) ou como estou chamando aqui, um turismo “romântico-revolucionário”.

No dia 16/10/2105, às 18 horas, na sede da Associação José Martí, demos início a uma das seis reuniões que tínhamos através da “pedagogia” da presidente da associação, Lúcia, até o embarque em direção a Havana em 24/01/2014. A brigada que ali se formava era composta por seis mulheres e dois homens, com faixa etária de entre 27 a 30 anos, sendo estudantes, graduados, jornalistas, professores e assistentes sociais. Minhas primeiras observações foram que esses compartilhavam a mesma situação econômica, com base nas ocupações que realizaram e na possibilidade de fazerem uma viagem internacional que, em termos financeiros, se equipara às viagens convencionais que muitos latino-americanos tanto almejam, como Europa, EUA e etc. Em sua maioria, direta ou indiretamente, tinham relação com movimentos sociais e políticos - partidos de esquerda (PT, PCR, PCB, PSOL), Pastoral da Juventude, movimento estudantil, etc.

As seis reuniões foram marcadas pelo discurso “pedagógico” de Lúcia, suas “aulas”, inteiramente ligado às experiências desta em cima de anos de relação com Cuba, sua formação política e principalmente sua atuação enquanto militante da ACJM. Como já disse anteriormente, essa figura representa e representava uma esquerda tradicional no Brasil, egressa do velho PCB, carregando toda uma nostalgia dos momentos “gloriosos” do “socialismo real”. Os conteúdos abordados nas reuniões foram determinados pelo seu imaginário advindo de toda uma relação travada com o mundo comunista da URSS e do sonho da construção da revolução socialista na América Latina do qual Cuba era o exemplo mais significativo. Além disso, tivemos

seus monólogos justificados pela sua autoridade no que tange ao conhecimento sobre a ilha, atrelado à distribuição de materiais, cartilhas e filmes que marcam esse imaginário revolucionário uno cubano. Ainda tivemos a presença de um ex-brigadista que nos contou sua experiência, assim como sua trajetória para chegar nesta vivência<sup>41</sup>.

Sem me alongar, pude perceber que, para além das questões pragmáticas, como o funcionamento do CIJAM, o roteiro de viagem e o comportamento que um brigadista deveria ter, o discurso de Lúcia fazia uso da redundância a todo momento em que a repetição dos fatos, casos, e símbolos “sagrados” tornam-se parte fundamental do cotidiano de uma comunidade. Lúcia repetiu, por vezes, o mesmo discurso que me apresentou na ocasião de nossa reunião particular. Isso me faz relacionar com o que o antropólogo Edmund Leach fala da redundância como forma de comunicação em sociedades iletradas, como forma de assegurar a recepção do discurso, como uma forma de ritual (1972:333-337).

O mesmo discurso também é replicado pelos órgãos cubanos que promovem o evento, como que numa cadeia repetidos dos seus argumentos e sentidos:

*Desde el surgimiento de la Brigada de Trabajo Voluntario José Martí, en la década de los años 70, ha construido una escuela solidaria y un espacio único en la transformación de cientos de brigadistas en activos seguidores y divulgadores de la realidad cubana, que a su vez se han convertido en defensores de la Revolución Cubana desde las filas del Movimiento de Solidaridad con Cuba (...)* (SERRANO apud,PUICERCÚS, 2014, p.15-16).

Pensando nas palavras de Stuart Hall a respeito de cultura nacional e da comunidade imaginada, posso destacar esse discurso presente em ambas as falas reproduzidas por estes sujeitos - Presidente do ICAP e Lúcia. Através dele, a produção das identidades das nações é constituída pela ligação de indivíduo e coletividade a um território, mas isso não é um processo natural, é estabelecido através de representação (HALL, 2002, p.48).

Nesse mesmo sentido, vemos aqui a construção simbólica de uma identidade socialista revolucionária do povo cubano, que não é algo nascido deles, mas são formadas e transformadas no interior da representação, é algo que produz sentidos - um sistema de representação cultural (HALL, 2002, p.49).

---

<sup>41</sup> Esta experiência foi pautada também de todo o romantismo e propagação que já havíamos escutado da Lúcia, este era um aluno secundarista ligado a UBES e ao PCR (Partido Comunista Revolucionário) que colocou de forma propagandista sua visão sobre a cultura, lazer e trabalho que teve em Cuba. Sem me alongar nas construções simbólicas contidas no seu discurso de romantismo-revolucionário, que para ele “Estar lá, foi sentir e viver a Revolução Cubana e todas as conquistas que espero ter no nosso país”.

Cabe aqui destacar, mais uma vez, que essa identidade é uma construção simbólica, ou seja, um discurso, um modo de construir sentidos que influencia e organiza as ações e a concepção do indivíduo e se reforça que esse sentimento de nação contido nas histórias que são contadas sobre a nação, memórias que conectam seu presente com seu passado e imagens que dela são construídas (HALL, 2002, p.50-51).

Essas formas de se representar a nação e o indivíduo estão presentes repetidas vezes nos discursos dos meus interlocutores e agentes com que trabalhei, tais como o discurso imperado e exposto por Lúcia em suas palestras na associação que está afinado com a representante do ICAP, a quem identifiquei suas palavras neste trabalho.

*Las enseñanzas y experiencias vividas junto al pueblo cubano y sobre todo destaca las cualidades morales éticas y revolucionarias de los cubanos que de forma activa trabajan en la construcción del proyecto socialista cubano. Ser brigadista es una posibilidad que tiene un amigo de Cuba de poder conocer de primera mano la obra de la Revolución llegar hasta el pueblo trabajador y compartir con él sus experiencias diarias. De esta manera se puede tener una verdadera imagen de la Cuba que lucha contra el imperialismo y por el socialismo poniendo en práctica la solidaridad y el internacionalismo proletario (SERRANO apud, PUICERCÚS, 2014, p.16-17).*

Após essa reunião inicial em que se apresentaram as pessoas que iriam formar a brigada em Cuba, tivemos mais algumas outras, em que o discurso dela se baseava na sua experiência de longos anos de relação com Cuba, assim como de sua ligação direta com o ICAP. Esses moldam suas informações e o que apresentar àqueles que almejam participar dessa imersão na ilha socialista.

Expondo de forma generalizada, através das conversas fora das reuniões, pude detectar uma forte familiaridade dos desejos dos brigadistas do porquê de conhecer Cuba e realizar esse sonho. Para muitos desses “futuros brigadistas” a motivação primária vinha das relações que travavam com uma visão romântica da imagem heroica de Ernesto Che Guevara. Advém, portanto, do consumo de uma figura revolucionária cubana que, para muitos efeitos, está estampada em fotos e camisetas. Essa imagem que é reproduzida como mercadoria em diversos meios capitalistas, neste caso do socialismo, também é revertida para outro tipo de consumo, o do desejo de se conhecer o local onde se formou tal figura icônica (ROCHA PITTA, 1984 e FEATHERSTONE, 1995).

As referências diretas da história cubana e principalmente da experiência de se estar em um território que emergiu da luta revolucionária, segundo a concepção da

dialética marxista, única capaz de modificar uma conjuntura social e econômica de um modelo hegemônico como o capitalismo. Experiência que serviu de exemplo para vários revolucionários de países sul-americanos, era um assunto que sempre se tocava. Esse imaginário moldado por diversos meios de comunicação e propagandistas alternativos e de “esquerda”, de que Cuba corresponde a um lugar específico de resistência a um sistema mundial de dominação, foram fundamentais para a construção interna dos sujeitos futuros brigadistas (ROCHA PITTA, 1984).

O destaque maior que posso relatar é ligado ao conceito da diferença, que a todo o momento é colocado como ponto crucial para motivar a visita à Cuba. Essa diferença é construída enquanto discurso e imagem, no sentido de dar significado à particularidade cubana, como explícito no terceiro capítulo desta dissertação. Assemelha-se à ideia de “objetificação” do “terceiro mundo” formulada por Rocha. Para esse autor, a significação desta territorialidade se dá a partir do que é único, singular, ou seja, do que é diferente do resto das outras. Em Cuba, essa singularidade está explicitada no campo das conquistas revolucionárias. Nessas é que se vê em prática uma sociedade marcada por um povo alegre, trabalhador, estudioso e que vive em um país em que educação, saúde e segurança funcionam, essas referências “revolucionárias” motivam tais brigadistas a visitarem Cuba (ROCHA, 2008).

Em meio a esta pesquisa, presenciei outro tipo de discursos e imagens construído simbolicamente pelos meios de comunicação, quais sejam, de que a “diferença” ou peculiaridade cubana está se esvaindo com uma eventual abertura para relações diplomáticas com os EUA<sup>42</sup>, pois com a expansão da globalização aquilo que é singular e diferente poderá ser padronizado. A ideia de ir a Cuba com base em um roteiro guiado nos moldes das conquistas revolucionárias poderá corresponder à possibilidade de se viver o passado socialista.

Mas essa ideia também se encontra no campo da construção simbólica do desejo, ou seja, produzir o receio de que algum dia essa raridade tenha fim. Sugiro, nesse sentido, que pode ser também do interesse desse turismo voltado para Cuba, que efetivamente se construa o imaginário de sua singularidade, que pode se acabar a qualquer momento. Portanto, a urgência em vivenciá-la (CAMPBELL, 2001).

---

<sup>42</sup> Tem-se acompanhado recentemente o processo de reaproximação das nações Cuba e Estados Unidos, com a reabertura da embaixada cubana em Washington e da norte-americana em Havana, o restabelecimento de relações diplomáticas, com o encontro entre os atuais presidentes de ambos os países, Raúl Castro e Barak Obama, os acordos de cooperação econômica, isto tudo, implica num fluxo de visitas que pode levar a mudanças importantes na economia e sociedade cubana.

Chegado o dia 23/01/2016, desloquei-me para o aeroporto do Galeão no Rio de Janeiro, carregado de meu material de viagem, assim como blocos de notas e máquina fotográfica para registrar os demais acontecimentos dessa observação participante. Além do que se leva comumente em uma viagem de quase um mês em campo, foi recomendado levar uma caixa de talheres para se consolidar esse laço solidário Brasil-Cuba, no intuito de doar esse material, pois lá, segundo Lúcia, tinha-se dificuldade de encontrar esses bens comuns pela dificuldade encontrada a partir do embargo econômico norte-americano. Era de responsabilidade do grupo do Rio de Janeiro levar também aguardente e feijão preto para a realização de um evento final em que cada país representaria suas especificidades culturais em um intercâmbio social e festivo.

A oferta desses bens (talheres, cachaça e feijão) me faz lembrar da noção de troca simbólica do acervo do pensamento maussiano em torno da questão da dádiva<sup>43</sup>. Nesse caso, penso estar presente um traço do “dar, receber e retribuir”, esse laço retratado nas civilizações dos arquipélagos do pacífico com o intuito de tratar dos laços obrigatórios que a dádiva acarreta, tem uma proximidade com essa realização de trocas pretendida pela “brigada”. Serão ofertas de utensílios, mas principalmente ofertas de tempo e investimento pessoal, de atenção, de solidariedade e de reconhecimento, que implicam por parte dos cubanos a reciprocidade em ofertar sua história, sua cultura, sua hospitalidade e sua revolução para produzir neste tipo de troca, a simbólica, uma convergência na diferença (MAUSS, 1974).

Nessa modalidade, tentarei ver neste regime de trocas de prestações e contraprestações a partir da disposição de um grupo viajante-brigadista dar sua presença num acampamento (CIJAM) em que terá responsabilidades, como o trabalho voluntário, reuniões, intercâmbio cultural festivo<sup>44</sup> e outras responsabilidades de cunho não material, assim como, materiais (materiais de cozinha, de construção, utensílios hidráulicos e etc.) que nos informaram que as pessoas em Cuba necessitavam. Mas aqui vejo como um quesito muito mais ligado às trocas simbólicas do campo da cordialidade

---

<sup>43</sup> Aqui me aproprio deste pensamento, mas ciente que a sociedade cubana não é organizada a partir das trocas, assim como o campo simbólico das trocas na brigada não advém a partir do espírito da coisa, assim como essas são trocas modernas, e não correspondentes às estudos por Marcel Mauss, embora autores franceses/canadenses contemporâneos tenham atualizado as noções de dádiva maussiana para as sociedades modernas (Caillé, 2002, Godbout, 1999). A idéia aqui é utilizar do sistema de prestação e contraprestação para demonstrar a obrigatoriedade que as trocas presentes nesta modalidade de deslocamento exercem para a boa relação e não conflito entre estranhos.

<sup>44</sup> Organiza-se uma festa para todos em que cada país demonstra suas especificidades, como a música, comidas típicas, danças e etc.

e solidariedade, mas que também traz uma carga de contraprestação que a dádiva exerce (MAUSS, 1974).

No quesito da contraprestação, ou seja, do receber, existe uma expectativa já criada do que seria a experiência em Cuba, fomentada pelos discursos e imagens veiculados por Lúcia. Toda a preparação anterior na associação nos disponibilizou para essas trocas simbólicas em cima de dimensões que poderiam ser dadas, recebidas e retribuídas.

Todavia, como indica Mauss no seu clássico texto, a ruptura dos termos desse pacto poderá levar a desgaste e frustração, acarretando em conflito e quebra deste laço (MAUSS, 1974). E eu pude assistir, ao longo de nossa estadia na visita, indicadores que levaram a essas situações. Em certos momentos, ocorreram manifestações de machismo, prostituição, diferenças de classes e censura nos eventos organizados pelo ICAP e no acampamento do CIJAM. Funcionários do CIJAM determinavam os trabalhos a serem feitos por critérios de gênero, funcionários dos hotéis em que ficamos assediaram mulheres da brigada e se justificava culturalmente esses assédios. Algumas apresentações em que foram oferecidas tinham um teor sexista e explorava o corpo feminino como objeto. No hotel em que estávamos, em Santa Clara, município cubano, ocorreu um desfile de prostitutas para estrangeiros, senhores de idade avançada, que não faziam parte da brigada, em que se “fez vista grossa”. Muitas indagações eram tratadas como “isso não podemos falar para vocês”. Todos esses quesitos formaram quebras de contraprestação que geraram conflitos, como uma tentativa de redação de uma nota de repúdio. Isso resultou como uma quebra do laço da reciprocidade para alguns brigadistas, que voltaram insatisfeitos, propagando uma quebra do seu imaginário inicial e fechando o vínculo do “dar, receber e retribuir”, de forma não satisfatória.

Na dinâmica da reciprocidade, percebo que a volta ao Brasil deve implicar numa atitude de fazer uma propaganda positiva sobre a experiência em Cuba. É o fechamento desse ciclo com a qualidade suficiente para que este se torne contínuo, no sentido em que essa experiência exitosa será difundida entre outros campos populares suficientemente para que outras brigadas sejam formadas com o mesmo intuito, para alimentar o campo simbólico das prestações e contraprestações, no sentido colocado por Mauss (1974).

Voltando à conjuntura de nossa partida para Cuba, a concentração no aeroporto e todos os seus trâmites foi também um momento para se reforçarem os laços criados nas reuniões, assim como as expectativas que estavam a ponto de se concretizar era algo



que transparecia nas faces de cada indivíduo daquele grupo. Em geral, as pessoas foram ao aeroporto com parentes e pude perceber no grupo que ali se formavam dois grupos familiares distintos: um pertencente a uma intelectualidade de esquerda e outro às camadas populares.

Aproximei-me de uma brigadista e sua família a fim de pedir informações sobre *check-in*. Era nítido que os parentes da brigadista eram pessoas ligadas à esquerda, suas conversas e brincadeiras remetiam a assuntos de tal gênero, assim como um certo carinho direcionado a Cuba. Fica mais claro que, de um lado, existem pessoas que se definiram de esquerda a partir de suas experiências no campo do trabalho, sindical, e outros que tiveram essa opção ligada mais ao seu capital cultural, a universidades, ao meio intelectual do que à experiência de trabalho.

A conjuntura que se formava no Brasil<sup>45</sup> também contribuía para formar no grupo uma unidade comum entre as esquerdas representadas em determinadas militâncias dos indivíduos. Essa conjuntura esteve presente no momento em que eu e a brigadista Isabel, devidamente vestidos com uma camisa que marcava a Brigada Brasileira, passamos pelo detector de metal e agentes de plantão nos perguntaram o porquê de ir a Cuba e se estávamos sendo financiados pelo Partido dos Trabalhadores. Nesse momento, a brigadista ao meu lado respondeu de forma direta, quase doutrinada e certamente romântica, expondo suas expectativas relacionadas à contraprestação futura, que ali “era uma Brigada Internacional de solidariedade a Cuba, que todos estavam se financiando”, deixando transparecer que o verdadeiro intuito da viagem era tomar conhecimento histórico da revolução, vivenciar esse processo, essa singularidade e “esse tal de socialismo”, remetendo ao que chamo aqui de turismo de cunho romântico-revolucionário (RIDENTI, 1993, 2010, LOWY e SAYRE, 1995).

Após o encontro no saguão de embarque, nós nos direcionamos para o avião visando à viagem de mais de 10 horas que iríamos travar entre Rio de Janeiro-Lima, Lima-Havana. Ao longo do voo, fui me envolvendo com os brigadistas, colocando-me como tal também, a fim de me aprofundar no campo em que estava inserido. Através das conversas com esses interlocutores, reforçou-me neste próprio momento em que, a partir do meu caderno de campo, escrevo o texto. Em termos de trocas e no campo do simbólico, o papel da solidariedade está muito mais para o lado de Cuba-Brigadistas do

---

<sup>45</sup> Mobilização das classes médias e da burguesia brasileira contra o governo Dilma do PT em torno de acusações de corrupção que afunilavam para o pedido de seu impeachment, com um início de reação da esquerda, ao que chamariam de um “processo golpista”.

que Brigadistas-Cuba, o oferecer do trabalho voluntário e as experiências culturais dessa brigada, para mim, são de menor dimensão em relação ao ato de consumir o receituário oficial cubano: experimentar em atos as imagens que absorveu nas leituras e discursos escutados, poder perceber a diferença que faz Cuba e deixar-se envolver por ela.

Chegamos à capital de Cuba, Havana, às 16h. Após passar por todos os procedimentos de entrada em um país estrangeiro, fomos recebidos por Luís, um representante do ICAP que iria nos levar ao acampamento CIJAM, na província de Artemisa, município de Caimito. Ele era um dos representantes oficiais dessa contraprestação simbólica, que o nosso imaginário construído anteriormente nos levava à expectativa de receber.

Logo na saída do aeroporto, é perceptível a influência do turismo e da entrada de capital estrangeiro em Cuba, trazendo o contraste daquilo que chamei de “economia dúbia”: se, por um lado, existe o consumo tipicamente capitalista, o que justifica a presença de uma frota de táxis novos de modelos de automóveis diversos semelhante a qualquer lugar do mundo, por outro lado, a população local, provavelmente empregada do aeroporto, atravessa a avenida para pegar um automóvel coletivo dos anos 1950. Mas essa distinção não só valoriza o luxo, mas transforma o precário em atrativo, eu observei anteriormente. Ou seja, o visitante, a partir de seu poder de consumo individualizado, tem a chance de alugar ou mesmo usar como táxi, carros antigos, chamados de “Botero” ou “Amedron”. E a ocorrência disso pode gerar uma nova representação desse objeto. Ele se torna um fetiche, provocando uma estetização da realidade que desestabiliza a noção original de uso da coisa e afixa nela imagens e signos que evocam uma série de sentimentos e desejos associados (FEATHERSTONE, 1995).

Ao longo do caminho ao acampamento CIJAM, o silêncio predominou no grupo, apresentando uma mistura de cansaço com olhares atentos a capturar o novo. Eu fiz o mesmo e pude observar através do caminho situações que interessam a este trabalho. Ao que me consta, o Estado cubano está assentado numa identidade de “nação”, nos moldes já citados a partir de Hall (2002). Esforça-se em deixar presente as marcas da modernidade<sup>46</sup> através da combinação de política e os meios de comunicação, como nos exemplos das figuras heroicas recorrentes em *outdoors* ao longo do caminho, as propagandas políticas visuais que transmitem o sentimento de pertencimento com a territorialidade e sua história de resistência frente ao embargo norte-americano (cf

---

<sup>46</sup> Referente a se opor a Pós Modernidade, ou Modernidade Radicalizada, pois estende a todo tempo um sentimento de territorialidade e nacionalidade através das suas propagandas políticas visuais.

anexo em Fotos, I, II, III e IV). Também na van que nos conduziu, estavam pendurados diversos broches ligados aos partidos comunistas internacionais, remetendo ao intercâmbio socialista e à solidariedade própria deste modelo:

Esse eixo de sentido se refere às condições nucleares que estabelecem determinadas culturas ou nações em relação com aquelas que giram, como satélites, em volta de um centro. Diz-se assim de um país central, avançado e forte, em relação a uma nação débil e dependente (SILVA, 2011, p.72).

O interessante desse trajeto foi de ver que todo esse sentimento que perdura nas suas construções simbólicas, no que tange à resistência e ao eterno embate contra o embargo dos EUA, é relativizado quando observo dois automóveis “Boteros”, assim como uma espécie de “Tuc Tuc”<sup>47</sup>, carregando em suas antenas bandeiras norte-americanas (cf anexo em Fotos, V). Penso que, por mais que se queira balizar a imagem e o discurso totalizante da unidade do estado-nação através de um roteiro programático e fechado, existem furos ao redor dessa “bolha”.

No dia 24 de janeiro de 2016, chegando ao CIJAM, que se situava em uma zona rural de Caimito, nota-se uma extensa estrutura montada com dormitórios, refeitório, um bar, uma loja com produtos típicos e produtos de higiene, espaço para conferência, espaço de câmbio de moeda estrangeira, casas de banho, consultório médico e odontológico (cf anexo em Fotos, VI, VII, VIII, IX,X, XI, XII e XIII). A nossa chegada é aguardada por Fábio, que nos informa sobre os dormitórios em que teríamos que nos alojar, constituídos por uma divisão de gênero. Fiquei em um dormitório com quatro argentinos e um brasileiro. Fábio ainda nos alertou para o horário da nossa primeira reunião, aquela que tinha o intuito de explicar o roteiro e apresentar as demais funções que teríamos naquele período.

A nossa primeira reunião aconteceu por volta das 19h e foi estritamente dividida entre os países participantes - Argentina, Brasil e Chile. Nesse momento, Fábio nos apresentou Imará e Margarida, que seriam guias turísticas ligadas a AMISTUR que nos acompanhariam a todos os eventos. A função das mesmas não era diferente de reproduzir o discurso e reforçar os símbolos que constituem cada trajeto e roteiro que seria realizado. Fábio nos explica que a maior brigada é a do Brasil (80 brigadistas) seguida da Argentina (71 brigadistas) e do Chile (48 brigadistas), com uma média de

---

<sup>47</sup> Bicicleta com dois lugares de passageiro

idade entre os 27 aos 30 anos. Depois nos falou da responsabilidade<sup>48</sup> e das expectativas que o ICAP tinha quanto a essa brigada, com um discurso de “unidade”, tentando produzir em nós o que seria uma das prestações que tínhamos que solidificar para manter esse laço de trocas simbólicas vivas (MAUSS, 1974).

Para manter este campo simbólico atualizado, os produtores de discursos e símbolos são obrigados a se renovar. Assim, no mesmo dia, Fábio nos apresentou novos heróis da resistência, colocando a história de luta de cinco presos cubanos acusados, segundo eles injustamente, de espionagem pela justiça norte-americana<sup>49</sup>, e agora estavam libertos e de volta para Cuba, exercendo cargos importantes, inclusive na formação dessa Brigada<sup>50</sup>.

O resto deste mesmo dia foi livre para reconhecimento do local e socialização com os outros brigadistas. No entanto, percebi que não funcionou, pois esses permaneceram em seus grupos regionais, assim como foram arrumar seus pertences e cuidar de sua higiene<sup>51</sup> para dormir e se preparar para o longo dia que viria.

Na segunda feira, dia 25/01/2016, acordamos às 5h no CIJAM, com uma gravação em alto som de um galo e, logo após, músicas de autores cubanos que cantaram, e cantam até hoje, sobre a “revolução que resiste”, tais como Silvio Rodriguez e Pablo Milanez. Isso nos mantinha em consonância desde a hora que acordávamos até a hora de dormir, com a imersão no mundo socialista e “das conquistas da revolução”. Após o café da manhã, partimos ao pátio central para a primeira atividade, as boas vindas à XXIII Brigada Sul-americana.

A partir deste momento, quero destacar a proximidade<sup>52</sup> que existe entre as crenças presentes aqui na vitória e na resistência solidária do modelo apresentado em Cuba, assim como aos heróis da revolução, o enfrentamento com o embargo norte-americano e a moralidade da igualdade com as formas de elaboração dos fenômenos

---

<sup>48</sup> Acordar na hora, ter espírito coletivista, trabalhar, participar dos eventos propostos, discutir a solidariedade entre os povos internacionais socialistas, zelar pelo ambiente, socializar com o povo cubano a fim de absorver sua cultura e sua experiência socialista e etc.

<sup>49</sup> Gerardo Hernández, Antonio Guerrero, Ramón Labañino, Fernando González e René González, são agentes de espionagem para se infiltrar em células mercenárias anti-castristas nos EUA, e foram acusados de espionagem contra os EUA, acarretando em uma prisão que superou 15 anos, e que em 2014 foram libertados.

<sup>50</sup> Inclusive tinha-se no CIJAM um monumento em homenagem aos cinco (cf anexo em Foto, VI).

<sup>51</sup> A temperatura no CIJAM era baixa e seus banheiros coletivos detinham apenas de água gelada, então este era um problema diário, que acarretava num primeiro estranhamento e conflito.

<sup>52</sup> Não digo que estas práticas são práticas religiosas ou que a Brigada é uma religião ou pensada nestes moldes, mas indico proximidades à estruturação destes.

religiosos no sentido durkheimiano. É um conjunto de ritos e crenças que impõem certas formas de percepção e comportamento (DURKHEIM, 1989).

No que diz respeito a essa pesquisa, destacarei os eventos ocorridos entre os dias 25/01/2016 e 28/01/2016, em Havana, produzidos pelo ICAP. É o que melhor representa a construção simbólica de Cuba como um pólo revolucionário com eventos como atividade de boas-vindas. Uma série de eventos é programada para reafirmar a imagem preponderante da “revolução” que segue sua marcha “histórica”. São eles uma peça sobre José Martí, a III Conferência Internacional “Com todos e para o bem de Todos”, a noite cubana, a Conferência sobre campanhas midiáticas, a “Marcha das Tochas” e a visita ao Museu da Revolução. Eventos sobre os quais comentarei em seguida.

O evento que marca as boas-vindas a essa brigada foi moldado em ato e voz, nos parâmetros da coletividade e da solidariedade entre os povos, aquilo que daria consistência e razão para esse grupo de “brigadistas internacionais”, ou seja, a ideia de unidade. A organização desde início, meio e fim desse rito é pautado numa espécie de inicialização à vivência do modelo, a relação entre o indivíduo estranho com a sociedade que este almeja reconhecer e aprender. Com isso, acredito estar tratando aqui de uma espécie de culto, em que as marcas nesta organização de celebração estão nítidas a meu ver (DURKHEIM, 1989).

As categorias são representações essencialmente coletivas, elas traduzem antes de tudo, estados da coletividade; dependem da maneira pela qual essa é constituída e organizada, da sua morfologia, das suas instituições religiosas, morais, econômicas etc (DURKHEIM, 1989, p.45).

A celebração se inicia com um perfilhamento das bandeiras dos determinados países representados por seus delegados (Brasil, Argentina, Chile e Cuba), tendo a bandeira de Cuba no centro juntamente ao vice-presidente do ICAP e herói da resistência (símbolo do *habitus* socialista cubano e de seu povo), demonstrando a demarcação de suas territorialidades seguida simbolicamente em comunhão com o país que dá o exemplo da solidariedade socialista (cf anexo em fotos, XIV). O rito foi marcado por um discurso da presidente do ICAP sobre as responsabilidades e recomendações aos brigadistas de como se portar em relação aos demais eventos (prestações). Depois, puseram-se em marcha ao som do hino de Cuba até a chegada a um monumento que representa José Antonio Mella, figura sagrada em Cuba, por ser um dos assassinados pela ditadura Batista, tendo sido grande combatente. Nesse momento,

o silêncio foi predominante e o culto foi marcado pela abstenção do falar, pelo respeito ao sagrado. Sendo assim, se finalizou com uma coroa de flores sobre o monumento (cf anexo em fotos, XV e XVI), saindo todos no mesmo silêncio em que adentraram (DURKHEIM, 1989).

O respeito é a emoção que experimentamos quando sentimos essa pressão interior e espiritual produzir-se em nós. O que nos determina então não são as vantagens ou inconvenientes da atitude que nos é prescrita ou recomendada; é a maneira com que representamos aquele que não-la recomendou ou que não-la prescreve (DURKHEIM, 1989, p.261-263).

A palavra é outra maneira que não possa ser vista, ou com as coisas. O sopro emitido estabelece a comunicação; é proibido aos profanos dirigir a palavra aos seres sagrados ou simplesmente falar em sua presença (DURKHEIM, 1989, p.369).

As tardes do dia 25/01/2016 ao dia 27/01/2016 foram direcionadas à participação na III Conferência Internacional “Com todos e para o bem de Todos”. Logo de início, as recomendações eram pautadas na disciplina. Fábio apresentou os cubanos, assim como ele, como sujeitos disciplinados perante o regime em que viviam: “os horários tinham que ser cumpridos, pois assim que era na revolução e assim que é agora”. Este relacionou, nessa mesma fala, a respeito da disciplina como se fosse uma marca “sagrada” de Che Guevara para os cubanos, tendo em vista o atrelamento simbólico contínuo das figuras heroico-revolucionárias ao povo cubano e sua característica que é legado desta revolução. Utilizo-me do pensamento do urbano de Silva (2011) para situar essa característica do vínculo entre uma identidade coletiva e os sujeitos que habitam certo local:

Uma cidade, pois, é uma soma de opções de espaços, desde o físico, o abstrato e o figurativo até o imaginário. Então se torna óbvio que as “atuações urbanas”, nossa teatralidade diária, fazem com que se vincule o indivíduo a cidade, à sua cidade, de maneira permanente e performativa (SILVA, 2011, p.78).

É interessante demarcar que, após esta solenidade, tivemos uma peça teatral com crianças, as quais aparecem constantemente para representar o caminho revolucionário a partir de sua educação contínua, a respeito de José Martí e seus feitos revolucionários (cf anexo em Fotos, XVII). Assim, os brigadistas são apresentados a uma Cuba que vive atualmente dos seus feitos passados revolucionários e isso está presente no âmago de sua juventude.

Após a apresentação, passa-se a palavra para Fernando Gonzáles, uma das representações dos novos símbolos criados e recriados como heróis da resistência

cubana (cf anexo em Fotos, XVIII). Ele apresentou todos os trabalhadores do CIJAM, colocando a questão da importância do trabalho como parte da igualdade entre os indivíduos dentro de um país demarcado pela coletividade. Esse, mais uma vez, reforça a importância da brigada, ou seja, a prestação que nós temos com esse campo socialista que vem há mais de 30 anos sendo construído, assim como trazendo à tona um sentimento romântico de usufruir de um sonho como objeto palpável da experiência da unidade socialista partindo da hospitalidade e da alegria de seu povo marcado pela revolução (ROCHA PITTA, 1984). Terminou sua fala convidando-nos a conhecer a verdadeira realidade cubana e reforçou a reciprocidade no sentido da propagação dos feitos desta realidade aqui construída.

O caminho até o palácio das convenções foi marcado pelo discurso de Margarida, nossa guia, que nos contava dados sobre a qualidade de vida social dos cubanos, assim como a estrutura de conservação dos prédios, as mansões que foram expropriadas, os prédios de pesquisas científicas em medicina e farmácia, policlínicas entre outros locais que remetem também às conquistas revolucionárias. Pude observar, mais uma vez, o emaranhado de *outdoors* e pinturas em paredes evocando as conquistas revolucionárias, bem como as figuras de Camilo Cinfuegos, Che e Fidel. Essas pinturas demonstraram novamente a sistemática construção simbólica de Cuba através de seus heróis e de sua territorialidade (cf anexo em fotos, XIX, XX, XXI e XXII).

A questão da territorialidade marcada aqui por nossa guia parte da metáfora sobre o urbano e conseqüentemente uma construção simbólica sobre o mesmo. Assim, Havana é esta Havana, pois através da mudança de regime mudou-se também sua estrutura e o jeito de se viver nela. Ocorreu o rompimento com o passado marcado pela ditadura batista e se consolidou uma cidade fruto das conquistas revolucionárias (SILVA, 2011).

A cidade é um objeto construído e por construir: em permanente construção. Funciona como polis: organização racional do espaço, totalidade que institui o poder do logos (que é a razão e verdade; mas também como imaginário: cenificação de uma certa imaginária e do imaginário coletivo. Teatro cotidiano, reino do mythos, que remete à cena primitiva, que é fábula e fabulação (IMBERT, 1988 *apud*, SILVA 2011, p.240).

Objetivamente, observei que nos levar a essa conferência teve o intuito de colocar-nos numa realidade construída de revolução e resistência, esse roteiro se mostra inteiramente nos moldes do turismo romântico-revolucionário (RIDENTI, 1993; LOWY e SAYRE, 1995). Estar ali era fazer parte da vida cotidiana da construção do pensamento revolucionário, ou seja, a contraprestação era de que historicamente

estávamos juntamente com a intelectualidade mundial construindo a unidade popular internacional socialista.

Chegando ao Palácio das Convenções, as primeiras observações que tive foram em relação à grandeza e ao luxo da arquitetura que ali se mantinham e, claro, como isso está vinculado à manutenção dos ideais revolucionários, pois no salão maior tinha-se uma imagem de Ernesto Che Guevara em seu centro (cf anexo em Fotos, XVIII), assim como um estande de livros sobre a revolução e a luta dos heróis contra o cerco capitalista norte-americano. Incentivando, assim, o campo do imaginário a partir das imagens que refletem no indivíduo um campo romântico psicológico (DURAND, 1989).

A conferência iniciou com um ponto crucial de que foram os feitos de José Martí que servem e servirão, no futuro, para um projeto de internacionalização entre os povos amigos de Cuba para um mundo mais igualitário e justo. Os rumos desse projeto foram traçados nas palestras de figuras expoentes da luta popular, dentre eles nomes como o uruguaio Pepe Mujica, o líder cubano e atual presidente Raul Castro, além do religioso brasileiro de esquerda, Frei Beto, entre outros. O que aproveitei dessas primeiras falas para a participação nessa brigada é a forma do discurso ideológico de que a experiência vitoriosa da revolução, com suas características singulares e sua resistência ao cerco capitalista explorador, é exemplo para a audiência dos brigadistas como futuros propagadores desse socialismo. Ou seja, estar nesta conferência foi presenciar, através de intelectuais, uma visão sobre alternativas populares e socialistas no campo de educação, saúde e segurança. E mais, saber que nós fazíamos parte de uma unidade solidária que estava construindo um novo mundo a partir dessas experiências e, principalmente, a partir dos heróis que construíram esta ideia de unidade latino-americana, tais como Simon Bolívar e José Martí (cf anexo em Fotos, XIX).

Essa conferência teve a abertura primeiramente e repetidamente com crianças, sempre nessa contínua referência às conquistas do passado e à consolidação de seu futuro como um culto que é recriado periodicamente para fixar-se na cabeça de seus seguidores. Após a conferência, cantou-se o hino cubano com todos de pé, remetendo ao simbólico de culto, neste caso um culto ao socialismo internacionalista. Nessa mesma linha, o discurso de Fidel Castro, em uma imagem projetada num telão, foi apresentado no campo da solidariedade e da questão da internacionalidade entre os povos amigos, mas que, no campo do subjetivo e do imaginário, permite pensar na figura desse eterno líder máximo, como chamam os filiados do Partido Comunista Cubano (PCC). Seria de



ordem do sagrado, em que se cultua suas palavras e respeita seus feitos, criando-se e recriando-se este símbolo (DURKHEIM, 1989).

Nos debates de que participei nesta Conferência, em geral, aparecia a questão do embargo e a resistência econômica de Cuba perante o mundo capitalista. A mesa redonda que posso descrever como representante desta II Conferência em seus inúmeros símbolos e discursos foi composta pelos cinco heróis cubanos (Gerardo Hernández, Antonio Guerrero, Ramón Labañino, Fernando González e René González) e a Presidente do ICAP Kenia Serrano Puig. Essa mesa teve, no campo do simbólico, a sua marca preponderante. Era a primeira vez que esses cinco falavam juntos em uma solenidade após o retorno do cárcere nos Estados Unidos. Sendo assim, ali estavam presentes os seres que se tornaram símbolos de Cuba por sua resistência heroica. Nós estávamos participando desse evento histórico, ou seja, no campo da construção desse imaginário, pois também fazíamos parte da unidade socialista internacional e também pertencíamos à territorialidade cubana, também éramos “Cuba” (cf anexo em Fotos, XX e XXI).

Após a finalização das falas, abriu-se a falas, perguntas, respostas e as considerações finais. No que tange a esse momento, é importante destacar que ficou claro uma absorção desse capital simbólico revolucionário nas palavras dos delegados presentes nessa reunião, assim como os brigadistas. Ficou nítida a função da contraprestação do ICAP para com os brigadistas na fala da brigadista Rafaela, do Rio de Janeiro, que, além de se sentir contemplada com o aprendizado, reforçou o caráter do ciclo de trocas se responsabilizando com a reciprocidade futura.

É uma vitória estar presente aqui e poder escutar tudo isso que vocês estão nos dizendo, tenho muito a agradecer de fazer parte deste momento histórico, e muito aprendi aqui sobre socialismo, unidade e igualdade, sou ligada ao PSOL no Brasil e na minha cidade irei me candidatar e sem dúvida nenhuma utilizarei de toda essa experiência riquíssima, na minha vida, na campanha e no meu trabalho (Fala de Rafaela, 28/01/2016).

Algumas frases marcantes trazem à tona o reforço da manutenção da construção simbólica. Essas falas foram preponderantes para a efervescência coletiva, pela qual as palmas e palavras de ordem ecoavam no salão, remetendo, mais uma vez, ao fenômeno religioso - neste caso, um culto positivo (DURKHEIM,1974):

O imperialismo usa os recursos midiáticos para destruir isso que vemos aqui, mas somos fortes e nos mantemos é na luta, na luta de Martí, na Luta de Fidel, Che e Ramon” (Fala de Fernando González, 28/01/2016), Cuba representa um sonho, uma esperança do que é uma sociedade mais justa,

diferente do capitalismo, com avanço na vitória e na resistência, esse é o pensamento de Martí (...) Essa é a Cuba dos cubanos, a Cuba de todos, a nossa Cuba” (Fala de Gerardo Hernández, 28/01/2016).

Ao final das palmas e das palavras de ordem, os delegados se levantaram, deram as mãos e ergueram ao alto, assim como começou a tocar o hino da internacional comunista, “A Internacional”, e a maioria acompanha cantando cada um em sua língua (Português, Espanhol, Coreano, Chinês, Inglês e etc.), efusivamente (alguns até emocionados), este hino que marcou gerações na luta pelo socialismo e o comunismo (cf anexo em Fotos, XXII). Essa marca simbólica foi apresentada como um símbolo de unidade de que os brigadistas se inteiraram e se sentiram parte desse corpo. Essa era uma prática comum nos eventos de solenidade socialistas e aqui se recriava a partir da presença de novos sujeitos (brigadistas) e do símbolo da resistência inspirado nos cinco cubanos, assim como na conjuntura vivida. Relacionando com o pensamento Durkheimiano, é uma das práticas que se aproxima com a efervescência coletiva do culto positivo (DURKHEIM, 1989).

O culto não é simplesmente um sistema de signos pelos quais a fé se traduz exteriormente, é a coleção de meios pelos quais ela se cria e se recria periodicamente. Que ele consista em manobras materiais ou em operações mentais, é sempre ele que é eficaz (DURKHEIM, 1989, p.494).

Nesse mesmo sentido, na concepção de aproximar esses eventos ritualísticos a um culto nos moldes durkheimianos, participamos, na noite do dia 27/01/2016, da Marcha das Tochas (cf anexo em Fotos, XXIII, XXIV e XXV), que é um evento significativo para a revolução, a criação de um mito, um símbolo (Fidel Castro) e seus preceitos.

No dia 27/01/2016, à meia noite, a capital de Cuba, Havana, e todo o país, tinham suas ruas iluminadas pelo desfile das tochas. Como já tradicional, o evento Marcha de las Antorchas (Marcha das Tochas) é realizado ano após ano, e é extremamente simbólico, pois retoma a história de luta do povo cubano. A marcha é realizada em homenagem ao aniversário de nascimento de José Martí, fundador do Partido Revolucionário Cubano, e sua dedicação de luta pela libertação nacional. Desde 1953, é realizado este evento. Naquele ano, a atividade não foi autorizada legalmente pelo então ditador Fulgêncio Batista. Entretanto, o evento aconteceu mesmo assim, partindo da Universidade de Havana em caminhada até a Frágua Martiana. Foi organizada pela Federação de Estudantes Universitários (FEU) e outras organizações da juventude cubana. Esse fato faz da Marcha de las Antorchas ainda mais de caráter

simbólico, pois é uma construção de um rito que exprime a resistência à ditadura de Batista.

Em 1953, participaram não apenas organizações da juventude rebelde, como também as mulheres martianas e, claro, o povo cubano de modo geral. Porém, o momento mais marcante do dia 27 de janeiro de 1953 foi quando desfilavam cerca de 500 jovens tendo um homem à frente. Alguns anos depois, esse homem se tornaria um dos símbolos construídos como herói cubano e um símbolo de resistência perante o imperialismo. Seu nome: Fidel Castro, que, junto aos demais jovens, gritava as palavras de ordem da marcha, "*revolución, revolución*". Atualmente, a Marcha de las Antorchas, além de ser um evento em comemoração ao aniversário de Martí, é uma amostra do apoio da juventude cubana e de todo o povo cubano à direção histórica da revolução.

O ponto que trago para este evento, é o sentimento de unidade que estes queriam passar com este rito, desde seu início, com a espera do momento certo para acender as tochas, remetendo ao fogo que se inicia a cada comemoração do pai da revolução, José Martí, bem como as palavras de ordem puxadas pela FEU - Federação estudantil das universidades e os demais movimentos sociais, as falas das autoridades cubanas, até a peregrinação ao destino final, o Malecón<sup>53</sup>.

O que penso, aqui, é que esse campo do culto, para além das diversas simbologias que se encontram através dos seus ritos de passagem, cultos negativos no sentido do silêncio em respeito ao sagrado - falas das autoridades cubanas como os próprios heróis revolucionários, Fidel Castro em um vídeo gravado e Raúl Castro ao vivo - é que estar neste evento significava estar fazendo parte da construção socialista. Essa é a imagem que está sendo inculcada na cabeça de cada um dos brigadistas e, para além disso, estar convivendo em unidade com a "realidade" do povo cubano e com o povo que ali estava presente, reagindo de acordo com a construção simbólica do Estado cubano, misturando-se numa teatralidade que fazia desse povo o próprio símbolo imaginado (DURKHEIM, 1989; SILVA, 2011).

Na noite do dia 27/01/2016, nós tivemos uma conferência sobre a mídia e a internet com uma professora de comunicação da universidade de Havana. Ela era uma senhora dos seus 70 anos de idade e tinha em seu discurso uma paixão pela revolução. O discurso expressava a oposição ao colonizador, relação fundamental para se reforçar como nação soberana e singular (SILVA, 2011). Ficou nítido também na fala dessa

---

53 Orla da capital cubana, Havana.

comunicadora o papel que nós tínhamos de revelar, quando da chegada aos nossos países, a realidade ali vivida em Cuba não mostrada nas mídias dos outros países, as quais reforçavam em depreciar e contar uma realidade inexistente.

No dia 28/01/2016, fomos ao Museu da Revolução, a fim de conhecer e reconhecer através de seus símbolos e objetos sagrados a revolução cubana. A primeira frustração e a ruptura desse ciclo de trocas ocorreu nessa passagem. Os horários foram mal formulados e a chegada ao museu foi tardia, o que nos obrigou a passar apenas duas horas dentro deste. O museu foi visto de forma apressada, sem guia nos explicando e sem um reconhecimento pausado das etapas que sucederam este momento histórico primordial para tal visita. O museu era um campo vasto de objetos sagrados que compunham a construção simbólica daquilo que querem fazer de Cuba (cf anexo em Fotos, XXVI, XXVII, XXIII e XXIX). A expectativa por essa experiência era grande, sendo assim, percebi neste momento um conflito entre brigadistas argentinos com os organizadores do ICAP, que se desculparam pela quebra desse laço de trocas. A ocasião foi tão drástica que muitos dos brigadistas não conseguiram visitar o Granma (cf anexo em Fotos, XXX), o barco que levou Che, Fidel e Raul para adentrar o litoral cubano e prosseguirem no seu plano da revolução, um marco fundamental da “história revolucionária” cubana que vim sublinhando em capítulos anteriores. Essa perda ocasionou em diversos brigadistas a frustração da quebra da expectativa (MAUSS, 1974).

O evento chamado Noite Cubana marcou, nesse campo das trocas entre brigadistas e o ICAP, os laços de amabilidade e festividade entre culturas distintas. O intuito desse evento foi de consolidar no campo do simbólico a passagem do rito de iniciação para o vínculo com o território (CIJAM), seus trabalhadores e a cultura. É interessante destacar o intuito com que se montou as mesas de comensalidade, sua extensão e comprimento faziam com que todos estivessem de certa forma em um local de mesmo prestígio (brigadistas e diretores do ICAP). A comida típica (arroz, porco e frutas) foi dividida igualmente sem diferenciação, uma garrafa de rum para cada indivíduo, sendo todas da mesma marca e do mesmo ano, por exemplo. Isso nos remetia à simbologia da não diferenciação de classes e dos privilégios aos cargos. Ao final do evento, uma banda de salsa embalou a noite.

Procurou, agora, colocar em categorias os eventos que seguiram do dia 29/01/2016 ao dia 02/02/2016, viajando de Havana até Santa Ifigenia, cortando a ilha de norte a sul. Ocorreram visitas ao trem blindado que foi assaltado pelos guerrilheiros de

Che Guevara em Santa Clara, uma parada em uma Praça de Santa Clara, numa feira típica para a interação com o povo cubano, interação com integrantes de um CDR<sup>54</sup>, órgão de vigilância contra as atividades “contra-revolucionárias” criado após a tentativa de invasão da Baía dos Porcos por cubanos treinados pela CIA. Em Santiago de Cuba, visita ao famoso quartel Moncada, objeto da tentativa frustrada de tomá-lo por Fidel e outros jovens, que rendeu ao Comandante anos de prisão. Um encontro com os ex-combatentes da revolução, visita à Granjita, visita ao Parque Baconao, visita ao Museu e ao Mausoléu dos Mortos na Revolução, visita à casa do Caribe e a visita a uma policlínica/centro de saúde. Além desses locais, fizemos visitas ao complexo Ernesto Guevara em Santa Clara e ao monumento de Antonio Maceo em Santiago de Cuba. Por fim, o exercício do trabalho voluntário, que ocorreu fora de Havana no município de Santiago de Cuba na comunidade de Petrocasas, mas também na volta a Havana nos dias que se sucederam até a volta ao Brasil.

Antes de adentrarmos as análises dos eventos que observei, quero frisar ao longo do caminho e nas horas que ficamos no ônibus em direção às cidades desejadas e organizadas no roteiro planejado, era sistemática a explicitação nos discursos da nossa guia, do significado de cada símbolo revolucionário presente em cada localidade. Esse discurso valorizava cada imagem que evocava uma passagem da revolução, assim como as diversas imagens ao longo do caminho representadas em *outdoors* com as figuras de Ernesto Che Guevara, Camilo Cienfuegos, Fidel Castro e Raúl, com frases de efeito como “Aqui se iniciou a revolução”, “O único compromisso da revolução é com o povo”, “Unidos na construção do socialismo”, “Santiago, com o esforço de todos, venceremos” e “Santiago, rebelde antes, hospitaleira hoje, heroica sempre” (cf anexo em Fotos XXXI, XXII, XXXIII, XXXIV). Tudo isso remetendo a um simbolismo que alinhava as cidades às localidades, todas interligadas ao passado histórico, às vitórias do socialismo e aos heróis que construíram essa atual organização que se dá nessas cidades (SILVA, 2011).

O antes e o depois se tornam-se assim categorias narrativas fundamentais para contar uma cidade em seus sentidos e tecidos, históricos, topológicos, tímicos e utópicos (SILVA, 2011, p.70).

A cidade, assim, corresponde a uma organização cultural de um espaço físico e social. Enquanto tal, uma cidade tem a ver com a construção dos seus sentidos. Haveria, conforme disse, vários espaços que pontuo deste modo em uma divisão fundamental: um espaço histórico, que se relaciona com a capacidade para entendê-la em seu desenvolvimento e em cada momento; um

---

<sup>54</sup> Comitê de defesa da revolução

espaço tópico em que se manifesta fisicamente o espaço e sua transformação; um espaço tímico que se relaciona com a percepção do corpo humano, com o corpo da cidade e com outros objetos que o circundam, e outro não menos importante, o espaço utópico, onde observamos os seus imaginários, os seus desejos, as suas fantasias, que se realizam com a vida diária (SILVA, 2011, p.77).

Nesse mesmo sentido, está construída a organização simbólica destas cidades, Santa Clara e Santiago de Cuba, a partir da exploração do espaço histórico, tópico e utópico nas estruturas simbólicas montadas do “O assalto ao trem blindado” (Santa Clara) e o “O assalto ao Quartel Moncada” (Santiago) que fazem parte do nosso roteiro romântico-revolucionário para consolidar no nosso imaginário as forças que constituem determinadas cidades cubanas, símbolos da própria estrutura que é Cuba (SILVA, 2011). “O assalto ao trem blindado”<sup>55</sup> (cf anexo em Fotos, XXXV) e o “Assalto ao Quartel Moncada”<sup>56</sup> (cf anexo em Fotos, XXXVI) são resgates históricos vivos da luta

---

<sup>55</sup>El punto culminante de la ofensiva revolucionaria se consiguió con la liberación de la ciudad de Santa Clara, capital de la provincia central, por la columna del Che Guevara, después de destruir un tren blindado enviado apresuradamente desde la Habana para conter a los rebeldes, así como por el sitio de Santiago de Cuba y Guantánamo por las fuerzas de Fidel y Raúl Castro, respectivamente. Estos acontecimientos precipitaron la huida de Batista el 1ro. DE ENERO DE 1959. En tales circunstancias, los planes fraguados por el altomando militar en contubernio con la embajada norteamericana, para impedir el triunfo de las fuerzas revolucionarias se esfumaron ante la paralización del país por una huelga general convocada por Fidel Castro (GUERRA et Loyola, 2012, p.83-84).

<sup>56</sup>Essa foi à trajetória ideológica dos jovens que se uniram a Fidel Castro na luta insurrecional (...). No ano do centenário do nascimento de José Martí, o antigo plano militar de ataque ao Quartel Moncada, situado em Santiago de Cuba. A escolha se deveu a que a região oriental do país tinha se caracterizado como a mais radical politicamente, já desde as lutas de independência do século XIX, e que, portanto, mais facilmente poderia dar apoio ao movimento revolucionário. Por outro lado, Santiago de Cuba se localizava na ponta da ilha oposta a capital, onde se concentravam os principais contingentes militares do país, que demorariam certo tempo até se deslocarem para lá (...). O grupo finalmente foi composto de 168 pessoas, e a data escolhida foi o carnaval, que em Cuba se faz em julho (...). O plano militar tinha como objetivo a tomada do segundo quartel mais importante do país, a distribuição de armas ao povo, a ocupação dos principais pontos estratégicos da cidade e do estado, visando controlar assim toda a região oriental do país. Através de transmissões radiofônicas, o movimento se dirigiria ao povo explicando seus objetivos e o exportaria a aderir a ele. Proclamará como meta central a derrubada da ditadura de Batista e o restabelecimento da democracia no país. Sem problemas, todo o grupo se deslocou para Santiago, carregando o precário armamento que conseguiram com as finanças arrecadadas da venda de objetos de trabalho e pessoais dos participantes. Uma metralhadora de mão era a arma mais importante que tinham conseguido, ao lado de rifles de baixo calibre, um fuzil M-1 e revólveres. Instalaram-se num pequeno sítio conseguido pelo único combatente de Santiago de Cuba, organizaram-se nos três grupos de assalto que o plano militar previa e, às cinco horas da manhã do dia 26 de julho de 1953, iniciaram o assalto ao Quartel Moncada. A operação acabou sendo um desastre militar. A falta de coordenação entre os três grupos- um atacaria diretamente o posto de vigilância número três do quartel, enquanto os outros ocupariam o Palácio da justiça e o Hospital Civil, que circundam o Moncada- fez com que um deles se perdesse no trajeto e o número de combatentes ficasse reduzido a 87 homens. Além disso, o acaso fez com que uma patrulha de vigilância passasse pelo lugar onde o grupo de Fidel já abordava o guarda, travando-se então um imprevisto tiroteio, que acabou provando o alarma no quartel e tirou o caráter de surpresa do ataque. Rapidamente o tiroteio se generalizou, e embora os dois grupos de apoio tivessem conseguido, sem dificuldades, tomar seus objetivos, a ocupação do quartel já se fazia impossível. Fidel deu então ordem de retirada, que chegou sem problemas ao grupo dirigido por seu irmão Raúl Castro, mas o emissário que deviria comunicar a decisão ao terceiro grupo foi morto no trajeto, e os que tinham tomado o Hospital Civil acabaram cercados pelas tropas militares. Fracassou assim o assalto ao Quartel Moncada como operação militar, Os revolucionários tiveram 32 baixar fatais em combate, uma parte foi

e da ideologia da construção do socialismo, ambos mantêm sua estrutura física conservada nos mesmo moldes para não se apagar o marco vivido naquele momento crucial para a revolução. Em Santa Clara, o trem descarrilhado, alguns vagões tombados, e, no caso do quartel de Moncada, as marcas do assalto como partes destruídas e furos de bala nas paredes, marcas da estratégia de guerrilha, da coragem e do heroísmo dos revolucionários. Nesse evento, apresentaram-nos também que o Quartel Moncada se tornou uma escola atualmente. A visita serviu, nesse sentido, para mostrar os avanços do socialismo realocando um símbolo histórico de combate em um símbolo das conquistas revolucionárias - a educação.

É interessante colocar que, ao longo da viagem e nas paradas nos hotéis, por motivo de descanso, ocorreu mais uma quebra do laço de trocas. Isso foi se acumulando como frustração, o que causou desconforto a alguns brigadistas. O ocorrido foi que a expectativa da contraprestação foi contrariada principalmente no sentido da revolução em suas conquistas morais e naquilo que no imaginário dos brigadistas se pautava na igualdade de classes, gênero e etc. O fato ocorreu no saguão do hotel em que éramos hóspedes em Santiago de Cuba, quando houve um “desfile” de mulheres para senhores de idade estrangeiros, seminuas e claramente relacionadas à prostituição. A quebra do laço de contraprestação foi de ver que num país em que se dizia pautar pela igualdade, construía-se simbolicamente livre de mazelas do capitalismo, como a própria prostituição e exploração das mulheres. Os membros do ICAP ignoraram a situação, fazendo vista grossa e desconversando.

A parada numa feira típica em Santa Clara foi no intuito dos brigadistas se socializarem com a imagem simbólica do “autêntico” povo cubano, ou do que é Cuba/Santa Clara a partir de seus integrantes. Nesse espaço que se relaciona com a percepção do corpo humano, com o corpo da cidade e com outros objetos que o circundam se formava o espaço utópico da construção simbólica do imaginário que ali se explicitava enquanto relação de hospitalidade, da alegria do povo cubano, da teatralidade de uma sociabilidade mais harmoniosa, na divisão das suas dádivas, como tomar cerveja em uma panela dividida entre todos, além de partilhar uma dança (SILVA, 2011, p.77). É importante colocar que esta é um arranjo simbólico explorado pelo Estado cubano e seus meios de comunicação. Não foi diferente nesse roteiro. A

---

presa e outra conseguiu fugir para a zona da cordilheira da Sierra Maestra, inclusive Fidel Castro. Mas eles não estavam preparados para dar início a uma guerra de guerrilha rural, nem tinha nessa época uma alternativa militar ao fracasso do assalto ao Moncada. Assim, pouco a pouco, foram sendo descobertos e presos pelas forças militares (SADER, 2001, p, 27-29).

nossa programação, combinada ou não com os integrantes desta feira, colocou-nos em contato direto com esse campo simbólico e isso foi uma contraprestação que preencheu determinadas expectativas criadas no imaginário do visitante (MAUSS, 1974).

Na noite de 30/01/2016, em Santiago de Cuba, visitamos os CDR<sup>57</sup> (cf anexo em Foto, XXXVII e XXXVIII) que são determinados moradores eleitos para vigiar e cuidar da segurança de uma rua na qual ele próprio habita. O intuito dessa visita era de conhecer um dos pilares da conquista revolucionária, para além de educação e saúde: a segurança. Isso nos mostraria que, a partir do envolvimento verdadeiro da população com a própria regulação e aplicação das leis, os espaços estariam livres da violência em geral. O roteiro teve seu sucesso no que tange a reforçar o imaginário que Cuba, apesar de pobre economicamente, utiliza-se de sua população singular e de *habitus* socialista para atingir níveis de segurança inigualáveis em qualquer país do primeiro mundo.

O evento foi marcado pelo transparecer da sociabilidade harmônica, da hospitalidade, em que os moradores desta determinada rua que visitamos se reuniram junto da casa e do morador que representava o CDR. Ofereceram-nos comidas e bebidas típicas, além de dançarem conosco. Isso nos remeteria novamente à ideia de um povo cubano alegre e hospitaleiro. Quero destacar que aqui está presente um forte apelo simbólico à construção das cidades a partir dos indivíduos que a habitam, pois cuidar da cidade, do bairro e da rua é cuidar de si próprio e de seus familiares, isso está nos pilares da construção simbólica do que é ser socialista e revolucionário:

O individuo urbano se faz, pois, sujeito competente na medida em que atualiza os diversos contratos sociais que lhe o outorga o ser urbano de uma cidade, porém tais convênios passam pela cenificação territorial. Em tal nível

---

<sup>57</sup>Es una organización de masas que tiene dentro de sus objetivos movilizar a todo el pueblo en las tareas de defensa de la Revolución y de las conquistas del socialismo, mediante el trabajo directo con las personas y las familias de la comunidad. Antes de la fundación de los CDR, existían varias organizaciones con diferentes fines, las que quedaron unificadas con la creación de la nueva organización de masas que une a todas las comunidades y al pueblo y defiende por igual sus intereses. Se fundó el 28 de Septiembre de 1960 en un acto público celebrado frente al Palacio Presidencial (hoy Museo de la Revolución), presidido por Fidel Castro Ruz. La estructura de los CDR es de carácter territorial, y se organiza a los fines de su dirección en: la cuadra, zonas, municipios, provincias y nación. En la instancia nacional los órganos y organismos de dirección son: Congreso, Dirección y Secretariado Ejecutivo. Cuenta con unos 7 600 000 miembros, ciudadanos mayores de 14 años de edad, requisito indispensable para ingresar en la organización. El coordinador nacional actual es Carlos Miranda Martínez (Partido Comunista de Cuba. Disponible em: <[http://www.pcc.cu/opm\\_cdr.php](http://www.pcc.cu/opm_cdr.php)>. Acesso em 26 de julho de 2016).



ele se realiza como urbano e sua atuação ou atuações corresponderão a à mesma teatralização que leva implícita a vida da cidade (SILVA, 2011, p.77).

Nesta estrutura de se apresentar os ganhos e manutenções do ideal preconizado pelos heróis da revolução, vemos o roteiro se formar no campo da exaltação da organização e o funcionamento dos serviços de saúde em Cuba. Na tarde do dia 02/01/2016, visitamos uma policlínica da cidade de Santiago de Cuba (cf anexo em Fotos XXXIX). Esta foi guiada por um médico, que nos mostrou a estrutura, assim como o atendimento que, segundo ele mesmo, era diferente de outros lugares do mundo. O tratamento não era de forma hierarquizada e tinha um teor humanista que destacava o “fazer” medicina em Cuba. Saber cuidar era saber se envolver com o paciente, remetendo-nos novamente à propaganda de um *habitus* cubano, como vocacionado para igualdade e hospitalidade pela influência histórica da revolução.

As visitas ao complexo escultórico Ernesto Che Guevara (em Santa Clara) e ao monumento de Antonio Maceo (em Santiago de Cuba), organizam-se nesta pesquisa na mesma categoria, a de culto positivo e negativo em referência ao sagrado. O evento se se deu nos mesmos moldes rituais, com discursos ideológicos e imaginativos a respeito destes heróis revolucionários (cf anexo em XL e XLI). Segundo Durkheim, “por que o que define o sagrado é que ele é sobreposto ao real; ora o ideal responde à mesma definição: não se pode pois explicar um sem explicar o outro” (DURKHEIM, 1989, p.499). Já as apresentações musicais seriam um tipo de culto negativo, marcado pelo silêncio solene em respeito à figura reverenciada.

Na chegada ao complexo em Santa Clara, os visitantes se deparam com um *outdoor*, com a imagem da boina de Che e, em destaque, a estrela que se fixava nesta. Ao fundo, a bandeira de Cuba de pano de fundo com as seguintes palavras: “Foi uma estrela quem te pôs aqui” (cf anexo em Foto, XLII). Relacionado a um domínio sagrado e ao sentido da construção da sociedade cubana a partir dos seus heróis, neste mesmo quesito, está a estátua de Ernesto Che Guevara colocada num pilar de mais de 8 metros de altura, com ele em seu típico uniforme de guerra, empunhando sua arma e olhando ao horizonte, com as palavras que o marcaram: “*Hasta la victoria siempre*”(cf anexo em imagem, XLIII), remetendo à contínua produção e à reprodução do ideal revolucionário que marcam os pilares da formação simbólica da sociedade cubana atual:

Por que uma sociedade não é constituída simplesmente pela massa dos indivíduos que a compõem, pelo solo que ocupa, pelas coisas de que se serve, pelos movimentos que realiza, mas, antes de tudo, pela idéia que ela faz de si

mesma (...). Uma sociedade não pode criar-se nem recriar-se sem criar, ao mesmo tempo, alguma coisa de ideal (DURKHEIM, 1989, p.500)

No momento em que se adentra ao mausoléu de Ernesto Che Guevara, impera ao culto o caráter de negatividade, em que a abstinência da fala e o respeito ao ambiente sagrado é imposto como regra. Ali não se pode adentrar de vestimentas curtas, não se pode tirar fotos e tem-se que se comportar de maneira séria e introspectiva. Dentro do mausoléu, existe uma espécie de museu que conta a história do Che antes, durante e pós-revolução, em que o intuito é deixar-se receber tais informações atreladas aos sentimentos do culto ligados à emoção e à psique, reflexos da efervescência coletiva que este ambiente provoca (DURKHEIM, 1989). O intuito aqui é também das pessoas que ali estão presentes absorverem este sentimento vivo e essas informações, para que no seu retorno possa transformar a partir deste conhecimento e subjetividade o seu local de origem.

A vida coletiva, quando atinge certo grau de intensidade, desperta o pensamento religioso, é por que ela determina um estado de efervescência que muda as condições da atividade psíquica. As energias vitais são super excitadas, as paixões mais vivas, as paixões mais vivas, as sensações mais fortes; existem algumas inclusive, que só se produzem neste momento. O homem não se reconhece, sente-se como que transformado e, por conseguinte, transforma o meio que o cerca (DURKHEIM, 1989, p.499).

A categoria “Trabalho voluntário” foi iniciada e executada como última atividade desse percurso interno em Cuba. Às oito horas do dia 02/01/2016, adentramos uma construção chamada de Petrocasas (cf anexo em Fotos, XLIV). Tínhamos como obrigação, no campo das trocas simbólicas, colocar-nos junto dos demais trabalhadores e exercer algum tipo de função que contribuísse para a construção e a implementação dessas habitações. A execução do trabalho voluntário teve sua continuidade no CIJAM e suas proximidades, nas manhãs dos dias 4, 5 e 6 de fevereiro, no intuito de contribuir e adiantar o trabalho diário dos agricultores do alojamento e proximidades (cf anexo em Fotos, XLV, XLVI, XLVII, XLVIII e XLVIX).

Fazendo uma análise da importância dessa troca simbólica em que o brigadista presta sua maior dádiva, que é o seu próprio corpo e sua disposição ao trabalho, posso entender que essas experiências foram fundamentais para a conclusão deste ciclo, apesar de muitos não terem tato e aptidão para plantar, construir, pintar casas e etc. O intuito aqui, nesta brigada, foi muito mais de construir simbolicamente um sentimento de pertencimento com o território cubano, seus ideais, seu povo, diferente das brigadas dos

anos 70 aos anos 90, que tinham um caráter econômico preponderante, assim como o consentimento do laço de trocas estava sendo fortalecido, pois após receber a dádiva dos cubanos, o papel dos brigadistas é retribuir para a manutenção desse laço e, neste caso, os brigadistas exerceram essa função. Tanto na construção civil quanto nos trabalhos agrícolas, a execução foi ligada ao comprometimento da retribuição e o sentimento de pertencimento à territorialidade e ao próprio socialismo. (MAUSS, 1974).

Para além do trabalho voluntário, a volta aos arredores de Havana e ao CIJAM foram repletas de atividades, as quais entram no campo da responsabilidade e do simbólico romântico- revolucionário, que se encaixa no “lazer de desenvolvimento pessoal” (DUMAZEDIER, 2004) ou o “processo civilizador” de Elias (1990). Tivemos conferências sobre política exterior da revolução cubana e o modelo econômico atual, encontros com organizações políticas e estudantis, etc.

Já o último evento da programação da XXIII Brigada Sul-americana foi a “Noite Sul-americana”, que é no campo das trocas simbólicas obrigação final, ou seja, a retribuição da dádiva em terreno ainda socialista. Esse evento foi marcado pela sociabilidade entre os próprios brigadistas, primeiro na elaboração do evento, em que cada nação devia elaborar e efetivar uma “apresentação cultural”, acarretando, assim, no trabalho de produzir e apresentar essa caracterização de seu espaço nativo e em uma maior interação entre os brigadistas (cf anexo em Fotos, L, LI, LII E LIII), algo que não ocorreu durante a viagem pelos inúmeros eventos e responsabilidades que marcaram este lazer de desenvolvimento de personalidade (DUMAZEDIER, 2004).

No domingo do dia 07/02/2016, o grupo deixou o CIJAM e retornaram todos os brigadistas para seus países de origem. Após um mês da nossa viagem, marcou-se um evento na ACJM com o intuito de os brigadistas de 2016 apresentarem para os associados e convidados às avaliações e relatos dessa experiência. É interessante colocar aqui, sem me alongar, que tal apresentação cumpriu o dever da reciprocidade, os relatos foram pautados na autoridade de se ter ido a Cuba e principalmente ter visto a “verdadeira” Cuba, diferente do que se apresentava nas mídias do nosso país.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Procurei, neste trabalho, abordar os conceitos de imaginário, consumo, identidades, ritos e construções simbólicas a partir das formas, das práticas e da fundamentação do lazer e do turismo em Cuba. O intuito foi de colocar em consonância esses conceitos para travar um debate acerca das representações que se fazem de Cuba em diversos campos e como estas são resgatadas para formação de uma propaganda destinada ao lazer de turismo.

A partir da introdução e do primeiro capítulo, fiz uma abordagem teórica do que embasou a minha pesquisa empírica nas coletas de materiais, dados e na própria experiência da observação participativa. Meu marco teórico apreendeu a discussão a respeito de modernidade, pós-modernidade, globalização e como a sociedade cubana se insere nesse estágio temporal e social, diante de suas inúmeras particularidades, de um lado no campo da modernidade e de outro na pós-modernidade.

Nos capítulos de análise, tratei das formas de propaganda, em que estas se colocam de diversas formas para atingir seus objetivos, neste caso, criar desejos a determinados grupos para se conhecer a ilha socialista. As formas de lazer e se fazer o lazer foram tratadas para identificar o caso estudado a partir da propaganda midiática, das agências e principalmente de se consumir o destino turístico que seria Cuba, assim como as discussões travadas sobre a história de Cuba e principalmente os modelos de turismo implementados ao longo dos tempos, antes e depois da revolução.

Procurei também demonstrar a forma de se propagar Cuba nos campos do turismo convencional e de um turismo atravessado pelo imaginário romântico-revolucionário. Busquei mostrar as diversas formas que atingem diversos públicos-alvo, visitando agências de viagens assim como agentes que propagam o lazer na sua forma particularmente simbólica e imagética, tanto nas agências, guias, quanto nos recursos utilizados pelo Estado cubano.

Ao final, procurei tratar da minha experiência no “trabalho de campo”, na XIII Brigada Sul-americana em Cuba, sobre o tipo de “lazer de desenvolvimento de personalidade” e “aprendizado cultural/civilizatório”. Neles, a necessidade de dar, receber e retribuir, nos conceitos de Marcel Mauss, ampliam a questão de uma viagem de turismo e refletem obrigações/prestações e contra obrigações/contra prestações em um intuito de doação a partir dos ritos e formas simbólicas que ali constituem esta modalidade de entretenimento.

Entre idas e vindas, foi nesta pesquisa que encontrei a modalidade que mais se aproximava de um tipo de turismo no qual prevalece a atração das imagens que “romantizam” - no sentido do afeto e da idealização - um processo histórico. Empreendimento que explora as particularidades advindas dos ritos e cultos cívicos, que se aproximaram do culto religioso, segundo a concepção de Durkheim, e da motivação para além do puro hedonismo típico do consumismo moderno, segundo Campbell (2001), quando se é “obrigado” a realizar atividades de turismo que compreendem aulas, trabalho voluntário e um roteiro rigoroso que exige certa disciplina.

A exploração do campo simbólico do pertencimento a um espaço nacional uno, a imagem romântica de uma Cuba parada no tempo e seu contínuo enfrentamento e resistência aos cercos das potências capitalistas refletem um imaginário de diferença e de singularidade com que deseja se mostrar ao resto dos países. Corresponde a um misto de uma cultura nostálgica, mas também progressista, que insiste em resguardar uma tradição que é historicamente recente (a revolucionária) alinhada a uma cultura popular mais longínqua (a tradição local e suas origens). Nesse sentido, revolve os sentidos da identidade nacional que marcaram a formação dos estados-nação em vários territórios, como tratado por Stuart Hall (2002).

Cuba está, então, em contradição à forma mais contemporânea do poder, aquele “desterritorializado”, tipo que impera, segundo Bauman, na era pós-panóptica. Ela ainda está ligada à territorialidade, contrariando as tendências globalizantes de ignorá-la e mesmo de aniquilá-la, ou absorvê-la. Contraditoriamente, também utiliza o mesmo artifício de representação, aquele que afirma a particularidade extraordinária do povo que vive naquela ilha, para seduzir tanto os turistas típicos do consumo capitalista quanto os turistas atraídos por uma visão romantizada e militante, como os brigadistas.

Por fim, as cenas observadas no trabalho de campo, durante minha estada na brigada, em determinados momentos demonstraram que Cuba, mesmo assim, não é imune às tendências mais gerais das quais aparentemente ela teria se distanciado nas décadas do seu processo “histórico-revolucionário”.

## REFERÊNCIAS

MENDES, Angela. *Revolução e guerra civil na Espanha*, São Paulo: Brasiliense, 1981.

ABAD, Annayka Alfonso e GUTIERREZ Ailed Rosales : *Etapas dell dessarolo del turismo en Cuba*. Encontrado em <<http://www.monografias.com/trabajos64/etapas-desarrollo-turismo-cuba/etapas-desarrollo-turismo-cuba3.shtml>> acesso em <30 de março de 2015.

BANDEIRA, Luiz Alberto Muniz. *De Martí a Fidel: A revolução cubana e a América Latina*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2009.

BAUMAN, Zigmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

BERGER, Peter. *A revolução capitalista*. Editora Itatiaia, Belo Horizonte, 1992.

BOBES, Velia Cecilia. *Los Laberintos de la Imaginación: repertorio simbólico, identidades y actores del cambio social em Cuba*. México: El colégio de México, 2000.

BROSSAT, Alain. *À l'Est, la mémoire retrouvée*, Paris: Éd. la Découverte, 1990

BOURDIEU, Pierre. *O poder simbólico*. Rio de Janeiro: Difel, 1989.

CAILÉ, Alain. *Antropologia do Dom: O terceiro paradigma*. Petrópolis: Vozes, 2002.

CAMPBELL, Colin. *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*, Rio de Janeiro. 2001

CAMELLÓN, Ariagnis Pérez e CAMPOS Hazzel Oro. *EL Turismo, fenómeno social em ascenso. Evolucion concepciones y singularidades em cuba*, TURYDES, Havana, Julho de 2012.Vol 5 Numero 12.

CAMURÇA, Rodrigo. *Turismo em Cuba: uma Abordagem do Imaginário e da Hospitalidade*. Juiz de Fora: UFJF, 2013.

CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto. *O trabalho do antropólogo*. São Paulo: UNESP, 2000.

DUMAZEDIER. Joffre. *Lazer e cultura popular, Perspectiva*, São Paulo: Perspectiva, 2004.

DURKHEIM, Émile. *As formas elementares de vida religiosa*. São Paulo: Paulinas, 1989.

DENKER, A. *Hospitalidade cenários e oportunidades*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2003.

DURAND, G. *As estruturas antropológicas do imaginário*. Lisboa: Editorial Presença, 1989.

- ELIAS, Norbert. *O Processo civilizador: uma história dos costumes*. Rio de Janeiro: Zahar, 1990.
- FEATHERSTONE, Mike. *Cultura de consumo e pós modernismo*/Mike Featherstone; Tradução Julio Assis Simões. São Paulo: Studio Noel, 1995.
- GIDDENS, Anthony. *As consequências da modernidade*. São Paulo: UNESP, 1991.
- GUERRA, S e LOYOLA, O. *Cuba una historia*. Havana: Ocean Sur, 2012.
- GODBOUT, Jacques T. *O espírito da dádiva*. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1999.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós modernidade*, Rio de Janeiro, DP e A. 2002
- HEMINGWAY, Ernest. *Por quem os sinos dobram*. São Paulo, 1976.
- IANNI, Octavio. *A sociedade global*. 4ª ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1996. (p.9-52, 69-88)
- LEACH, Edmund R. Ritualization in man in relation to conceptual and social development, In: LESSA, Willian e VOGT, Evan F, (orgs.) *Reader in comparative religion*. New york, Harper e Raw, 1972. p.333-337.
- LÖWY, M. e SAYRE, R. *Revolta e melancolia ¾ o romantismo na contramão da modernidade*. Petrópolis, Vozes, 1995.
- MORAIS, F. *A Ilha*. São Paulo: Alfa-Omega, 1976
- MAGNANI, José Guilherme Cantor. *Quando o Campo é a cidade: fazendo antropologia na metrópole*. São Paulo: EDUSP, 1996.
- MAUSS, M. Ensaio sobre a Dádiva. In: *Sociologia e Antropologia Volume II*. São Paulo, Edusp, 1974. p.37-184.
- OURIQUES, H, R. *A produção do turismo: fetichismo e dependência*. Campinas, SP: Alínea, 2005.
- PADURA, Leonardo. *O homem que amava os cachorros*. São Paulo: Boitempo, 2013.
- PERALVA, Osvaldo. *O retrato*, Porto Alegre: Globo, 1962.
- PUICERCÚS, Luis Vásquez. *Brigadistas en Cuba*. Madrid: El Garaje, 2014.
- RIDENTI, M. *O fantasma da revolução brasileira*. São Paulo, Ed. Unesp, 1993.
- RIDENTI, Marcelo. *Brasilidade revolucionária*. São Paulo: UNESP.2010.
- ROCHA, Everardo. *Totem e consumo: um estudo antropológico de anúncios publicitários*, In: *Revista ALCEU*, v.I, n.I, 2000, p. 18-37.

ROCHA PITTA, Danielle Perin, *O imaginário e a simbologia da passagem*; organizado por Danielle Rocha Pitta, Recife: Editora Massagana, 1984.

SADER, E. *A Revolução Cubana*. São Paulo: Moderna, 1985.

SADER, E. *Cuba: um Socialismo em construção*. São Paulo: Vozes, 2001.

SANTOS FILHO, J. *Ontologia do turismo: estudo de suas causas primeiras*. Caxias do Sul: Educs, 2005.

SILVA, Armando. *Imaginários Urbanos*. São Paulo: Perspectiva, 2001.

THOMPSON, Jonh B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*, Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1998.

URRY, J. *O Olhar do Turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel: SESC, 1999.

WACQUANT, Loic. *Corpo e Alma: notas etnográficas de um aprendiz de boxe*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

< [http://www.pcc.cu/opm\\_cdr.php](http://www.pcc.cu/opm_cdr.php) >. Acesso em 26 de julho de 2016.

< <https://verbiclara.wordpress.com/tag/playa-giron/> >. Acesso em 03 de março de 2016.



## **FONTE DOCUMENTAL**

MINISTÉRIO DO TURISMO DE CUBA/AUTÉNTICA CUBA. *Cuba en tus manos*. Sevilha: Escadón, 2012.

MINISTÉRIO DO TURISMO DE CUBA/AUTÉNTICA CUBA. *Destinos*, Havana: Escadón, 2013.

GRUPO FOLHA. *Guia Visual Cuba*. São Paulo: Publifolha, 2012.

SAINSBURY, B. e WATERSON, L. *Lonely Planet Cuba - Guia da Cidade*. São Paulo: Globo Editora, 2012.

CUBATUR. *Folder Cuba le celebra*. Varadero: Cubatur, 2013.

CUBA PLUS. *Revista Cuba Plus*. Toronto: Taina Communications, 2010.

MINISTÉRIO DO TURISMO DE CUBA/CUBA DESTINOS. *Destino del caribe*. Havana: Mintur, 2013.

GRAN CARIBE. *Guia técnica*. Toronto: Gran Caribe Grupo Hoteleiro, 2003.

GRAN CARIBE. *Villa Ojimar..* Toronto: Gran Caribe Grupo Hoteleiro, sem data.

PARADISO TURISMO CULTURAL. *Conozca Cuba atraves de su cultura*. Havana: Cuba Artex, 2013.

INSTITUTO DE AMIZADE ENTRE OS POVOS. *Habanera: La revista de Cuba y sus amigos*. Havana, ICAP, 2008.

## ANEXOS

### FONTE DE IMAGENS:

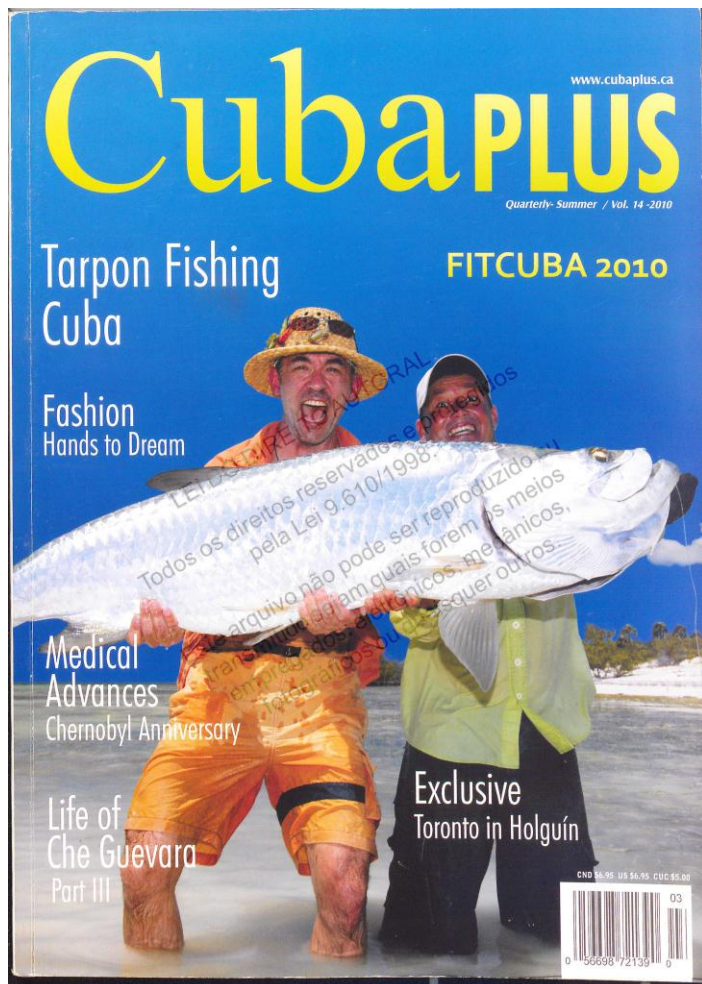
Imagem I:



Legenda: Representação do turismo globalizado e massificante em Cuba a partir da função do *lazer* de descanso.

Referência: GRAN CARIBE. *Villa Ojimar*.. Toronto: Gran Caribe Grupo Hoteleiro, sem data, p.03.

Imagem II:



Legenda: Representação do turismo globalizado e massificante em Cuba a partir da função do *lazer* de divertimento, recreação e entretenimento alinhada à função do descanso.

Referência: CUBA PLUS. *Revista Cuba Plus*. Toronto: Taina Communications, 2010, p.01.

Imagem III:



Legenda: Representação do turismo de cunho “romântico- revolucionário” a partir da função do *lazer* de desenvolvimento da personalidade.

Referência: SAINSBURY, B. e WATERSON, L. *Lonely Planet Cuba - Guia da Cidade*. São Paulo: Globo Editora, 2012, p. 02-03.

Imagem IV:



Legenda: Representação do turismo de cunho “romântico- revolucionário” a partir da função do *lazer* de desenvolvimento da personalidade.

Referência: SAINSBURY, B. e WATERSON, L. *Lonely Planet Cuba - Guia da Cidade*. São Paulo: Globo Editora, 2012, p. 06-07.

Imagem V:



## A energia jovial de Santa Clara

**19** Coloque à prova suas ideias preconcebidas a respeito do país nos arredores da cidade. Santa Clara é tudo que você pensou que Cuba não era. Estudantes eruditos, uma vida noturna agitada, criatividade ousada e hospedagem em casas com mais relíquias que os museus de arte. Não perca o show de *drag queens* do Club Mejunje (p. 256) e enturme-se com os estudantes engajados da La Casa de la Ciudad (p. 251). Ensaio de músicos, La Casa de la Ciudad, Santa Clara, acima

Legenda: Representação do turismo de cunho “romântico- revolucionário” a partir da função do *lazer* de desenvolvimento da personalidade.

Referência: SAINSBURY, B. e WATERSON, L. *Lonely Planet Cuba - Guia da Cidade*. São Paulo: Globo Editora, 2012, p.13.

Imagem VI:



### A herança revolucionária cubana

**8** Uma escapada improvável de um iate naufragado, guerrilheiros barbudos seguidores do estilo de justiça de Robin Hood e uma clássica luta aos moldes de Davi x Golias que foi ganha pelos (muito) fracos e oprimidos: a guerra revolucionária de Cuba lembra o roteiro de um filme de Steven Soderbergh. Mas melhor que assistir nas telonas é a oportunidade de visitar pontos históricos da Revolução. Pouco mudou nos últimos cinquenta anos no ponto de desembarque do *Granma* e no quartel-general de Fidel no topo da montanha em Comandancia de la Plata (p. 373). Mural de Che Guevara, Havana, acima

Legenda: Representação da propaganda que se vincula a um turismo militante a partir da resistência revolucionária, seus símbolos e heróis.

Referência: SAINSBURY, B. e WATERSON, L. *Lonely Planet Cuba - Guia da Cidade*. São Paulo: Globo Editora, 2012, p.09.

Imagem VII:



### Pôsteres revolucionários e arte mural

**18** Embora a sinalização em Cuba seja marcada no chão, (não faltam pôsteres a favor do socialismo, retratando a "batalha de ideias" e o rosto de Fidel Castro.) Em um país sem publicidade explícita, os *outdoors* se tornaram o meio de preservação da propaganda política. É impossível viajar por Cuba sem deparar com um lema de Che, um cartaz de desprezo aos *yanquis* ou um poema quase bíblico exaltando as virtudes heroicas de José Martí. Seja qual for seu posicionamento em meio a esse bombardeio, (tal expressão artístico-política é parte integrante do interior de Cuba.) *Outdoor de Che Guevara. Cienfuegos*

Legenda: Representação da propaganda que se vincula a um turismo militante a partir da resistência revolucionária, seus símbolos e heróis.

Referência: SAINSBURY, B. e WATERSON, L. *Lonely Planet Cuba - Guia da Cidade*. São Paulo: Globo Editora, 2012, p.13.



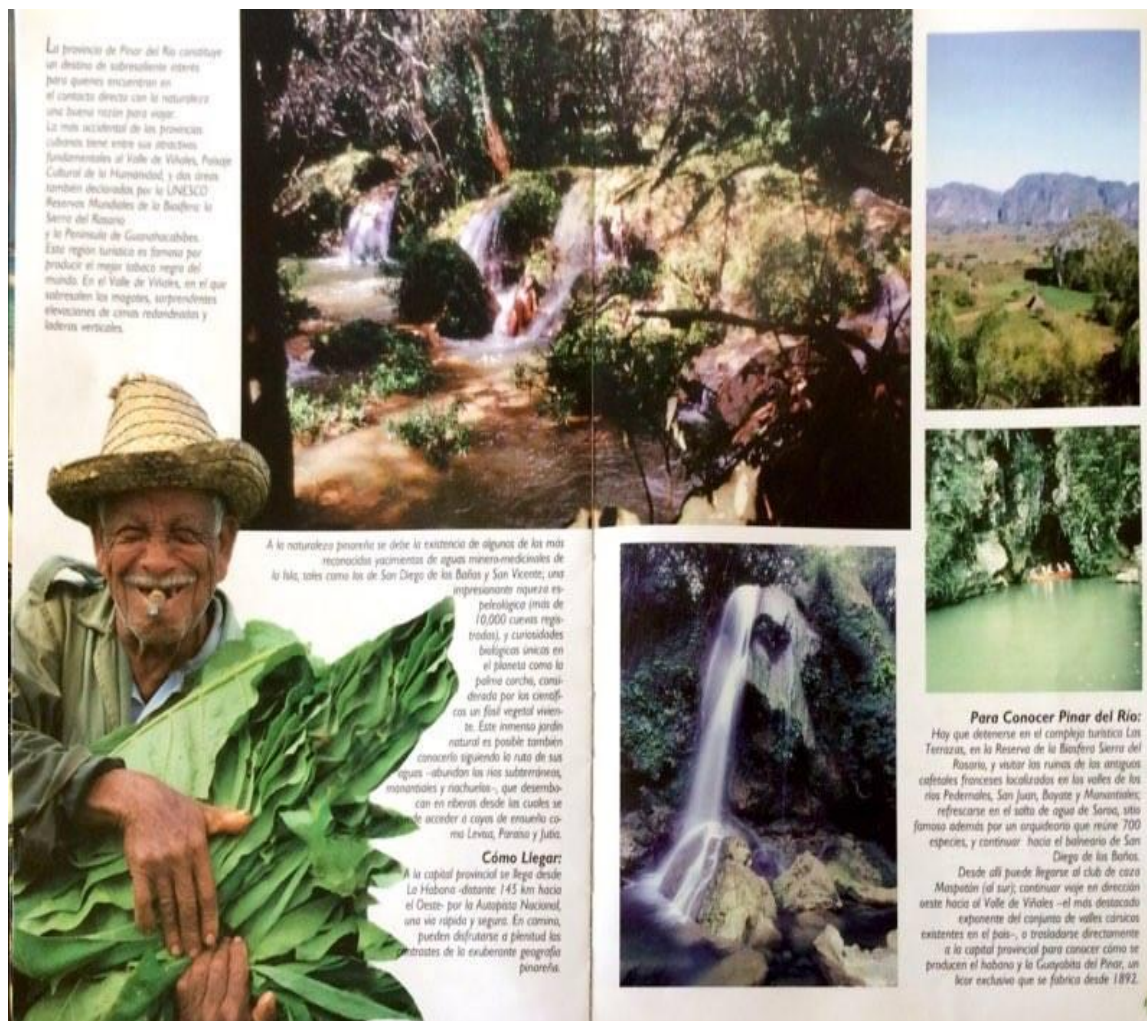
Imagem VIII:



Legenda: Representação da propaganda que se vincula a um turismo militante a partir da resistência revolucionária, seus símbolos e heróis.

Referência: <<https://verbiclara.wordpress.com/tag/playa-giron>>. Acesso em 03 de março de 2016.

Imagem IX:



Legenda: Lazer de descanso e entretenimento, no qual se vincula o sujeito alegre e trabalhador como uma imagem construída de Cuba.

Referência: MINISTÉRIO DO TURISMO DE CUBA/CUBA DESTINOS. *Destino del caribe*. Havana: Mintur, 2013, p.10-44.

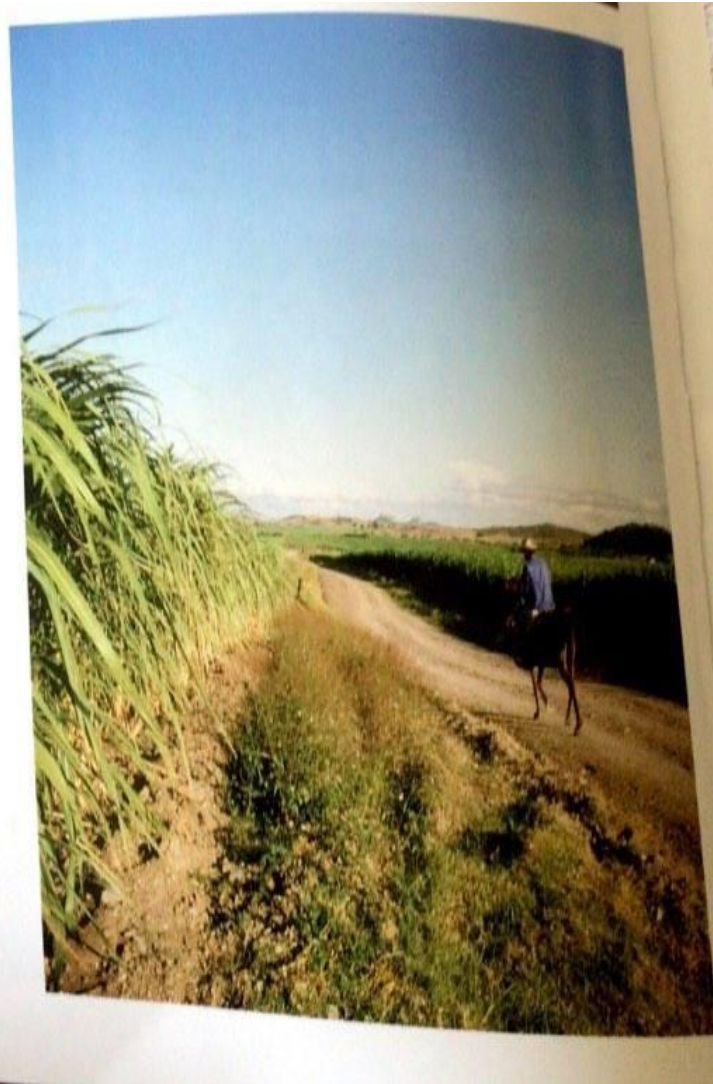
## Imagem X:

La simbólica Torre Manaca-Iznaga, desde donde se domina el Valle de los Ingenios, llamado así por la existencia de cerca de medio centenar de fábricas de azúcar hacia finales del siglo XVIII; las playas Ancón y María Aguilar; el Salto del Caburni -en la zona montañosa de Topes de Collantes-, son rincones que no pueden dejar de visitarse.

Como tampoco puede desaprovecharse la oportunidad de conocer la Cueva de las Calaveras, ir de pesquería al Lago Zaza, asidua sede de torneos de pesca de la trucha o probar suerte en los cotos de caza existentes en la región.

### Restauración:

La Casa de la Gallega, la Finca Ma. Dolores, las haciendas Codina y Los Molinos y los restaurantes Manaca-Iznaga y Mi Retiro sirven platos de la cocina cubana; el Ristorante Allegro, cocina italiana. Pescados y mariscos se ofrecen en Los Almendros, y cocina internacional en Trinidad Colonial. El Jigüe se especializa en carne de aves.



Legenda: Lazer de descanso e entretenimento, no qual se vincula o sujeito alegre e trabalhador como uma imagem construída de Cuba.

Referência: MINISTÉRIO DO TURISMO DE CUBA/CUBA DESTINOS. *Destino del caribe*. Havana: Mintur, 2013, p.10-44.

Imagem XI:

19

**Varadero**  
**Tentação de mar**  
Favorecida pela natureza, que lhe concedeu o dom do encanto, Varadero é a mais bela das praias cubanas. O balneário deslumbra o visitante pelo atractivo do seu amplo litoral; a limpeza e a fineza da sua areia; o sortilégio do seu pôr-do-sol e a diversão das suas noites. A sua localização, perto dos centros urbanos de La Habana e Matanzas, possibilita aos visitantes um acesso fácil por terra, mar e ar.



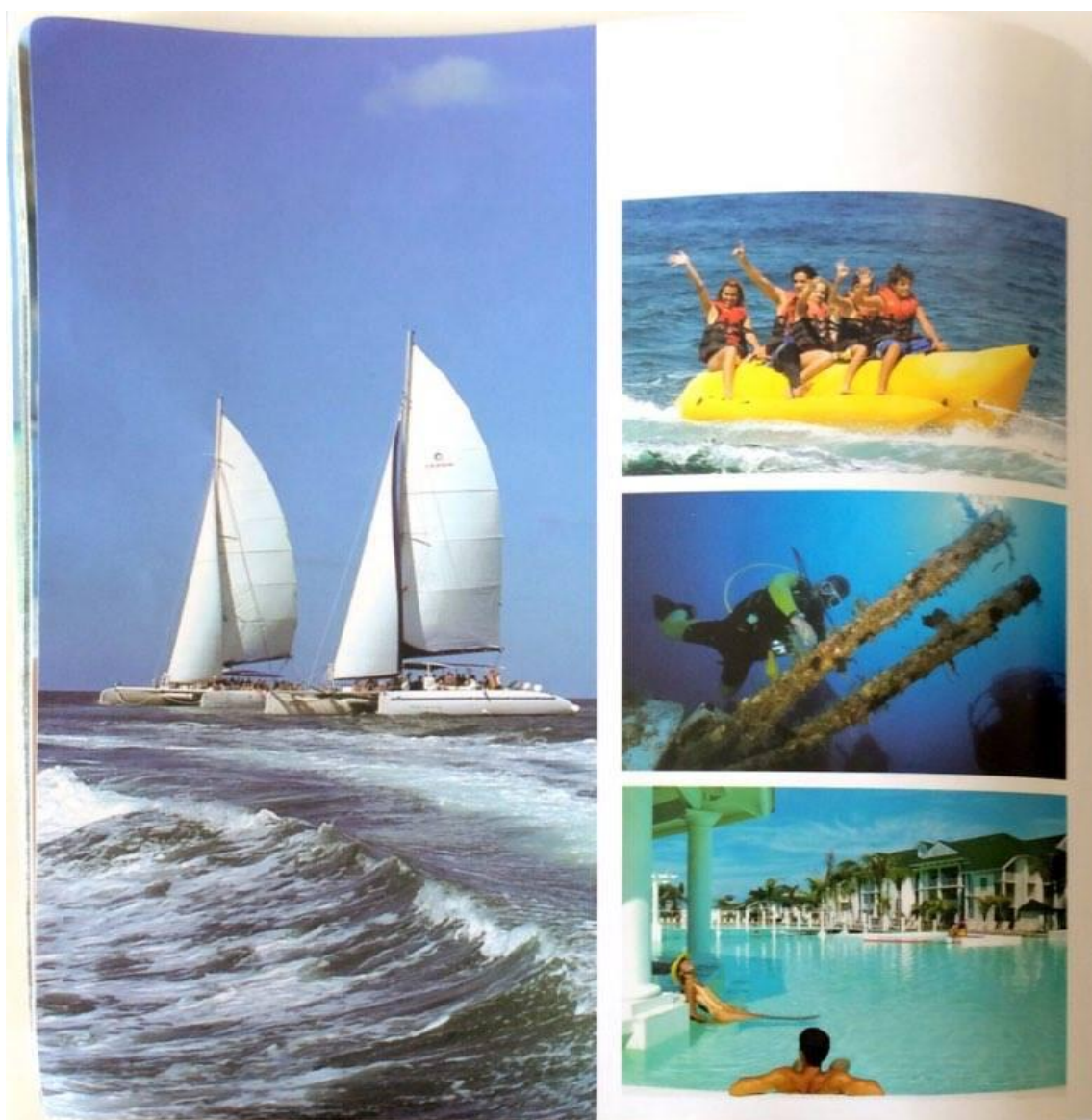
**Lugares de interesse**  
Varadero é coração de praia e alma de diversão. Conheça-la é chegar também a cada um dos seus lugares e desfrutá-los plenamente. O **Parque Josone** é magnífico para a distração e o descanso. O seu lago, as árvores, a placidez do ambiente e a variada oferta gastronómica, captam o viajante. Quando se trata de música e dança, o **Mambo Club** é o lugar adequado: Música cubana ao vivo unida a uma oferta variada de bebidas e refeições ligeiras. Para os amantes do golfe: **Varadero Golf Club**, um magnífico campo de 18 buracos, par 72 com um ambiente e umas condições óptimas para o bom desenvolvimento de um jogo sem precedentes. O **Cabaret Tropicana** brinda uma amostra incalculável de cultura e identidade através da música e da dança.



Legenda: Lazer de descanso e entretenimento nas províncias de Varadero, Cayo Largo e Jardíns Del Rey.

Referência: MINISTÉRIO DO TURISMO DE CUBA/AUTÉNTICA CUBA. *Destinos*, Havana: Escadón, 2013, p.19.

Imagem XII:



Legenda: Lazer de descanso e entretenimento nas províncias de Varadero, Cayo Largo e Jardíns Del Rey.

Referência: MINISTÉRIO DO TURISMO DE CUBA/AUTÉNTICA CUBA. *Destinos*, Havana: Escadón, 2013, p.20

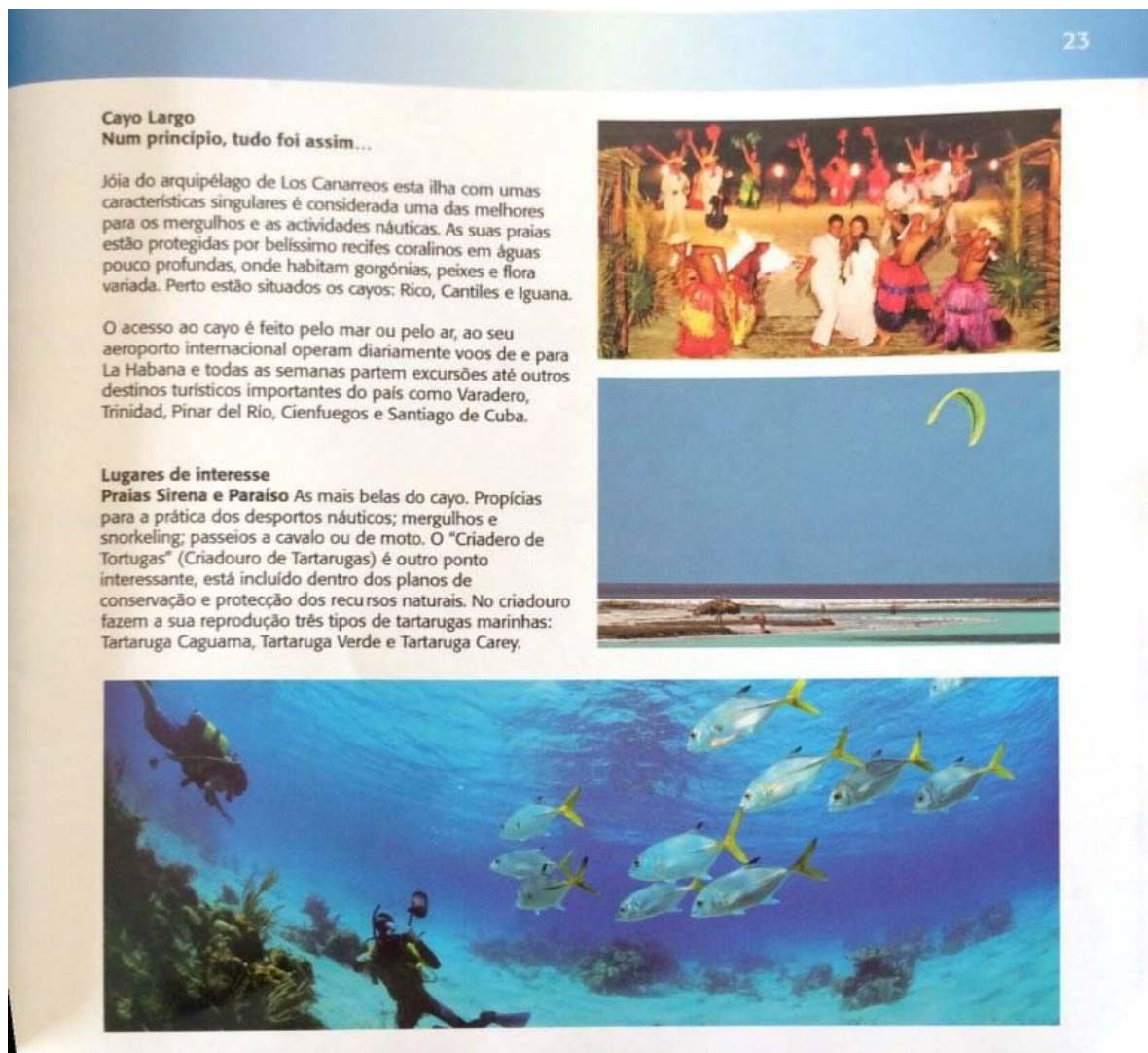
Imagem XIII:



Legenda: Lazer de descanso e entretenimento nas províncias de Varadero, Cayo Largo e Jardines Del Rey.

Referência: MINISTÉRIO DO TURISMO DE CUBA/AUTÉNTICA CUBA. *Destinos*, Havana: Escadón, 2013, p.21.

Imagem XIV:



Legenda: Lazer de descanso e entretenimento nas províncias de Varadero, Cayo Largo e Jardíns Del Rey.

Referência: MINISTÉRIO DO TURISMO DE CUBA/AUTÉNTICA CUBA. *Destinos*, Havana: Escadón, 2013, p.19.

Imagem XV:


**Cabaret Tropicana** Extrahoteleras



El más famoso e internacional cabaret cubano de todos los tiempos, tropical, abrió sus puertas en 1939 y desde entonces brilla en la noche habanera con su escenario bajo las estrellas, su exuberante vegetación, impactantes espectáculos al estilo de los cincuenta, y ese cuerpo gigantesco y colorido de bailarines, cantantes, figurantes, músicos y vocalistas, que imprimen un sello inigualable de cubanía a sus fabulosos shows. Pero **Tropicana** es también un restaurante de alta cocina, una cafetería de primera calidad y el otro cabaret, Arcos de Cristal, con una permanente oferta de la mejor música Cubana.

*Cuba's most famous and international cabaret of all times opened its doors in 1939, and since then has brightened Havana's skylines with its exotic stage under the stars, exuberant vegetation striking shows with 50's flavors and its impressive troupe of dancers, vocalists, musicians and extras whose fabulous performances are marked by their uniquely Cuban style. **Tropicana** is also the site of a gourmet restaurant, a top-notch cafeteria, and the Arcos de Cristal cabaret where you can always enjoy the best Cuban music.*

	Capacidad / Capacity
Salón Bajo las Estrellas	1000 plazas / seats
Salón Arcos de Cristal	500 plazas / seats
Restaurante Los Jardines	100 plazas / seats
Café Rodney	80 plazas / seats



Dirección / Address: Línea del Ferrocarril y 72  
Marianao, Ciudad de La Habana, Cuba.  
Tel: (537) 267 1717 / 267 1010 Reservas  
Fax: (537) 267 0109  
E-mail: comercial@tropicana.gca.tur.cu



**TROPICANA**

20

Legenda: Cabaret Tropicana, um turismo de espetáculo que se equipara a qualquer circo do mundo.

Referência: GRAN CARIBE. *Guia técnica*. Toronto: Gran Caribe Grupo Hoteleiro, 2003, p.20.



Imagem XVI:

Restaurant - Bar FLoridita Extrahoteleras



Desde hace más de siglo y medio, el Restaurante Bar Floridita preside la esquina de las concurridas calles habaneras Obispo y Monserrate. Considerado uno de los bares más lujosos y acogedores de Cuba, **El Floridita** nació para trascender y lo logró. Prestigioso a nivel mundial por la excelencia de sus servicios y la marcada referencia del escritor norteamericano Ernest Hemingway, **El Floridita** es hoy uno de los lugares de La Habana al que es preciso visitar para disfrutar de su exquisito Daiquiri.

For over a century and a half, **El Floridita** has stood majestically at the crowded intersection of Obispo and Moserrate in Havana. One of Cuba's most elegant and welcoming bars, **El Floridita** was meant for greatness and fulfilled its promise. World renowned for its excellent service and for being one of Ernest Hemingway's favorite hang-outs, **El Floridita** is a most for every visitor in Havana who wishes to taste the exquisite Daiquiri cocktail.

	Capacidad / Capacity
Restaurante Floridita	90 plazas / seats
Bar Floridita	70 plazas / seats
Restaurante Gentiluomo	60 plazas / seats

Dirección / Address: Obispo No. 557 esq. a Monserrate, La Habana Vieja.  
Tel: (537) 867 1301 / 867 1299  
Fax: (537) 33 8856  
E-mail: floridita@flori.gca.tur.cu



21

Legenda: Bar Floridita, local luxuoso e atrativo pela história e as pessoas ilustres que conviveram nesta localidade.

Referência: GRAN CARIBE. *Guia técnica*. Toronto: Gran Caribe Grupo Hoteleiro, 2003, p.21.

Imagem XVII:

**Varadero Baile**  
 Único centro especializado en Varadero ubicado en la conocida primera Ave. y calle 35, donde usted puede recibir clases y cursos de bailes cubanos, salsa, rumba, cha-cha-cha y danzón impartidos por especialistas de alto nivel profesional. Recibirá información sobre los eventos internacionales de bailarines "Baile en Cuba" y "Varadero Baile", espacio ideal para el encuentro de las academias de baile de todo el mundo. Horario de clases: 09:00, 11:30, 14:30 y 17:00.  
 Servicios incluidos según el programa comprado:

- Sesiones de clases de 120 minutos cada una
- Transfer en bus.
- Botella de agua de 500 ml por
- Diploma, CD de música cubana, bonus free para actividad nocturna, promociones de Varadero Baile.

**abc academia baile en cuba**  
 Único centro especializado en Varadero, donde puede aprender salsa y otros ritmos cubanos. Los bailes y cursos se imparten por profesionales graduados del sistema de enseñanza artística de Cuba.

www.baileencuba.com / www.varaderobaile.com | E-mail: comercial@paradiso@serviartex.es /  
 Tel: 0053 45 614758 / 614759 / 612506 | Payments on line: www.laformaapago.waridars.com/

**Paradiso**  
 CONOZCA CUBA A TRAVÉS DE SU CULTURA

**PROYECTO MUSICAL Buena Vista**  
 ¡Un recuerdo para siempre!

Desde el 2006 cada semana en Varadero.  
 Proyecto Musical ganador de un premio Grammy y reconocido mundialmente desde su presentación en el Teatro Carnegie Hall de New York en 1998. Agrupa importantes figuras de la más pura tradición musical cubana en armoniosa fusión con los valores que conforman este proyecto. Desde el 2006 se presenta cada semana en Varadero, siendo el producto nocturno más demandado por los turistas y ofrecen cinco alternativas de programas para el disfrute de los clientes que pueden incluir:

- 90 minutos de Concierto
- Transfer en bus o en autos de época
- Encuentro con los músicos
- Cena a la carta en Mansión Xagadó
- Asientos reservados en primera zona

Worldwide famous Grammy award musical project since 1998 Carnegie Hall concert. The project make up of important figures representing the purest Cuban Musical Tradition. Since 2006 every week become the most demanded night musical product in Varadero and offering tourists 5 different options to take part in such remarkable event that includes:

- 90 minutes concert
- Dinner a la carte in Xagadó Mansion
- Transfers in buses or old American cars
- Reserved seats in preference zone
- Meeting with Musicians

Legenda: Turismo cultural, vivenciando Cuba através da cultura e da atemporalidade de seus músicos, automóveis e sociedade.

Referência: PARADISO TURISMO CULTURAL. *Conozca Cuba através de su cultura*. Havana: Cuba Artex, 2013.

Imagem XVIII:

### HAVANA NIGHT



Excelente oportunidad para un recorrido nocturno por la capital de Cuba, donde se combinan historia y modernidad con su andar tropical, un clima pleno de sabor cubano y distinción.

**Included services:**

- Visit to two Guinness records: the biggest cigar and the biggest rum in the world.
- Visit National Hotel of Cuba History Hall.
- Walking tour by old Havana squares.
- Dinner in old Havana.



Excellent chance for a night tour by the Capital of Cuba where history and modernity combine in a tropical lifestyle. Authenticity of tastes, Cuban essences and distinction.

**Included services:**

- Visit two Guinness records: the biggest cigar and the biggest rum in the world.
- Visit National Hotel of Cuba History Hall.
- Walking tour by old Havana squares.
- Dinner in old Havana.

### ACHE MATANZAS SAFARI CULTURAL



Singular aventura cultural en autos de época en bus a través de las raíces aborígenas, españolas y afrocaribeñas de la conocida "Atenas de Cuba", la impresión de su huella en la historia, religión, cultura y eventos cotidianos de los matanzeros.

**Servicios incluidos:**

- Parada en mirador en mirador del Parque de Río Cañal.
- Visita al castillo "San Severino" - Museo Unesco de la ruta del esclavo.
- Visita a la "Ermita de Monserrate".
- Visita opcional al "Cabello Cabejada".
- Regreso panorámico por el centro histórico de Matanzas.
- Visita a la catedral "Guandarao".
- Recorrido por el sendero "Emboscado" hacia el complejo de atracciones y puerto "Las Moras" - siglo XVIII.
- Almuerzo incluido en "La Amoleida", tiempo libre para paseo a caballo y bolos.



Singular cultural adventure in bus or old American cars across Aborigines, Spanish and Afro-Cuban roots of the so called "The Athens of Cuba". Its traces in the history, religion, culture and Matanzas people everyday life. Included services:

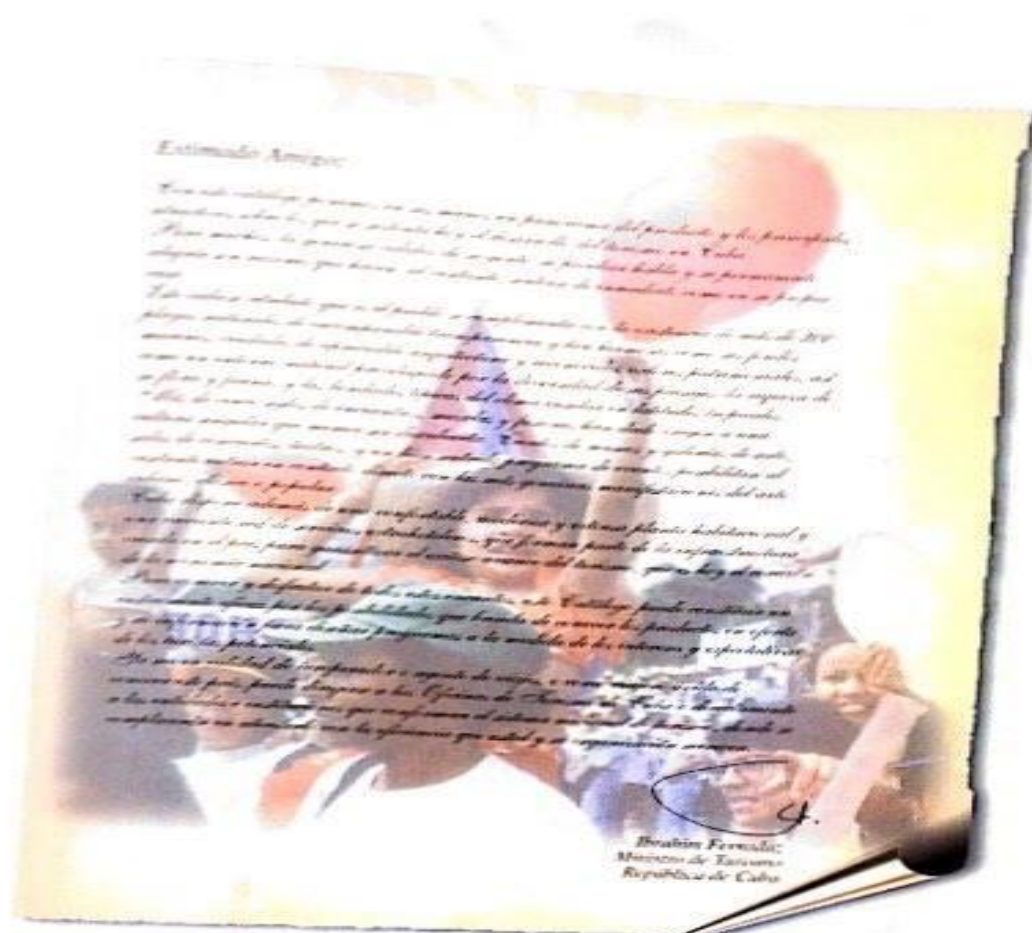
- Stop in the Cañal river viewpoint.
- Visit San Severino castle - The African slave route UNESCO museum.
- Visit the Monserrate chapel and viewpoint.
- Optional visit to "Cabello Cabejada".
- Panoramic tour of the Matanzas historic center.
- Visit "Guandarao" church.
- "Emboscado" trail walking tour up to "Las Moras" warehouses and port XVII century Cuban lunch in "La Amoleida", spare time for horses and bolos.




Legenda: Turismo cultural, vivenciando Cuba através da cultura e da atemporalidade de seus músicos, automóveis e sociedade.

Referência: PARADISO TURISMO CULTURAL. *Conozca Cuba através de su cultura*. Havana: Cuba Artex, 2013

Imagem XIX:



Legenda: Imagem do povo cubano em comemoração ao dia do trabalho e ao socialismo sobreposto a carta do editor e Ministro do Turismo Ibrahim.

Referencia: MINISTERIO DO TURISMO DE CUBA/CUBA DESTINOS. *Destino del caribe*. Havana: Mintur, 2013, p.02.



Legenda: Exploração da imagem dos heróis cubanos como ponte para criar desejos de conhecer Cuba através de seus heróis e sua história.

Referência: CUBA PLUS. *Revista Cuba Plus*. Toronto: Taina Communications, 2010, 18-19.

Imagem XXI:



The Batista regime fell finally on New Year's Day 1959. On January 2nd, Comandante Che Guevara went from Santa Clara to Havana, where he occupied the military fortress of La Cabaña, under orders of Fidel Castro. In addition to calling a general strike, Fidel Castro also ordered that Che and Camilo Cienfuegos control the situation in Havana and counter the actions of reactionary elements who might try to prevent the consolidation of the victory of the Revolution after the escape of Dictator Fulgencio Batista.

"We have demonstrated that a small group of men, who are determined, supported by the people and

without fear of dying... can overcome a regular army... There is another lesson for our brothers in America, economically in the same agrarian category as ourselves, which is that we must make agrarian revolutions, fight in the fields, in the mountains, and from here take revolution to the cities, not try to make it in the latter without a comprehensive social content."

**To be concluded in Issue 15.**

Legenda: Exploração da imagem dos heróis cubanos como ponte para criar desejos de conhecer Cuba através de seus heróis e sua história.

Referência: CUBA PLUS. *Revista Cuba Plus*. Toronto: Taina Communications, 2010, 19-20.

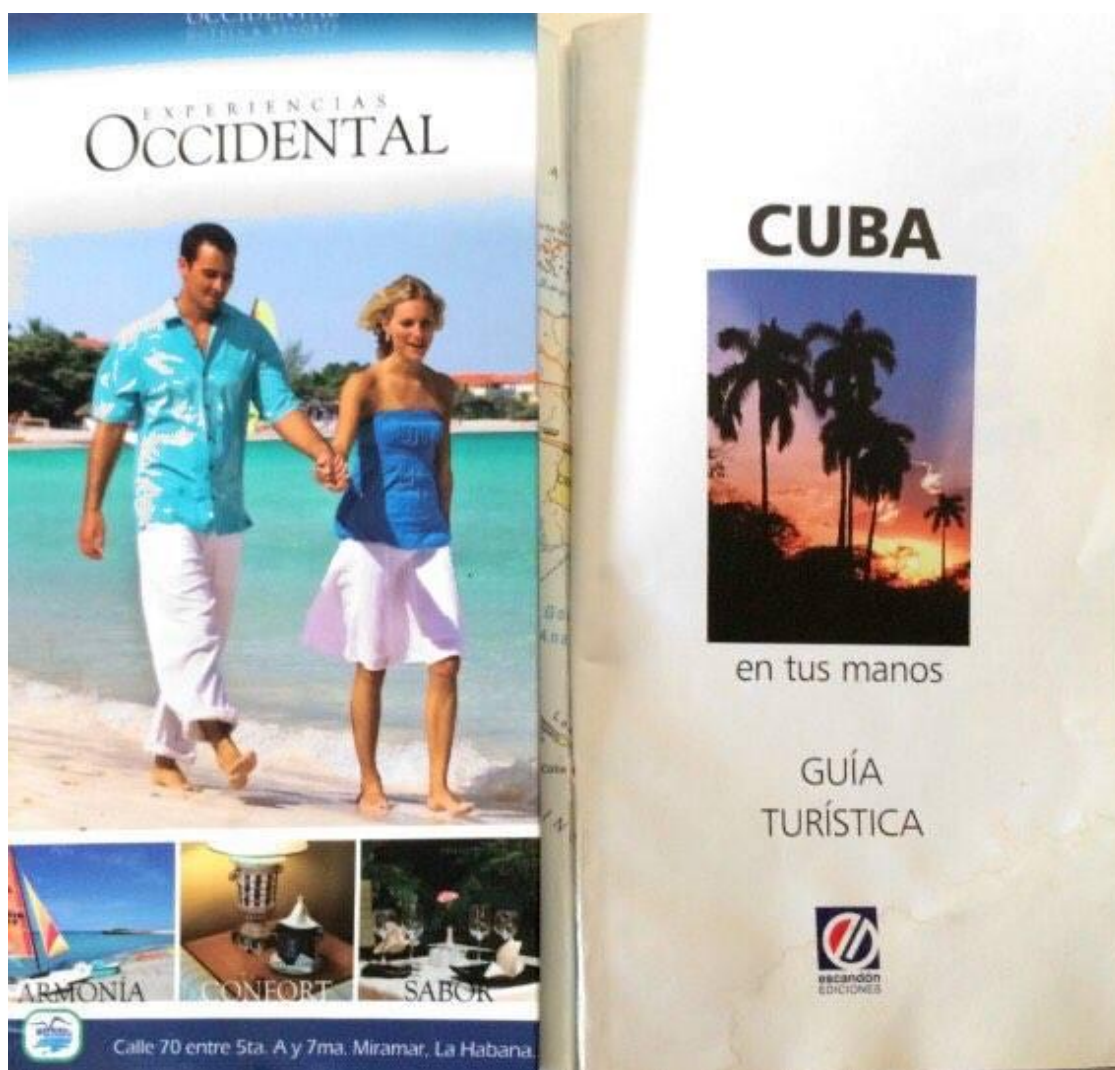
Imagem XXII:



Legenda: A arte sendo mostrada como fonte de turismo, e mais, como conquista continua da revolução, pois coloca jovens ligados a arte da dança.

Referência: MINISTÉRIO DO TURISMO DE CUBA/AUTÉNTICA CUBA. *Destinos*, Havana: Escadón, 2013, p.65.

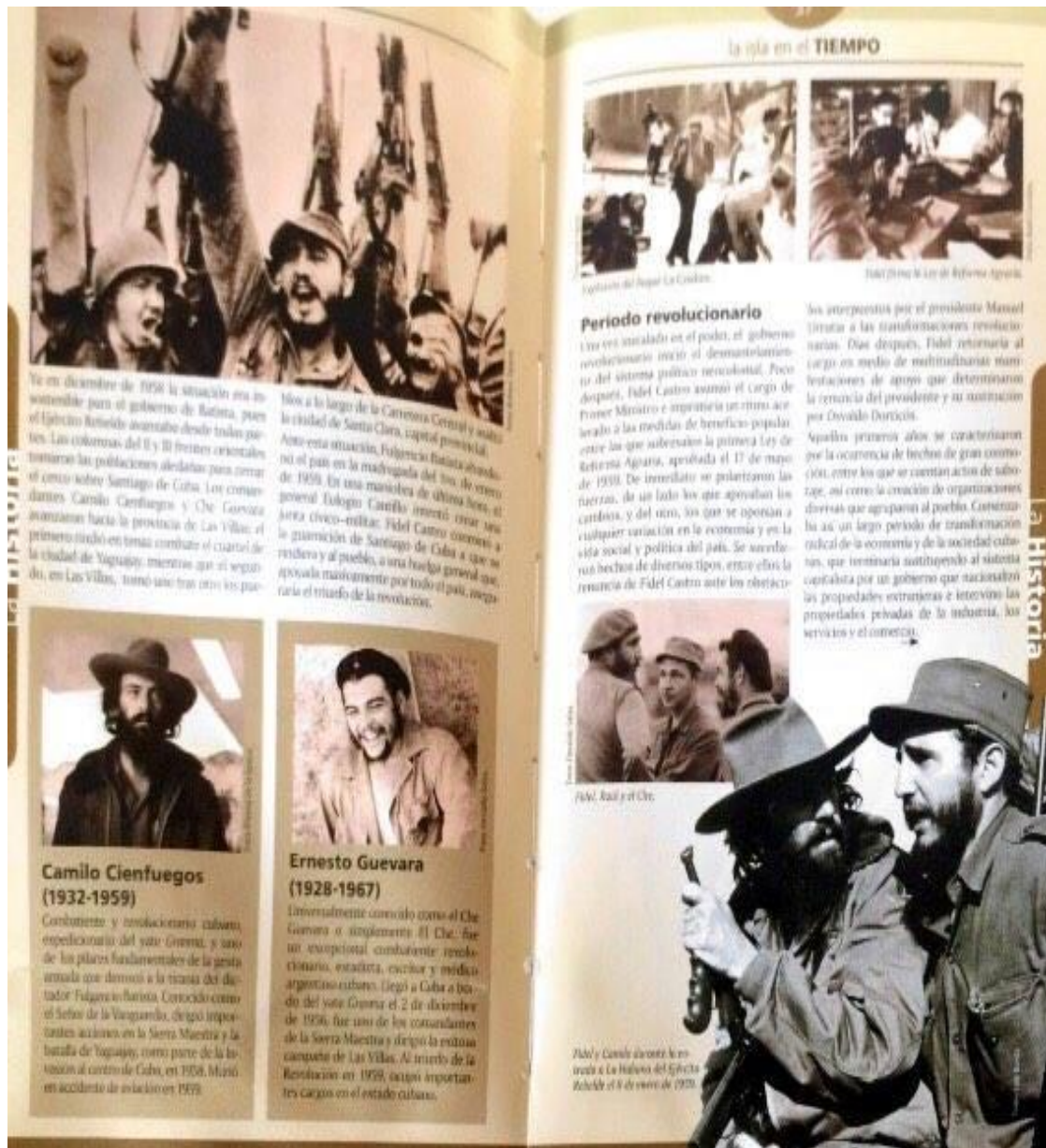
Imagem: XXIII



Legenda: Guia “Cuba en tus manos”, onde se reflete um turismo político ligado às estruturas e aos maquinários turísticos que se equiparam a qualquer um do mundo.

Referência: MINISTÉRIO DO TURISMO DE CUBA/AUTÉNTICA CUBA. *Cuba en tus manos*. Sevilha: Escadón, 2012, p. 01-02.





Ve en diciembre de 1958 la situación era insostenible para el gobierno de Batista, pues el Ejército Rebelde avanzaba desde trópicos. Las columnas del II y III frentes orientales tomaron las poblaciones aledañas para cerrar el cerco sobre Santiago de Cuba. Los comandantes Camilo Cienfuegos y Che Guevara avanzaron hacia la provincia de Las Villas: el primero condujo en tren el combate el cuartel de la ciudad de Yaguajay, mientras que el segundo, en Las Villas, tomó uno tras otro los pue-

bllos a lo largo de la Carretera Central y asaltó la ciudad de Santa Clara, capital provincial. Ante esta situación, Fulgencio Batista abandonó el país en la madrugada del 1 de enero de 1959. En una manifestación de victoria, el general Dámaso Carillo anunció crear una junta cívico-militar. Fidel Castro comenzó la guarnición de Santiago de Cuba a que se redujera al pueblo, a una huelga general que apoyó masivamente por todo el país, asegurando el triunfo de la revolución.



**Camilo Cienfuegos (1932-1959)**

Comandante y revolucionario cubano, expedicionario del yate *Guerra*, y uno de los pilares fundamentales de la gesta armada que derrocó a la tiranía del dictador Fulgencio Batista. Conocido como el Señor de la Vaguardia, dirigió importantes acciones en la Sierra Maestra y la batalla de Yaguajay, como parte de la liberación al centro de Cuba, en 1958. Murió en accidente de aviación en 1959.



**Ernesto Guevara (1928-1967)**

Universalmente conocido como el Che Guevara o simplemente El Che, fue un excepcional combatiente revolucionario, estadista, escritor y médico argentino cubano. Llegó a Cuba a bordo del yate *Guerra* el 2 de diciembre de 1956, fue uno de los comandantes de la Sierra Maestra y dirigió la milicia campesina de Las Villas. Al triunfo de la Revolución en 1959, ocupó importantes cargos en el estado cubano.

la isla en el TIEMPO



Expulsión del Ángel La Ciguatera.



Fidel firma la Ley de Reforma Agraria.

**Periodo revolucionario**

Una vez instalado en el poder, el gobierno revolucionario inició el desmantelamiento del sistema político neocolonial. Poco después, Fidel Castro asumió el cargo de Primer Ministro e imprimió un ritmo acelerado a las medidas de beneficio popular entre las que sobresalen la primera Ley de Reforma Agraria, aprobada el 17 de mayo de 1959. De inmediato se plantearon las fuerzas, de un lado las que apoyaban los cambios, y del otro, las que se oponían a cualquier variación en la economía y en la vida social y política del país. Se sucedieron hechos de diversos tipos, entre ellos la renuncia de Fidel Castro ante las objeciones

los argumentos por el presidente Manuel Urrutia a las transformaciones revolucionarias. Dos después, Fidel retornaría al cargo en medio de multitudinarias manifestaciones de apoyo que determinaron la renuncia del presidente y su sustitución por Osvaldo Dorticos.

Aquellos primeros años se caracterizaron por la ocurrencia de hechos de gran importancia, así como la creación de organizaciones diversas que agruparon al pueblo. Comenzaba así un largo período de transformación radical de la economía y de la sociedad cubanas, que terminaría sustituyendo al sistema capitalista por un gobierno que nacionalizó las propiedades extranjeras e intervino las propiedades privadas de la industria, los servicios y el comercio.



Fidel y Camilo.



Fidel y Camilo durante la resistencia a La Habana del Ejército Rebelde el 8 de enero de 1959.

Historia

Legenda: Guia “Cuba en tus manos”, refletindo a propaganda turística vinculada à revolução.

Referência: MINISTÉRIO DO TURISMO DE CUBA/AUTÉNTICA CUBA. *Cuba en tus manos*. Sevilla: Escadón, 2012, p. 36-37.

Imagem: XXV

**Cuba  
con todos sus  
Sentidos**

CIUDADES HOSPITALARIAS y playas de fina arena blanca. Casas coloniales en un entorno natural. Sensaciones inolvidables en hoteles de lujo. Espectos Paradísicos, selectos Meliá, divertidos Sol y confortables TRYP. Múltiples servicios, platos para disfrutar experiencias de viaje diferentes y productos exclusivos. Limpere Royal Service. Cuidado VIP con coches, spas, restaurantes de energía y resortes especialidades culinarias. Ceba con todos sus Sentidos.

*Flamingo* MELIÁ TRYP Sol Hoteles

HAVANA & SANTIAGO DE CUBA: Bora Bora | Mela Havana | Topy Habana Libre | Mela Santiago de Cuba | **VARADERO**: Fingertos Proxima del Mar | Paraisos Varadero | Mela Las Americas | Mela Varadero | Mela Las Antillas | Mela Península Varadero | Mela Marre Varadero | Sol Sendero Caribe | Sol Palmaro. **CAJON DE BATAVIA**: Mela Casa de la Madra | Mela Las Flores | Mela Casa Solitaria | Mela Casa Coco | Sol Casa Largo | Sol Pedroni | Sol Casa Linda | Mela | Sol House Suites | Sol Casa Coco | Topy Casa **WILLAGA**: Pinar del Rio de Oro | Sol Rio de Oro y Marra.

MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL CUBA Cuba

[www.cubaturismo.com](#)

BUROS DE TURISMO DE HAVANA

QR code

Legenda: Guia “Cuba en tus manos”, refletindo o turismo de descanso e entretenimento que se equipara a qualquer feito no mundo.

Referência: MINISTÉRIO DO TURISMO DE CUBA/AUTÉNTICA CUBA. *Cuba en tus manos*. Sevilla: Escadón, 2012, p. 20-21.

Imagem: XXVI

Hoteles Iberostar en Cuba - un lujo sólo al alcance de las estrellas. Estrellas como tú.

Iberostar Plaza Alameda, Varadero, Cuba

El lujo es sólo para quienes saben disfrutarlo. Disfrutar de un lujo sólo al alcance de las estrellas. Estrellas como tú. Disfruta siempre como estrella.

LA GRAN MARCA DE HOTELES EN CUBA. EL MEJOR TURISMO DE CUBA. EL MEJOR TURISMO DE CUBA. EL MEJOR TURISMO DE CUBA. EL MEJOR TURISMO DE CUBA.

Iberostar Hotels & Resorts

Disfruta siempre como estrella

IBEROSTAR  
HOTELS & RESORTS

Logo for Cubanacan and Cuba.

Iberostar.com - Consulta su agencia de viajes.

Legenda: Guia “Cuba en tus manos”, refletindo o turismo de descanso e entretenimento que se equipara a qualquer feito no mundo.  
Referência: MINISTÉRIO DO TURISMO DE CUBA/AUTÉNTICA CUBA. *Cuba en tus manos*. Sevilla: Escadón, 2012, p. 20-21.

Imagem: XXVII

**LA ISLA**  
a vuelo de pájaro



**Salud**

En el campo de la salud, Cuba se encuentra al mismo nivel que los países más industrializados. Posee uno de los programas de atención primaria más completos del mundo, la tasa de mortalidad infantil más baja de América Latina, una alta expectativa de vida y servicios gratuitos para todo el pueblo. Consultorios médicos en los barrios y policlínicas conforman una red primaria que se complementa con hospitales, clínicas estomatológicas, hogares maternos, para ancianos y de impedidos físicos, entre otras instituciones. La alta calificación de sus profesionales se ha hecho evidente en otros países del mundo que reciben los beneficios de la colaboración médica cubana. La formación y capacitación de recursos humanos en las áreas donde laboran los galenos así como en Cuba, donde fue creada la Escuela Latinoamericana de Medicina, es otra de las líneas de trabajo del sector de la salud. El país se ha convertido también en un centro para el turismo de salud, y así lo confirman los numerosos extranjeros que reciben atención y tratamientos específicos.





**Cultura**

Cuba es una importante plaza cultural, pródiga en manifestaciones artísticas y en eventos nacionales e internacionales. Salas de teatro, museos, galerías, cines y espacios públicos conforman la infraestructura del sistema cultural cubano, célebre también por la presencia de importantes creadores de todos los ámbitos. Ver página 41

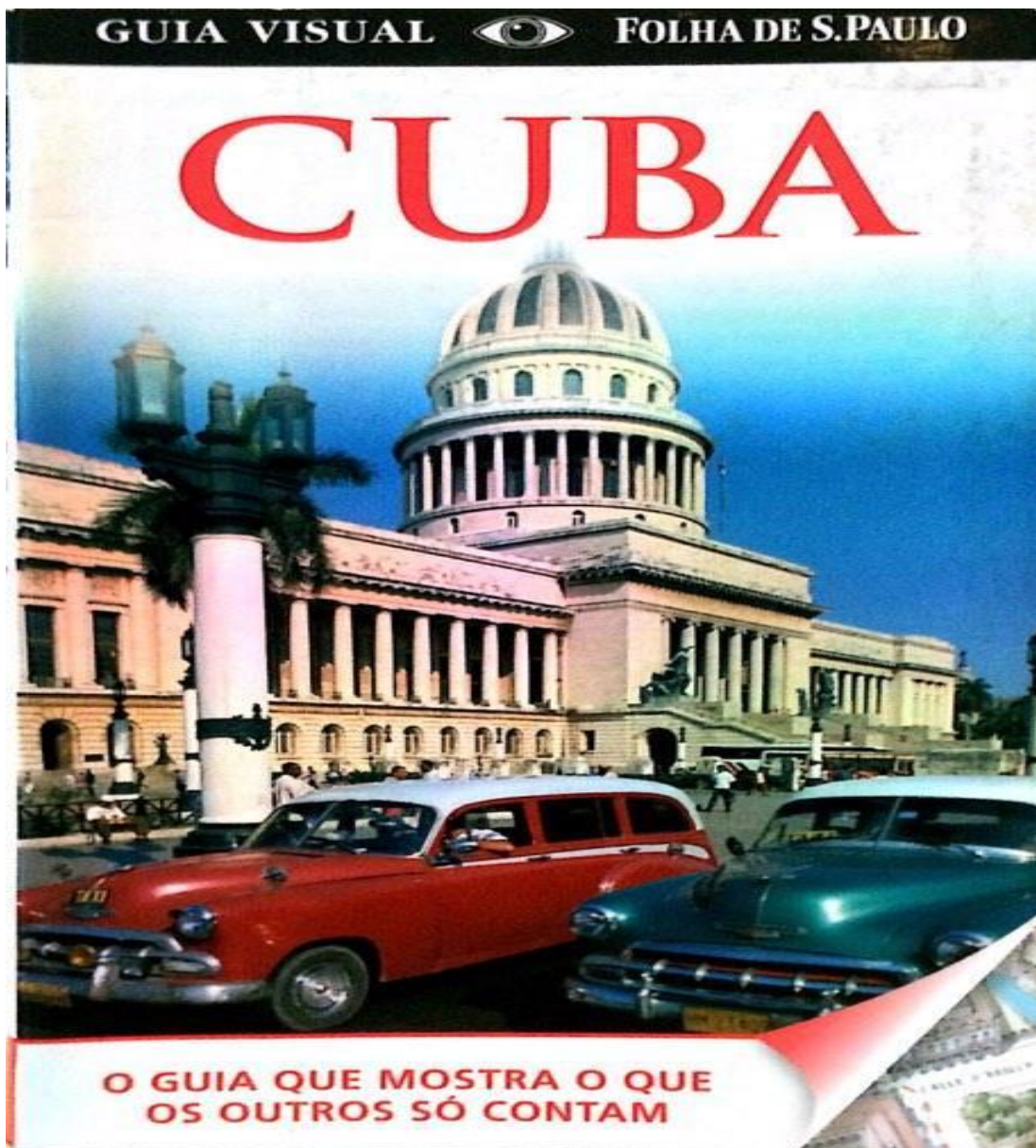


**Toda Cuba**

Legenda: Guia “Cuba en tus manos”, refletindo a propaganda turística vinculada às conquistas contínuas dos pilares da revolução.

Referência: MINISTÉRIO DO TURISMO DE CUBA/AUTÉNTICA CUBA. *Cuba en tus manos*. Sevilla: Escadón, 2012, p. 36-37.

Imagem: XXVIII



Legenda: Promoção turística do guia “Folha de São Paulo”, vinculada à preservação histórica cubana.

Referência: GRUPO FOLHA. *Guia Visual Cuba*. São Paulo: Publifolha, 2012, p.01.

A HISTÓRIA DE CUBA 51

### Os Heróis da Revolução

Um dos aspectos mais importantes da Revolução Cubana foi a participação dos jovens, que se destacaram em todos os setores da sociedade. A partir de 1953, a revolução tornou-se um movimento de massas, com milhares de jovens se alistando nos batalhões de estudantes e no Exército Revolucionário. A participação dos jovens foi fundamental para o sucesso da revolução.



**Ernesto "Che" Guevara** era um argentino que se tornou líder da Revolução Cubana. Foi um dos principais líderes da revolução, atuando como ministro e presidente do Banco Nacional. A revolução prosseguiu com seus heróis e ideais.

**Raúl Castro** irmão de Fidel, assumiu a direção de Cuba após a vitória da revolução. Foi o primeiro presidente da república, atuando de 1976 a 2002.



**Fidel Castro** com Juan Almeida, responsável por liderar a revolução. Foi o primeiro presidente da república, atuando de 1976 a 2002.



**A bandeira cubana** sendo hasteada após a vitória da Revolução Cubana. A bandeira cubana é um símbolo da revolução e da liberdade.



**Cavalos cubanos** durante a Revolução Cubana. Os cavalos foram usados para transportar armas e munições durante a revolução.

**Os Chapas de palha** foram usados para transportar armas e munições durante a revolução.



**Carlos Céspedes** foi o primeiro presidente da república de Cuba. Foi um dos principais líderes da revolução, atuando como primeiro ministro e presidente do Banco Nacional. A revolução prosseguiu com seus heróis e ideais.



**DS BARBUDOS** Os barbudos foram chamados de barbudos por causa de suas barbas. Eles foram os primeiros a se alistar na revolução, atuando como soldados e líderes.



**Frank País** foi um dos principais líderes da revolução. Foi um dos primeiros a se alistar na revolução, atuando como soldado e líder.



**Guillermo García Martini** foi um dos primeiros camponeses cubanos a aderir à guerra revolucionária. Foi um dos primeiros a se alistar na revolução, atuando como soldado e líder.



**Celia Sánchez Mandulac** foi uma das principais líderes da revolução. Foi uma das primeiras a se alistar na revolução, atuando como soldado e líder.



Legenda: Promoção turística do guia “Folha de São Paulo”, vinculado à Revolução cubana e seus heróis.

Referência: GRUPO FOLHA. *Guia Visual Cuba*. São Paulo: Publifolha, 2012, p. 50-51..

## FONTE DE FOTOS

Foto I:



Legenda: *Outdoor* representando os heróis revolucionários e a construção simbólica de unidade e liberdade em Cuba.

Foto II:



Legenda: Propaganda política que remete à construção simbólica de unidade e liberdade em Cuba a partir da história da revolução.

Foto III:



Legenda: Pintura representando os heróis revolucionários e a construção simbólica de unidade e liberdade em Cuba “Siempre”.

Foto IV:



Legenda: *Outdoor* representando a resistência do socialismo cubano e o eterno embate com os EUA.



Foto V:



Legenda: Transporte estatal Cubano com a bandeira norte-americana, um furo na construção da identidade nação e do eterno embate com os EUA.

Foto VI:



Legenda: Acampamento CIJAM e uma obra em homenagem aos cinco heróis cubanos presos injustamente nos EUA.

Foto VII:



Legenda: Entrada do CIJAM

Foto VIII:



Legenda: Dormitórios CIJAM

Foto IX:



Legenda: Auditório CIJAM e fotos dos heróis revolucionários: Camilo Cienfuegos, Vaquerito e Ernesto Che Guevara.

Foto X:



Legenda: Entrada do CIJAM e fotos de Fidel Castro, Hugo Chavez e Raúl Castro.

Foto XI:



Legenda: Mural no CIJAM que representa a história e os avanços da revolução.

Foto XII:



Legenda: Mural no CIJAM que representa a história e os avanços da revolução.

Foto XIII:



Legenda: Mural no CIJAM que representa a história e os avanços da revolução em cima da vitória na praia Girón.

Foto XIV:



Legenda: Perfiladas as bandeiras de Cuba, Chile, Argentina e Brasil, assim como as Autoridades do ICAP e o representante Fernando Gonzalez, um dos cinco ex-presos políticos nos EUA.

Foto XV:



Legenda: Caminhada em uma espécie de procissão até o monumento de Julio Antonio Mella.

Foto XVI:



Legenda: Homenagem ritual com a entrega de flores ao monumento de Julio Antonio Mella.

Foto XVII:



Legenda: Peça de teatro atuada por crianças cubanas sobre a vida de José Martí.

Foto XVIII:



Legenda: Fala de Fernando Gonzalez, um dos cinco heróis cubanos, apresentando o CIJAM, ICAP e os trabalhadores que atuam no acampamento.

Foto XIX:



Legenda: Capitólio de Havana a caminho do congresso “Con todos y para el bien de todos” no Palácio das convenções, mostrando a atenção quanto à preservação de monumentos e prédios históricos.

Foto XX:



Legenda: Mural nas ruas de Havana da “União juventude comunista”, a caminho do congresso “Con todos y para el bien de todos” no Palácio das convenções, marcando a propaganda política nos pilares da revolução e nos seus heróis.



Foto XXI:



Legenda: Pintura que observei ao caminho do congresso “Con todos y para el bien de todos” no Palácio das convenções, evocando o socialismo e sua resistência contínua.

Foto XXII:



Legenda: Pintura que observei ao caminho do congresso “Con todos y para el bien de todos” no Palácio das convenções, evocando o socialismo, sua resistência contínua e sua construção no romantismo a partir de seus heróis.

Foto XVIII:



Legenda: Painei de Ernesto Che Guevara no palácio das convenções.

Foto XIX:



Legenda: Conferência de abertura do congresso ““Con todos y para el bien de todos””.

Foto XX:



Legenda: Congresso “Con todos y para el bien de todos”, com a mas composta pela presidente do ICAP, Serrano e os cinco heróis cubanos (Gerardo Hernández, Antonio Guerrero, Ramón Labañino, Fernando González e René González).

Foto XXI:



Legenda: Congresso “Con todos y para el bien de todos” e os cinco heróis cubanos (Gerardo Hernández, Antonio Guerrero, Ramón Labañino, Fernando González e René González).

Foto XXII:



Legenda: Congresso “Con todos y para el bien de todos” e o rito simbólico do hino da Internacional, com todos de mão dadas e cantando cada um em sua língua acompanhados dos cinco heróis cubanos (Gerardo Hernández, Antonio Guerrero, Ramón Labañino, Fernando González e René González).

Foto XXIII:



Legenda: Concentração da marcha das tochas na Universidade de Havana.

Foto XXIV:



Legenda: Marcha das tochas com a presença de Pepe Mujica e Raul Castro.

Foto XXV:



Legenda: Marcha das tochas junto com todas as principais representações políticas de Cuba.

Foto XXVI:



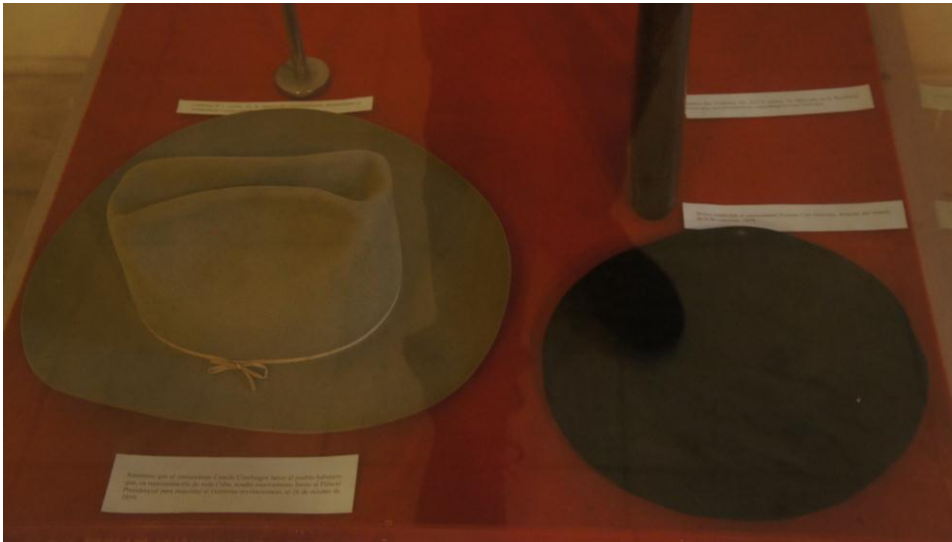
Legenda: Museu da Revolução.

Foto XXVII:



Legenda: Réplica do “Cap” utilizado por Fidel Castro.

Foto XXVIII:



Legenda: Chapéu de Camilo Cienfuegos e Boina de Ernesto Che Guevara.

Foto XXIX:



Legenda: Escultura de Camilo Cienfuegos e Ernesto Che Guevara na Serra Maestra.

Foto XXX:



Legenda: Iate Granma.

Foto XXXI:



Legenda: *Outdoor* demarcando a construção simbólica do socialismo.



Foto XXXII:



Legenda: *Outdoor* demarcando a construção simbólica do socialismo.

Foto XXXIII:



Legenda: *Outdoor* demarcando a construção simbólica do socialismo.

Foto XXXIV:



Legenda: *Outdoor* demarcando a construção simbólica do socialismo, com os seguintes dizeres: “Rebeldes antes, hospitaleiros hoje, heroicos sempre”.

Foto XXXV:



Legenda: Vagão representando o “Assalto ao trem blindado” realizado por Ernesto Che Guevara e sua tropa.

Foto XXXVI:



Legenda: Antigo Quartel Moncada e atual escola 26 de Julio.

Foto XXXVII:



Legenda: Visita o CDR.

Foto XXVIII:



Legenda: Cartas que simbolizam o CDR.

Foto XXXIX:



Legenda: Visita à policlínica remetendo à saúde, um dos pilares e conquistas revolucionárias.

Foto XL:



Legenda: Complexo em Homenagem a Ernesto Che Guevara.

Foto XLI:



Legenda: Museu em homenagem a Antonio Maceo.

Foto XLII:



Legenda: *Outdoor* na entrada do Complexo Ernesto Che Guevara.

Foto XLIII:



Legenda: Escultura de "Che" no complexo em homenagem ao mesmo.

Foto XLIV:



Legenda: Trabalho Voluntário nas petrocasas.

Foto XLV:



Legenda: Trabalho voluntário agrícola no CIJAM e seus arredores.

Foto XLVI:



Legenda: Trabalho voluntário agrícola no CIJAM e seus arredores.

Foto XLVII:



Legenda: Trabalho voluntário agrícola no CIJAM e seus arredores.



Foto XLVIII:



Legenda: Trabalho voluntário agrícola no CIJAM e seus arredores.

Foto XLVIX:



Legenda: Trabalho voluntário agrícola no CIJAM e seus arredores.

Foto L:



Legenda: Espaço organizado pelos Argentinos, que representavam seu país e sua cultura.

Foto LII:



Legenda: Espaço organizado pelos Brasileiros, que representavam seu país e sua cultura.

Foto LIII:



Legenda: Espaço organizado pelos Chilenos, que representavam seu país e sua cultura.