

---

## A Promoção Do Turismo Cubano Através Do Uso Da Tecnologia E Da Prática De *Storytelling*<sup>1</sup>

Dayana Vidal DIAZ<sup>2</sup>  
Universidade de la Habana

Carolina Boari CARACIOLA<sup>3</sup>  
Universidade Paulista UNIP

Juliana Maria COSTA<sup>4</sup>  
Universidade de São Paulo (USP)

### Resumo

Visitar Cuba é fazer parte de uma história única no mundo, onde resistência, sobrevivência, traços do passado e busca da abertura no futuro vivem em simbiose. O turismo cubano se destaca dos demais por oferecer uma série de atrativos naturais, como as paradisíacas praias de Varadero, além das questões históricas e culturais que fazem do lugar um destino único. A gradual abertura de Cuba e o uso da internet proporcionaram uma nova revolução no País, a digital, responsável por comunicar, ao mundo, os encantos turísticos da região, estimulando novos negócios e atraindo milhões de visitantes a cada ano. O presente artigo analisa a promoção do turismo de Cuba através da utilização do *storytelling*, prática de contar histórias, com o objetivo de construir uma narrativa que reforça a glória e a imagem dos líderes da Revolução Cubana, fazendo com que os visitantes participem de uma jornada, onde os líderes de tal movimento são os personagens principais e os habitantes da ilha, os coadjuvantes.

**Palavras-chave:** Cuba; turismo; revolução digital; internet; *storytelling*.

### 1. Notas introdutórias

Caminhar por Havana é fazer parte de uma narrativa que conta glórias do passado, com os traços da contemporaneidade. Crianças brincando pelas ruas, carros clássicos dos anos cinquenta em movimento, casais de namorados ao entardecer no Malecón, a

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação, Espaço e Cidadania, XX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante do curso de Comunicação Social da Universidade de Havana, email: [niria101@gmail.com](mailto:niria101@gmail.com).

<sup>3</sup> Orientadora do trabalho. Pós Doutora em Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA/SP), email: [carolboari@yahoo.com.br](mailto:carolboari@yahoo.com.br).

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Mestre em Turismo pela Escola de Artes, Comunicações e Humanidades da USP, email: [costajm@usp.br](mailto:costajm@usp.br).

---

preservação da tradição secular do *canõnazo de las nueve*<sup>5</sup>, o museu do rum, as cores e os ritmos *calientes* são algumas das experiências inesquecíveis que a capital cubana proporciona. Os canteiros de obras para a construção de novos prédios contrastam com as casas com aspectos de ruínas, em função do desgaste do tempo, que exibem bandeiras da pátria, em suas varandas, e encantam turistas dos mais diversos lugares, que apreciam um cenário exclusivo, onde tudo é rodeado pelos mitos da Revolução.

A Revolução Cubana ocorreu no ano de 1959 e suas marcas estão absolutamente vivas em todos os espaços da ilha. A história de Cuba deve e precisa ser analisada com atenção, contudo, é necessário deixar claro que nosso objetivo, nesse artigo, não é um estudo político ou social da memória cubana em profundidade, mas sim, uma observação de como os fatos se desencadearam e são relevantes para a construção e promoção do turismo cubano nos dias atuais. Sendo assim, a retomada de alguns dados anteriores e posteriores à Revolução Cubana se mostram necessários para sua compreensão, o que justifica um breve relato dos momentos mais significativos.

Cuba foi a última colônia, na América Latina, a se libertar da Espanha, um processo que durou cerca de trinta anos. O movimento de independência foi liderado por José Martí<sup>6</sup> e apoiado pelos Estados Unidos. Além do interesse geográfico, pois a ilha é “[...] uma região estratégica para os interesses geopolíticos e econômicos dos EUA [...]” (OLIVEIRA, 2015, p. 47), os mesmos queriam estreitar relações com Cuba, principalmente em relação ao comércio de açúcar, minério de ferro e tabaco. Após reconhecer a independência cubana, no tratado de Paris de 1898, a Espanha transferiu, aos Estados Unidos, o controle de Cuba, estabelecendo um governo provisório liderado pelo general John R. Brooke.

A presença norte-americana introduz no processo de independência de Cuba elementos diferenciados em relação aos demais movimentos latino-americanos. O tratamento da questão nacional envolve realidades próprias de uma forma de colonialismo em retração e de um novo imperialismo emergente que combina a expansão econômica de interesses privados nacionais com uma política externa intervencionista. (AYERBE, 2004, p. 25)

---

<sup>5</sup> Tradição que Cuba conserva desde os tempos coloniais.

<sup>6</sup> Jose Martí foi ativo no processo de independência de Cuba contra a Espanha. “[...] foi um jornalista, poeta, ensaísta e revolucionário cubano. [...] viajou pelas Américas, defendendo a independência e a unidade da América Latina. Formou o Partido Revolucionário Cubano em 1892.” (KELLY et al, 2013, p. 204)

---

A independência de Cuba foi condicionada à Emenda Platt<sup>7</sup>, em 1902, elaborada antes mesmo da Constituição cubana, sendo sua existência explicada pela necessidade de proteger a ilha das possíveis invasões europeias, mantendo-a sob o controle dos Estados Unidos. Durante os quatro anos de ocupação americana, Cuba foi sendo organizada aos moldes estadunidenses no que se refere aos paradigmas de educação, costumes, estilos de vida, “[...] mas principalmente, para modelar a economia cubana ao modelo norte - americano [...]” (OLIVEIRA, 2015, p. 47)<sup>8</sup>. O País funcionava como “quintal” americano, aonde todos os excessos, como corrupção, jogatina e prostituição eram liberados.

O primeiro presidente eleito do País foi Tomás Estrada Palma, representante do Partido Revolucionário Cubano, fundado por Martí. Desde então, o País passou por “[...] um período de oito anos de frágil democracia [...] com as presidências de Grau San Martín (1944 -1948) e Prío Socarrás (1948 – 1952)” (AYERBE, 2004, p. 26). Em 10 de março de 1952, Fulgêncio Batista liderou um golpe de Estado, apoiado pelos Estados Unidos, que culminou em uma forte ditadura militar no País. Nesse momento, surgiu um “[...] movimento oposicionista cujos desdobramentos inaugurarão uma nova fase da história política latino-americana”. (Ibid. p. 28)

Movimentos de resistência eclodiram em Cuba, com destaque para a figura de Fidel Castro<sup>9</sup>, que

em 1959, com o irmão Raúl e o amigo Che Guevara, liderou o movimento que derrubou a ditadura [...] de Fulgêncio Batista [...]. Como primeiro-ministro da nova república de Cuba, estabeleceu um Estado marxista-leninista de um único partido. Apesar das tentativas americanas de depô-lo ou até assassiná-lo, tornou-se presidente em 1976. (KELLY et al, 2013, p. 339)

A Revolução Cubana obteve forte apoio das camadas mais pobres da população e resultou em uma série de transformações no País, tendo como escopo a melhoria das condições de vida do povo, o fortalecimento da indústria, a moralização de sua imagem perante o mundo e, principalmente, a reforma agrária, medida considerada a mais radical.

---

<sup>7</sup> A Emenda Platt estabelecia medidas para o cumprimento de relações bilaterais. “Dentre os parágrafos da Emenda Platt, encontra-se a previsão formal da venda ou arrendamento de terras para os EUA, o que possibilitou a instalação da Base Naval da Baía de Guantánamo por parte do governo estadunidense [...]”. (OLIVEIRA, 2015, p. 47) Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/132370/000983637.pdf?sequence=1>. Acesso: 28 set. 2020.

<sup>8</sup> Ibid.

<sup>9</sup> Sobre o tema conferir: FUENTES, Norberto. **A autobiografia de Fidel Castro**. Trad. Luis Reyes Gil. Rio de Janeiro: LeYa, 2017.

---

Além disso, houve forte empenho na transformação da educação no País “[...] em poucos meses se reduziu o analfabetismo ao nível mais baixo da América Latina, 3,9% da população”. (AYERBE, 2004, p. 68)

Os revolucionários assumiram o poder em 8 de janeiro de 1959. “Castro começou a dismantelar o domínio americano sobre a economia, nacionalizando todas as fábricas sem nenhuma indenização. Em resposta, os EUA impuseram um fortíssimo embargo comercial, então Castro voltou-se para a URSS em busca de apoio”. (WERNER, 2017, p. 309)

O embargo à Cuba se mantém até os dias de hoje, sendo entendido como “uma ordem governamental que interrompe o comércio ou qualquer atividade comercial com um país específico [...]” (Ibid., p. 342). O País aliou-se à antiga União Soviética, contudo, com a crise do Leste Europeu, Cuba perdeu o “[...] respaldo político da ex-União Soviética; inicia-se o ‘período especial em tempos de paz’, denominação do governo cubano para o novo contexto enfrentado pelo País, considerado o mais difícil desde 1959”. (AYERBE, 2004, p. 83)

A crise cubana se acirrou e o governo de Fidel passou a perder popularidade. Como resposta, realizou-se a reforma constitucional de 1992<sup>10</sup>, que promoveu uma série de mudanças, tais como permissão para a entrada de recursos de cubanos residentes no exterior, bem como para abertura de pequenos empreendimentos privados, liberação do dólar para uso em transações comerciais, autorização de venda, de parte da produção agrícola, por colonos, em mercados públicos. O turismo, nesse momento, passou a ser a atividade mais prestigiada na ilha, com o objetivo de atrair investimentos e gerar novos empregos. De acordo com AYERBE (Ibid., p. 85) no ano de 1986, o número de turistas que visitava a ilha era de duzentos mil, saltando para um milhão e meio, em 1999 e dois milhões, em 2003.

No ano de 2006, Fidel Castro, grande líder da Revolução Cubana, após sucessivos problemas de saúde, afastou-se do poder, aos 80 anos de idade, transferindo o governo a seu irmão, Raúl. Fidel faleceu em 25 de novembro de 2016, deixando seu legado e sua imagem como alvo de idolatria ou críticas severas para o mundo todo.

A partir de então, Cuba passa por um processo de reabertura, permitindo maior participação da iniciativa privada e o investimento de empresas estrangeiras em todos os

---

<sup>10</sup> Disponível em: <https://www.acnur.org/fileadmin/Documentos/BDL/2001/0511.pdf>. Acesso: 29 set. 2020.

---

setores empresariais. O povo pode comprar e vender imóveis, o que era proibido desde a Revolução<sup>11</sup>.

Desde 2013, Cuba vive uma nova revolução, a digital. Até este momento, a internet só era utilizada por turistas, em hotéis, o que fazia do País o menos conectado do ocidente<sup>12</sup>. No ano de 2018, ocorreu um outro avanço em relação à conectividade, a internet passou a estar disponível em celulares<sup>13</sup> e, segundo o presidente Miguel Díaz-Canel, sucessor de Raúl Castro, a mesma será responsável pelo maior impulso da economia<sup>14</sup>.

O uso da tecnologia transformou a comunicação na ilha, embora o acesso seja controlado por uma empresa estatal, a internet proporciona novos negócios no setor de turismo cubano, o que será analisado na sequência.

## **2. A tecnologia como ferramenta potente de uma nova configuração turística em Cuba**

A internet e as suas várias possibilidades fazem do desenvolvimento das relações com os clientes um elemento fundamental para poder canalizar e divulgar as mensagens que uma empresa pretende transmitir ao público. No setor de turismo, que tem crescido significativamente nos últimos anos, isso não é diferente, permitindo que cada país ofereça e promova seus recursos e, com isso, consiga se tornar conhecido mundialmente, além de aumentar o número de visitantes, estimulando o consumo e melhorando sua situação econômica.

O surgimento das redes sociais tem fomentado o comportamento dos consumidores de trocar experiências, comparar e recomendar produtos e serviços, fato que pode ser explorado pelas empresas, através do uso de testemunhos positivos de usuários, para alavancar estratégias de negócios.

A influência das tecnologias de informação e comunicação (TIC) no setor do turismo e, especialmente, na comunicação de produtos e na gestão das relações com o público é bastante eficiente. De acordo com ROSALES (2018), os aplicativos Web 2.0 baseados em comentários e avaliações de usuários em escala global, especificamente o

---

<sup>11</sup> Disponível em: <https://entretenimento.band.uol.com.br/aquinaband/noticias/100000422741/cuba-adotara-medidas-de-abertura-economica-com-rigor-e-disciplina>. Acesso: 29 set. 2020.

<sup>12</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2018/12/05/estatal-cubana-anuncia-que-comecara-a-fornecer-internet-para-celulares.ghtml>. Acesso: 29 set. 2020.

<sup>13</sup> “Quase metade dos 11,2 milhões de habitantes do país comunista tem celular, embora nem todos consigam pagar pela internet móvel”. Ibid.

<sup>14</sup> Ibid.

---

TripAdvisor, influenciam as práticas de relações públicas e comunicação turística, forçando uma gestão cuidadosa da reputação *online*. Se, por um lado, as novas mídias estão disponíveis para as organizações se comunicarem com seus públicos, por outro, são também fonte de comentários e avaliações diretas que podem reforçar positivamente a imagem de uma organização ou abalar sua credibilidade com opiniões negativas que desafiam novas práticas de relações públicas.

As redes sociais tornam-se uma forma dinâmica e amigável de promover ou anunciar produtos. O setor de turismo cubano teve grande avanço com a abertura da internet no País, que fez crescer práticas interessantes para anunciar e posicionar empresas, sejam elas estatais ou privadas, que utilizaram a tecnologia para criar experiências positivas de seus produtos e serviços, na tentativa de alcançar clientes e reconhecimento nas diferentes plataformas *online*, com destaque para a publicidade no aplicativo de mensagens instantâneas, WhatsApp.

A medida que a informatização da sociedade e as tecnologias da informação e comunicação avançam vertiginosamente em Cuba, uma série de oportunidades se abrem para estabelecer, manter e melhorar as conexões, tanto com clientes existentes, quanto os potenciais. Nesse sentido, Cuba implementou uma avalanche de mudanças desde a chegada da internet 3G e 4G aos celulares, aproveitando o fato de que mais de 3,7 milhões de usuários acessam a internet no País, através da rede móvel e, além disso, são contabilizadas quase 1.600 áreas Wi-Fi e 1,7 milhão de contas permanentes<sup>15</sup>.

O turismo cubano se destaca dos demais por oferecer uma série de atrativos naturais, como as paradisíacas praias de Varadero, além das questões históricas e culturais que fazem do País um destino único.

De acordo com dados do Ministério de Turismo de Cuba<sup>16</sup>, em 2019, o País registrou um recorde de visitantes estrangeiros, foram 4,2 milhões de visitantes, um incremento de 16,2% em comparação ao ano anterior, resultado notável se observado o nível mundial de movimento de turistas que cresceu somente 4%. O Canadá<sup>17</sup> é o principal mercado emissor de turismo para a ilha, seguido pelos mercados europeus.

De acordo com McDougall (1997), as viagens são propícias à produção de imagens, por sua vez, têm grande poderes em termos de metáfora, síntese e sinestesia. O

---

<sup>15</sup> Disponível em: <https://www.mintur.gob.cu>. Acesso: 30 set. 2020.

<sup>16</sup> Ibid.

<sup>17</sup> Desde o ano de 2003, Cuba conseguiu “[...] ampliar substancialmente seu intercâmbio com Europa e o continente americano, especialmente com o Canadá, principal parceiro individual da região [...]”. (AYERBE (2004, p. 86)

---

termo topofilia cunhado por Yu Fu Tuan em 1980, associa sentimento com o lugar, incluindo todos os laços afetivos dos seres humanos com o meio ambiente material.

Segundo o geógrafo, o meio ambiente pode não ser a causa direta da topofilia, mas fornece o estímulo sensorial que, ao agir como imagem percebida, da forma às nossas alegrias e ideais. “Os estímulos sensoriais são potencialmente infinitos: aquilo a que decidimos prestar a atenção (valorizar ou amar) é um acidente do temperamento individual, do propósito e das forças culturais que atuam em determinada época”. (TUAN, 1980, p. 129)

A gestão das redes sociais em alguns hotéis e empresas não estatais do País é delegada às empresas de consultoria que se dedicam à realização de *rankings* e estudos sobre como os hotéis interagem nas plataformas sociais (SANCHIS, 2012).

O Community Manager é o profissional responsável pelas comunidades da internet em torno de um produto, marca ou empresa. Deve-se destacar que comunidades são grupos de pessoas no ambiente virtual interconectadas por interesses comuns. As tarefas habituais da sua atividade são as seguintes: procurar novas oportunidades virais para expandir as fronteiras da comunidade; identificar e analisar padrões e tendências nas demandas dos membros da comunidade e no comportamento do serviço oferecido pelo hotel; criar e publicar conteúdo de alta qualidade para diferentes canais; gerenciar usuários, bem como analisar o comportamento da comunidade e, por último, elaborar relatórios de campanha, investigando diferentes maneiras de se envolver com o cliente.

Desde o seu início, a economia colaborativa ou plataformas web P2P tem sido constituída pelos distribuidores, por excelência, de *bed and breakfast*<sup>18</sup>. Os principais exemplos deste tipo de site são: Homestay, HomeAway, Alterkeys, Only-Apartments, 9Flats, Wimdu e AirBnB, sendo este o de maior utilização e destaque em Cuba nos últimos anos, atraindo um grande número de clientes para hotéis e residências particulares. Estas plataformas são especializadas em colocar pessoas que oferecem uma casa, apartamento ou quarto para reserva em contato com potenciais viajantes.

Atualmente, Cuba conta com 70 mil quartos em mais de 300 hotéis distribuídos por todo o País e 2 mil habitações privadas como *hostels* e casas particulares<sup>19</sup>.

---

<sup>18</sup> “Alugar uma cama na casa de um habitante local, com direito a uma refeição inclusa na diária, geralmente o café da manhã: essa é definição do *Bed and Breakfast* (cama e café da manhã, em português). Este tipo de hospedagem, que surgiu na Irlanda, se expandiu para outros países [...]”.

Disponível em: <https://www.uol.com.br/nossa/viagem/noticias/2016/05/26/bed-and-breakfast-o-que-e-como-funciona-e-por-que-experimentar.htm>. Acesso: Acesso: 30 set. 2020.

<sup>19</sup> Disponível em: <https://www.mintur.gob.cu>. Acesso: 30 set. 2020.



---

De acordo com Ministério do Turismo de Cuba,<sup>20</sup> os alojamentos não estatais são imóveis localizados em áreas de interesse turístico, ou não, que prestam serviços de alojamento em unidades habitacionais mobiliadas. Além disso, contam com serviço de saúde particular ou coletivo, podendo ou não, oferecer alimentação, lavanderia e outros serviços legalmente autorizados.

O número de turistas que se hospeda nesses estabelecimentos tem aumentado constantemente. Se no final de 2004, segundo dados do MINTUR<sup>21</sup>, 373 mil turistas optavam por alojamentos não estatais, no final de 2017, mais de 1 milhão de turistas preferiu esta opção. Entre os anos de 1997 e 2017 dois momentos marcaram a evolução do número de turistas que se alojaram em hospedagens não estatais. O primeiro ocorreu em 2011, com a abertura do trabalho autônomo no País. Daquele ano até 2014, o crescimento médio anual foi de 12,91%. Antes de 2011, o percentual de crescimento anual era de 2,6%, apesar de anos como 2008 e 2009 em que o número diminuiu em -9,9% e -9,62%, respectivamente. O segundo momento aconteceu em abril de 2015, com o início das operações, em Cuba, da plataforma norte-americana, AirBnB.

O Airbnb, plataforma de economia colaborativa mais utilizada no mundo, é o resultado da explosão do comércio eletrônico e das agências de viagens *online* nos últimos anos, sua presença mundial como um novo modelo de negócio em relação aos canais de distribuição existentes, tem permitido um ótimo posicionamento. Em Cuba, é utilizada por locadores de hospedagem não estatais para a distribuição de sua oferta. Embora o Ministério do Trabalho tenha renovado as licenças de aluguel de quartos e casas, ainda não existe uma regulamentação relacionada ao aplicativo, o que atrapalha seu desenvolvimento, sendo utilizado, na ilha, por locadores de hospedagem não estatais para a distribuição de sua oferta.

O objetivo desta aliança entre o setor estatal e a hospedagem privada é diversificar o produto turístico cubano a partir da complementaridade de ofertas, em um ambiente em que nenhum ator prejudica o outro, sendo que ambas as partes contribuem para a construção simbólica do destino Cuba e resgatam os valores identitários de cada região.

Os empresários autônomos, incluindo os de alojamentos não estatais, têm direito a formação gratuita nos centros FORMATUR, nas disciplinas básicas de turismo,

---

<sup>20</sup> Ibid.

<sup>21</sup> Ibid.



além de pagar cursos de formação especializados, tais como: animação turística, língua estrangeira, contabilidade aplicada ao turismo e elementos de custo e técnicas de guia. No que diz respeito aos alojamentos não estatais, segundo o Ministério do Trabalho e Previdência Social de Cuba<sup>22</sup>, a *Plaza de la Revolución* é o lugar da capital que apresenta o maior número de quartos deste tipo, 2.605 deles, o que representa 29,6% do total existente em Havana, contando com o maior número de trabalhadores não estatais inscritos na atividade de dona de quarto na modalidade CUC<sup>23</sup>, com 814 locadores.

Até este momento, analisamos a parte operacional do turismo em Cuba, destacando o uso da internet como ferramenta vital para seu desenvolvimento e crescimento, passaremos a examinar, agora, como o turismo na ilha é cercado de simbolismos para seu fortalecimento, estando ancorado na figura dos líderes da Revolução Cubana, que se tornaram verdadeiros mitos. A história é ensinada desde cedo nas escolas, os rostos de seus personagens principais estão em todas as partes, estampam os mais diversos produtos comerciais, desde camisetas, até postais e ímãs de geladeiras. O turismo da ilha se desenvolve e se consolida contando essa história, que enche de orgulho o povo do País. (AYERBE, 2004, p. 64)

### **3. Os mitos da Revolução como personagens principais da promoção do turismo cubano**

O orgulho cívico, frequentemente, é o que atribui rótulos às cidades, sendo que a reputação das mesmas é erigida por alguma imagem notável. A consciência do passado é um elemento importante que justifica o amor pelo lugar, sendo que a retórica patriótica sempre tem dado ênfase às raízes de um povo.

Para intensificar a lealdade, o processo de contar a história do lugar, através de monumentos na paisagem, é um mecanismo interessante que intensifica a lembrança das batalhas passadas, o que corrobora a crença de que o sangue dos heróis santificou o solo. Os cartões postais, por exemplo, promovem a imaginabilidade, sendo especializados em

---

<sup>22</sup> Disponível em: <http://www.mtss.gob.cu>. Acesso: 30 set. 2020.

<sup>23</sup> CUC é uma das moedas que circulam em Cuba, também conhecida como Peso Cubano Conversível. “São duas as moedas que circulam pelo país: os pesos cubanos (CUP) e os pesos conversíveis, mais conhecidos por CUC. O peso cubano é uma moeda muito desvalorizada, utilizada pelos nativos para receber o pagamento, comprar artigos básicos como frutas, água, arroz e feijão. Já o CUC é a moeda utilizada no mundo do turismo, mais valorizada que o dólar americano [...]”. Disponível em: <https://guia.melhoresdestinos.com.br/dinheiro-havana-81-638-p.html>. Acesso: 30 set. 2020.

---

divulgar o valor das ruas principais de um local, dos edifícios, dos monumentos e do simbolismo de determinadas personalidades.

A avaliação do meio ambiente, pelo visitante, é essencialmente estética. O turista julga pela aparência, por algum critério formal de beleza. É preciso um esforço especial para provocar empatia em relação às vidas e valores dos habitantes.

Em nossa sociedade de alta mobilidade, o visitante e o nativo focalizam aspectos bem diferentes do meio ambiente. As impressões fugazes das pessoas que estão de passagem não podem ser negligenciadas. Em geral, pode-se dizer que o visitante (e especialmente o turista) tem um ponto de vista que frequentemente se reduz a usar os seus olhos para compor quadros, o nativo, segundo Tuan (1980), tem uma atitude complexa derivada da sua imersão na totalidade de seu ambiente. Por outro lado, tal atitude do nativo somente pode ser expressa com dificuldade e indiretamente através do comportamento, da tradição local, conhecimento e mito. (ibid, p. 73)

A promoção do turismo de Cuba é ancorada na prática de contar histórias, fazendo com que os visitantes participem de uma jornada, onde os mitos da Revolução são os personagens principais e os habitantes da ilha, os coadjuvantes. A prática de contar histórias é denominada *storytelling*.

Existem autores que defendem a teoria do *Storytelling* como a rédea necessária para manter a ordem social. Por isso as fábulas possuem lições como ‘não confie em estranhos’ e todas as mitologias contam profecias sobre povos que estão vindo para dominar e que é preciso estar preparado. Esse tipo de comando era feito em forma de história porque, nesses casos, são os detalhes que fazem a diferença entre triunfar ou morrer. (PALACIOS e TEREZZO, 2016, p. 48)

Nesse sentido, é certo que a narrativa contada deve ser excepcional, inesquecível e capaz de estabelecer conexões simbólicas, contendo “[...] personagens, objetivos, conflitos e vívidos cenários sensoriais.” (LUPTON, 2020, p. 21)

Os líderes da Revolução Cubana tornaram-se mitos em seu território, pois além de derrubarem a ditadura de Fulgêncio Batista, conseguiram manter uma política anti-imperialista e socialista até a contemporaneidade, enfrentando as mais diversas retaliações. Embora a definição de mito varie de acordo com a ciência que a estuda, podemos entendê-la, nesse contexto, de acordo com a vertente historicista, que considera o mito como “[...] uma representação de episódios verdadeiros do passado [...]”. (SILVA e SILVA, 2013, p. 294)

---

A Revolução Cubana teve a participação de grandes nomes, tais como Camilo Cienfuegos, Ramiro Valdés Menéndez, Juan Almeida Bosque, Frank País, José Antonio Echeverría, contudo, é inegável o protagonismo e o destaque das imagens de Ernesto Guevara e Fidel Castro.

Ernesto Guevara (1928 – 1967), também conhecido por seu apelido Che, que significa amigo, foi um médico argentino que se tornou cidadão cubano no ano de 1959. Reconhecido como um homem de ação, adotou práticas de guerrilha em suas ações táticas, o que resultou em “[...] uma enorme contribuição ao desenvolvimento do socialismo revolucionário” (KELLY et al, 2013, p. 312). Che acreditava que o sucesso da Revolução Cubana ocorreu graças à mobilização popular e esteve à frente da economia do País durante os anos de 1959 e 1965, foi chefe do Departamento de Indústrias do Instituto Nacional de Reforma Agrária, diretor do Banco Nacional de Cuba e ministro da Indústria. No ano de 1965, saiu de Cuba para lutar nas guerrilhas do Congo e, posteriormente, na Bolívia, onde foi capturado e executado. De acordo com a Revista Time Magazine, é considerado “[...] uma das cem pessoas mais famosas do século XX”<sup>24</sup>.

A frase “*Hasta la victoria, siempre*”<sup>25</sup>, atribuída a Che, está inscrita em seu mural, localizado na *Plaza de la Revolución*, em Havana, sendo uma das mais populares da esquerda mundial, reproduzida em canções, cartões postais, ruas da cidade, bem como em *souvenirs* da ilha.

Fidel Castro (1926 – 2016), “[...] figura representativa da política anti-imperialista [...]” (KELLY et al, 2013, p. 339) era filho de um rico fazendeiro, cursou direito na Universidade de Havana, momento no qual se envolveu com a política cubana. Lutou em rebeliões contra governos de direita na Colômbia e na República Dominicana, bem como liderou movimentos de resistência contra a ditadura de Fulgêncio Batista. Defendia medidas relacionadas à reforma agrária, mudanças no sistema educacional, bem como a nacionalização de empresas prestadoras de serviços públicos, sobretudo nas áreas de telefonia e eletricidade. Exerceu o cargo de primeiro-ministro do País entre 1959 e 1976

---

<sup>24</sup> Disponível em: <https://www.infoescola.com/biografias/che-guevara/>. Acesso: 01 out. 2020.

<sup>25</sup> Antes de deixar Cuba, Che enviou uma carta de despedida, endereçada a Fidel Castro, lida em público pelo destinatário, onde Guevara escreveu: "Eu teria muitas coisas para contar a você e ao nosso povo, mas sinto que são desnecessárias, as palavras não podem expressar o que eu gostaria; não vale a pena escrever mais borrões no papel. Até à vitória". De acordo com matéria do portal G1, “[...] a frase parece ser interrompida, porque o espaço à direita da folha acaba, e continua na linha a seguir, onde a primeira palavra escrita começa com uma letra maiúscula: ‘Sempre, Pátria ou Morte’. Na noite de 3 de outubro de 1965, quando Castro chegou a esse ponto da carta, ele leu a frase diretamente. ‘Até à vitória, sempre. Pátria ou morte’, disse, quase sem ênfase. ‘Abraço-te com todo o meu fervor revolucionário. Che’”. Disponível em: <https://g1.globo.com/mundo/noticia/2019/10/08/hasta-la-victoria-siempre-a-polemica-sobre-o-que-quis-dizer-che-guevara-com-sua-frase-mais-famosa.ghtml>. Acesso: 02 out. 2020.

---

e foi presidente entre os anos de 1976 e 2008. Castro foi o responsável por transformar Cuba em um Estado socialista, promovendo a nacionalização das indústrias estrangeiras, o incentivo à produção nacional e a instituição de um partido único. Fidel proclamava longos discursos<sup>26</sup> e, em um deles, proclamou uma de suas mais famosas frases: “Me condenem, não importa. A história me absolverá”<sup>27</sup>.

Além de líderes da Revolução Cubana, Che e Fidel podem ser comparados a heróis. A palavra herói é definida da seguinte forma, de acordo com o dicionário da língua portuguesa: “aquele que se distingue por seu valor ou por suas ações extraordinárias, principalmente por feitos brilhantes durante a guerra. [...] Aquele que é condecorado por suas ações corajosas, pelo seu caráter magnânimo, por comportamentos altruístas”<sup>28</sup>. O herói transita entre o mundo cotidiano e o especial<sup>29</sup>, posicionando-se no imaginário coletivo como protetor, uma figura singular e cultuada, podendo, muitas, vezes, ser considerado um santo salvador.

Transcendendo a imagem política, é possível afirmar que Che e Fidel tornaram-se celebridades endossadoras do consumo e do turismo cubano, ou seja, personalidades de altíssimo reconhecimento público, que usam esse prestígio para transferir suas principais características, tais como amor à pátria, heroísmo, luta em nome do povo, bravura, coragem, aos produtos vendidos na ilha, aos passeios realizados e, até mesmo, à experiência que se leva do lugar. Visitar Cuba é fazer parte de uma história única no mundo, onde resistência, sobrevivência, traços do passado e busca da abertura no futuro vivem em simbiose.

O argumento é de que o processo de endosso depende das propriedades simbólicas da celebridade endossadora. Usando uma perspectiva de ‘transferência de significados’, essas propriedades são mostradas como pertencentes à celebridade e então transferidas da celebridade para o bem de consumo, e do bem de consumo para o consumidor. (McCRACKEN, 2012, p. 109)

Os principais produtos comercializados na ilha são o rum e o charuto, verdadeiros símbolos de Cuba, consequência da alta produção açucareira e de tabaco, sendo que as

---

<sup>26</sup> “Alguns de seus biógrafos calculam que realizou mais de 2.500 discursos, a maioria de pé e com duração de pelo menos cinco horas. Em 1959 bateu o recorde de nove horas seguidas falando”. Disponível em: [https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/26/internacional/1480156489\\_562033.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2016/11/26/internacional/1480156489_562033.html). Acesso: 02 out. 2020.

<sup>27</sup> Frase pronunciada no ano de 1953, durante o julgamento pela ofensiva – frustrada – contra o quartel de Moncada.

<sup>28</sup> Disponível em: <https://www.dicio.com.br/heroi/>. Acesso: 02 out. 2020.

<sup>29</sup> Sobre o tema conferir: CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. Trad. Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Cultrix, 1989.

marcas mais prestigiadas, inclusive em esfera mundial, são Havana Club e Cohiba. As referidas marcas carregam em sua constituição características tais como qualidade, história, procedência, tradição, sendo endossadas pelos líderes da Revolução. Fidel era um embaixador dos charutos produzidos na ilha, sendo que a marca Cohiba foi criada, exclusivamente, para ele no início dos anos sessenta, passando a ser comercializada ao público, a partir de 1982<sup>30</sup>.

O rum, patrimônio nacional de Cuba, está presente na criação de dois reconhecidos drinques cubanos, o Mojito e o Daiquiri, que ganharam fama internacional graças ao escritor americano Ernest Hemingway, que viveu por vinte anos na ilha, sendo o responsável pela frase "*mi mojito en La Bodeguita, mi daiquiri en La Floridita*"<sup>31</sup>, bares que atraem turistas de todas as partes, ávidos para experimentar tais bebidas. A importância do rum para Cuba é tão forte que existe um museu em sua homenagem, mantido pela marca Havana Club, que estampa em seu logotipo traços que remetem ao seu local de origem, tais como o slogan, "*El ron de Cuba*" e a imagem da Giraldilla<sup>32</sup>, estátua do século XVII, um dos símbolos mais representativos da cidade de Havana.

O turismo na capital cubana proporciona sensações únicas. O cenário envolvente conta com uma experiência sinestésica rica, onde os ritmos da salsa e do mambo se misturam com o som dos mais diversos idiomas de turistas estrangeiros. O colorido das casas, dos carros antigos, das roupas dos nativos transmite calor e receptividade e o aroma das comidas típicas convida o visitante a provar novos sabores. Havana não exhibe cartazes, *outdoors* ou mobiliários urbanos anunciando produtos de consumo, porém, a atividade publicitária<sup>33</sup> é dirigida para a promoção do sistema político, dos governantes, através do uso de imagens dos líderes da Revolução, frases emblemáticas ou símbolos referentes à pátria.

Percorrendo as ruas de Havana, o turista percebe o reconhecimento dos feitos realizados pelos líderes da Revolução, bem como o amor e respeito do povo cubano à

<sup>30</sup> Disponível em: <https://exame.com/casual/charutos-a-heranca-de-fidel-castro/>. Acesso: 02 out. 2020.

<sup>31</sup> "Em Havana, os bares e restaurantes La Bodeguita del Medio e El Floridita são santuários da imagem icônica do escritor. No caso do Floridita, seu biotipo está plasticamente eternizado numa escultura posicionada em pé no balcão (com suas invariáveis bermudas e camisas de sarja), pronto para mais um daiquiri. A história diz, inclusive, que foi ali que ele ficou fascinado pelo *drink* à base de rum branco, suco de limão e açúcar". Disponível em: <https://www.otempo.com.br/turismo/nos-passos-de-hemingway-em-havana-1.1572322>. Acesso: 03 out. 2020.

<sup>32</sup> "Uma mulher esguia, desafiadora e ao mesmo tempo serena é o símbolo mais antigo de Havana e a primeira escultura fundida em Cuba (NT). Disponível em: <https://www.arteporexcelencias.com/es/la-giraldilla-el-simbolo-de-la-habana>. Acesso: 02 out. 2020.

<sup>33</sup> "O termo publicidade é usado comumente como sinônimo de propaganda, por divulgar também ideias, valores, visões de mundo, ao informar sobre as ofertas do mercado." (CASAQUI, 2014, p.391)

pátria, através da exposição das bandeiras nas varandas das casas, nos locais públicos, em monumentos e nos principais pontos turísticos. Cada bandeira representa a identidade de um povo e a cubana<sup>34</sup>, conhecida como Estrela Solitária, apresenta os seguintes elementos em sua constituição: três faixas horizontais de cor azul, “[...] que representam a divisão geográfica da colônia de Cuba [...]”<sup>35</sup> na época de 1950, correspondendo ao ocidente, centro e oriente; separadas por duas faixas na cor branca, que simbolizam “[...] a pureza de todos os patriotas cubanos e as intenções do movimento independentista popular”<sup>36</sup>.

O triângulo equilátero, que “[...] evoca a liberdade, a igualdade e a fraternidade, ideais revolucionários de forte ascendência do povo cubano”<sup>37</sup>, é vermelho, o que “[...] simboliza o sangue que seria necessário derramar para alcançar a libertação”<sup>38</sup>. Por último, há uma estrela branca, solitária, inserida no triângulo, que expressa a “[...] absoluta solidariedade entre os povos”, sendo que “as suas cinco pontas significam força, beleza, sabedoria, virtude e solidariedade”<sup>39</sup>. A estrela de cinco pontas é um dos ideogramas mais utilizados nas bandeiras dos países ocidentais, sendo “[...] amplamente utilizada como símbolo militar e de reforço da lei. Denota a estrela de Belém, usada para indicar qualidade superior” (O’CONNELL e AIREY, 2010, p. 232). A ideia de superioridade também é reforçada pelo triângulo equilátero, uma vez que, o mesmo é utilizado como “[...] símbolo do poder, sucesso, prosperidade e segurança”. (Ibid., p. 266)

O turismo de Cuba faz uso da história do País para sua promoção, sendo a mesma contada em cada parte de seu território, em seus monumentos, nos principais locais de visitação, destacando uma narrativa repleta de feitos de luta e resistência, mas também com a ambição de construção de um futuro de abertura, de modernidade e inclusão no cenário mundial, sem a perda de sua identidade. Muito mais do que uma jornada, o turismo cubano proporciona um encontro com um mundo que já não existe mais, congelado nos anos cinquenta, e uma realidade prestes a explodir, claramente percebida em cada canteiro de obra para os prédios em construção.

*Viva la Revolución!* Seja aquela de 1959 ou a tecnológica, que permitiu a abertura de Cuba para o mundo!

<sup>34</sup> A bandeira cubana foi adotada em 1902, como símbolo de um país independente.

<sup>35</sup> Disponível em: <https://www.estudopratico.com.br/significado-da-bandeira-de-cuba/>. Acesso: 02 out. 2020.

<sup>36</sup> Ibid.

<sup>37</sup> Ibid.

<sup>38</sup> Ibid.

<sup>39</sup> Ibid.

---

## Referências

- AYERBE, Luis Fernando. **A Revolução Cubana**. São Paulo: Editora Unesp, 2004.
- CAMPBELL, Joseph. **O herói de mil faces**. Trad. Adail Ubirajara Sobral. São Paulo: Cultrix, 1989.
- CASAQUI, Vander. Publicidade. In: MARCONDES, Ciro Filho (Org.). **Dicionário da comunicação**. 2ª ed., rev. e ampl. São Paulo: Paulus, 2014.
- FUENTES, Norberto. **A autobiografia de Fidel Castro**. Trad. Luis Reyes Gil. Rio de Janeiro: LeYa, 2017.
- KELLY, Paul et all. **O livro da política**. Trad. Rafael Longo. São Paulo: Globo, 2013.
- LUPTON, Ellen. **O design como storytelling**. Trad. Mariana Bandarra. São Paulo: Gustavo Gili, 2020.
- MCCRACKEN, Grant. **Cultura & consumo II: mercados, significados e gerenciamento de marcas**. Trad. Ana Carolina Balthazar. Rio de Janeiro: MAUAD, 2012.
- MCDUGALL, W. A. (1997). **Promised land, crusader state: The American Encounter with the World Since 1776**. Boston: Houghton Mifflin, 1997.
- O'CONNELL, Mark; AIREY, Raje. **Almanaque ilustrado dos símbolos**. Tradução de Débora Ginza. São Paulo: Editora Escala Ltda, 2011.
- OLIVEIRA, Leivo Ortiz de. **O imperialismo estadunidense na América Latina e Caribe no final do Século XIX: a questão de Cuba através do Tratado de Paz de Paris e da Emenda Platt**. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/132370/000983637.pdf?sequence=1>
- PALACIOS, Fernando; TERENCEZZO, Martha. **O guia completo do Storytelling**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2016.
- ROSALES, Alena Verdecia. **Tendencias del consumidor digital para el producto turístico**. Disponível em: <https://revistas.udg.co.cu/index.php/redel/article/view/136>.
- SANCHIS, Silvia Climent. **La comunicación y las redes sociales**. Disponível em: <https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2013/01/comunicacion-y-redes-sociales.pdf>
- SILVA, Kalina Vanderlei; SILVA, Maciel Henrique. **Dicionário de conceitos históricos**. São Paulo: Contexto, 2013.
- TUAN, Y.-F. **Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente**. São Paulo: DIFEL, 1980.
- WERNER, Camila. **O livro da história**. Trad. Rafael Longo. São Paulo: GloboLivros, 2017.