

Paisajes lingüísticos en cambio: el género del Cartel Político y Social en el espacio público cubano desde 1959 hasta la actualidad¹

Gabriele Knauer/Alejandro Sánchez Castellanos

Estudios sobre el discurso público en Cuba se refieren frecuentemente a la descripción del lenguaje de los medios de comunicación cubano y no se relacionan con la ciudad como espacio público². La teoría del Paisaje Lingüístico (PL) abre una nueva perspectiva de investigación sociolingüística para explorar los espacios públicos en la Isla. Al mismo tiempo, su aplicación al contexto cubano ofrece un punto de partida interesante para la discusión teórica, porque el objeto de nuestro interés, los paisajes lingüísticos de la Revolución cubana, se distingue de la mayoría de los estudios hechos en este campo por los siguientes rasgos: en general, estos paisajes son monolingües; cumplen con funciones sociopolíticas (es decir, no comerciales); su diseño está controlado permanentemente por las autoridades políticas del Estado; y su presencia no se reduce normalmente a los espacios urbanos sino al país entero (ver la crítica correspondiente de Blommaert/Maly 2014).

La apariencia de otras lenguas en el espacio público cubano es absolutamente esporádica. La presencia de la lengua nacional, el español, es constante y abundante, con lo cual ofrece múltiples opciones de su documentación. Uno de los medios (o géneros) más frecuentes es el Cartel Político y Social³ (CPS), el que ha sido estudiado mayoritariamente por especialistas

-
- 1 El estudio forma parte del actual proyecto CORESPUC en que cooperan investigadores de la Universidad Humboldt de Berlín, la Universidad Friedrich Alexander de Erlangen-Nuremberg y la Universidad de La Habana.
 - 2 En general, se dedican al discurso periodístico (Gutiérrez Grova 2006; Knauer 2008, Knauer/Gutiérrez Grova 2002; Castro Odio 2011; Domínguez 2011; Quintana Rodríguez 2011). El léxico político y social está integrado por parte en las obras lexicográficas actuales del español cubano (Tristán Pérez/Cárdenas Molina 2016, Centro de Lingüística Aplicada 2017).
 - 3 Muñiz (2003) distingue dos vertientes fundamentales del cartel en Cuba: el político y el cultural (sobre todo del cine).

de las Ciencias de la Comunicación (Bermúdez 2015; Costa 2011; González Quesada 2011, 2016; Stemler 1970) y menos por lingüistas (p.e. Sánchez Castellanos 2011). Estos carteles son un medio característico de la comunicación política y social en los espacios públicos de Cuba, donde no solo forman parte sino constituyen también la memoria del proceso revolucionario del país.

Desde 1959 a esta fecha, ha habido cambios en el diseño de los paisajes lingüísticos revolucionarios. De hecho, en este estudio partimos del supuesto de que los Carteles Políticos y Sociales son testimonios lingüísticos y visuales importantes del cambio social en Cuba en estos sesenta años, cuya función ha sido siempre la misma: 1) pedagógico-didáctica, como fundamento de una educación política; y 2) social, coordinada por el Estado cubano. Su objetivo esencial es fortalecer la unidad e identidad nacionales.

Por el hecho de que el concepto del Paisaje Lingüístico se refiera a testimonios lingüísticos escritos en el espacio público, nuestro estudio se enfoca en el uso verbal que se muestra en el CPS, si bien es siempre una comunicación multimodal. El propósito primordial consiste en describir las dinámicas de los Paisajes Lingüísticos políticos y sociales en Cuba y los factores extralingüísticos que las han ido influyendo desde el triunfo de la Revolución cubana hasta la actualidad, en el entendido de que existe una correlación entre evidencias verbales y sociales que, por su parte, se relacionan con fenómenos sociales más generales (Ben-Rafael/Shohamy/Barni 2010: XIV). En el caso de Cuba, suponemos que existen continuidades y discontinuidades en la manifestación de estos fenómenos en los distintos modelos económicos y sociales que las autoridades políticas cubanas han proclamado durante los sesenta años de la Revolución cubana. En este sentido, los CPS pueden ser considerados como partes integrantes del discurso público divulgado por el conjunto de los medios de comunicación estatales que indican, de manera específica, procesos de cambio socioeconómico en Cuba.

2. Marco conceptual y metodológico

2.1. El concepto Paisaje Lingüístico

El concepto de Paisaje Lingüístico (PL) se define habitualmente como un conjunto de manifestaciones multilingües en el espacio urbano público, que en muchos casos se vincula con aspectos de una política lingüística

nacional en el dominio de la regulación de plurilingüismo. En este estudio usamos el concepto de PL en el sentido de manifestaciones lingüísticas escritas en el espacio público entendido como espacio de una comunidad o sociedad que no es propiedad privada, p.e. carreteras y calles, parques, instituciones u organizaciones públicas, políticas, sociales, culturales o comerciales. En otras palabras, el PL en su conjunto puede ser considerado como la construcción simbólica de este espacio público (Ben Rafael 2009: 41).

Por consiguiente, nuestro estudio tiene un enfoque sociológico, puesto que recopilando los datos lingüísticos solamente sobre la base de un *mapping* no permite sacar conclusiones acerca del papel que juegan en el espacio público, de su coexistencia con otras formas lingüísticas (p.e. cultas o coloquiales, escritas u orales) y del impacto que tienen en estos usos y sus destinatarios. Ben-Rafael (2009), en consecuencia, propone el estudio de las relaciones de poder que existen entre lenguas y sus hablantes, incluyendo los llamados *top-down linguistic landscapes* y refiriéndose como la mayoría de los investigadores en el campo de los Paisajes Lingüísticos a contextos multilingües. Sin embargo, el contexto cubano descrito anteriormente sugiere hablar de relaciones de poder entre los agentes sociales que (no) aparecen en el espacio público, más concretamente entre productores/emisores y receptores de mensajes políticos y sus identidades. Los Carteles Políticos y Sociales permiten asignaciones claras al respecto: los productores/emisores son las autoridades del sector estatal, los receptores son las personas que actúan en el espacio público, el pueblo en general. Se supone que el análisis lingüístico explica no solo la emergencia y la divulgación sistemática de usos lingüísticos determinados (en este caso el lenguaje político-ideológico revolucionario), sino también la manera en la que las autoridades se relacionan con la población formando modelos de interacción social específicos en distintos momentos históricos del proceso revolucionario. Evidentemente, los espacios públicos pueden ser considerados como “arenas sociales” en el sentido de que son instrumentos de poder, disciplina y regulación, es decir, espacios normativos⁴.

La cuestión interesante que se plantea en este contexto es la de la llamada *language commodification* (Lou 2010; Leeman/Modan 2010; Jaworski/Yeung 2010), es decir, la orientación hacia una diversidad de identidades

4 La omnipresencia de carteles políticos estatales hace suponer que las relaciones de poder se manifiestan sobre todo en la ausencia de actores sociales fuera del sector estatal.

receptoras o la homogenización lingüística (Choy López 1999) en los distintos modelos económicos y sociales que se han proclamado en la historia de la Revolución cubana. Así podemos valorar la reemergencia actual de Carteles Comerciales (estatales) en el espacio público urbano como índice de un doble cambio en los Paisajes Lingüísticos cubanos: por un lado, regresa un medio hasta ahora excluido del paradigma socioeconómico socialista y, con ello, se reduce la presencia exclusiva de los CPS; por otro lado, eso puede promover procesos de negociación de identidades sociales diversas (en vez de seguir creando una identidad colectiva) como en el caso del actor social nuevo, el llamado “cuentapropista” y su presencia creciente en el espacio público (ver Morín Nenoff/Knauer en este volumen).

Si el PL constituye el decoro del espacio público (Ben-Rafael 2009: 42) cuya percepción por los habitantes y visitantes de este espacio se organiza siempre en su conjunto, se puede suponer que tiene importancia sociosimbólica, porque lleva marcadores y emblemas de la realidad socioeconómica dinámica. El PL es configurado por actores sociales que tratan de corresponder a este dinamismo socioeconómico siguiendo varios principios de estructuración que, según este autor, promueven diferentes orientaciones y focos de atención:

- El “carácter altamente competitivo del entorno” al que se refiere el PL y la “autopresentación” (o presentación de los otros) como principio posiblemente más importante enfocan a los actores, la descripción de ellos y de lo que representan.
- La perspectiva de las “buenas razones” es la de la relación con el público y la anticipación de sus actitudes.
- La “identidad colectiva” (en sociedades multiculturales) enfoca la idea de que existen elementos del PL que son marcadores de identidad.
- El principio de las “relaciones de poder” (Bourdieu) enfoca los usos distintos de recursos lingüísticos que muestran relaciones de dependencia que existen entre grupos de actores sociales (Ben Rafael 2009: 44-48).

Sociológicamente interesante son dos categorías de fenómenos del PL: *top-down* (actores como representantes de la cultura dominante de las autoridades) y *bottom-up* (actores autónomos). Permiten el establecimiento de subcategorías específicas tanto en sociedades de consumo como en las de no consumo. Entonces, el enfoque teórico consiste en elaborar hipótesis

generales y/o empíricas revisables que permitan explicar la interacción compleja entre los fenómenos del PL, los actores sociales y los principios estructurales mencionados.

El enfoque diacrónico tiene la ventaja de que los PL considerados habitualmente como estáticos, entran en un proceso continuo de regulación de la discursividad social pública por la intervención de factores externos (en este caso la propagación de distintos modelos socioeconómicos por las autoridades políticas cubanas).

Metodológicamente, se diferencia del ya mencionado *mapping* habitual de los Paisajes Lingüísticos, en el sentido de la recopilación periódica de datos, una vez que nosotros accedemos a recopilaciones de solo un elemento central de los PL cubanos desaparecidos: los Carteles Políticos y Sociales. Eso significa que no registramos lugares específicos y el conjunto de elementos de sus PL, como lo propone Ben-Rafael (2009), sino uno de sus elementos, tomando en cuenta solo ejemplos de los que tenemos evidencia de su presencia en el espacio público.

2.2. Los elementos escritos del paisaje lingüístico cubano: el Cartel Político y Social

Del análisis de las relaciones de poder que se manifiestan sobre la base de la configuración lingüística del Paisaje Lingüístico no solo resulta la pregunta por los agentes y sus actuaciones en un contexto socioeconómico determinado, sino también por la unidad de análisis, es decir, las manifestaciones lingüísticas que constituyen estos paisajes de acuerdo con el proceso de interacción entre lenguaje y vida social. La mayoría de los estudios ha seguido la propuesta de Landry/Bourhis (1997) ya mencionada,⁵ sin que se haya tomado en consideración los tipos de manifestaciones que tienen su base en las nomenclaturas establecidas por las comunidades estudiadas que forman su Paisaje Lingüístico (Huebner 2009: 72). De hecho, en la sociedad socialista cubana estas nomenclaturas son muy distintas a las que existen

5 Estudios actuales incluyen cada vez más tipos de manifestaciones lingüísticas escritas en el espacio público: escritos en vehículos, ropa y bolsas; mensajes variables en pantallas públicas; graffiti, banderas y murales; pizarras reescribibles (menús de restaurantes, etc.); placas conmemorativas; matrículas; lápidas; pegatinas; inscripciones en casas y el suelo; textos en vitrinas y distintos tipos de textos marginales como tatuajes, etc. (Schmitt 2018: 12s).

en sociedades capitalistas de consumo. Así, uno de los medios de comunicación que domina en el espacio público, desde que triunfó la Revolución, es el Cartel Político y Social, cuya modalidad verbal es objeto de análisis de este estudio sociolingüístico⁶.

El CPS aparece en Cuba a partir de la década del 60, cuando se posiciona en el poder político el gobierno revolucionario y el Partido y Estado empiezan a ejercer el monopolio sobre el espacio público “para hacer de él un escenario de pedagogía y consolidación del imaginario de la Revolución” (González Quesada 2016: 367). Tal monopolio remonta a la Ofensiva Revolucionaria de 1968, cuando la nacionalización de las empresas privadas acabó también con la publicidad comercial⁷. En cambio, el diseño gráfico de la Revolución debía tener una función comunicativa y social muy clara, con temas de orientación social o de bien público (p.e. ahorro de agua, limpieza de la ciudad, prevención de enfermedades y asistencia de niños en la escuela) y contenidos políticos (p.e. nacionalización y reforma agraria, exhortaciones y convocatorias para actos públicos y concentraciones populares para denunciar a la oposición).

Según González Quesada (2016), la gráfica política y social ha venido creando el imaginario de la Revolución cubana mientras Gewecke (2013: 197) revela que este tipo de carteles en Cuba ha contribuido a crear uno de los mitos revolucionarios fundamentales: la amenaza de los EE.UU (o del imperialismo en un sentido más general).

Las funciones primordiales del mito son la función comunicativa y la función pragmática. El mito ejerce su función comunicativa impulsando a la integración del individuo en la comunidad y fomentando en ella el sentimiento de identidad, la comunicación, el consenso y la solidaridad; y ejerce su función pragmática cuando —al ofrecer y perpetuar normas y modelos (abstractos) y/o ejemplos (concretos) de conducta modélica— logra que el individuo actúe en sentido favorable a la práctica social, es decir, conforme al grupo (Gewecke 2013: 198).

6 No tomamos en consideración el cartel cultural cubanos, sobre todo de cine, al que se han dedicado muchos estudios por su calidad artística muy alta.

7 En la época de la República (1902-1958), existían carteles preponderantemente mercantilistas und pasquines políticos, es decir, “los carteles de los candidatos que se hacían en *silkscreen* y se publicaban como propaganda para obtener los votos” (Villaverde 2010: 192).

Más allá de eso, nuestro estudio parte de la idea de que la ciudad/el espacio público es el espacio simbólico de este imaginario o mito cuyos paisajes lingüísticos nos comunican la lucha/batalla, el compromiso, la autoafirmación y el cambio, marcando al mismo tiempo las relaciones de poder que rigen en Cuba desde el triunfo de la Revolución. Resumiendo, entendemos la gráfica política y social como

- el elemento más frecuente y constante en los paisajes lingüísticos cubanos a lo largo del proceso revolucionario.
- un género multimodal (cuya modalidad verbal será el objeto de análisis).
- parte integrante de un conjunto de elementos del PL cubano (pancartas, etc. en desfiles y concentraciones) que crean y divulgan de manera específica tanto el lenguaje como los tópicos del discurso de la Revolución Cubana. Se supone que existe una relación no solamente simbólica sino también icónica e indexical entre estos tópicos y las formas lingüísticas usadas (Gorter/Marten/Van Mensel 2011).

La visibilidad de la lengua, en este caso de la lengua nacional, en el espacio público, llega a tener relevancia sobre todo en situaciones de cambio social, en la medida en que supone una aproximación a la complejidad social. Así, el uso lingüístico público será parte integral de las estrategias de comunicación política para apoyar el establecimiento y el desarrollo de un nuevo orden social, porque en la elección de formas lingüísticas está la creación y la defensa de símbolos identitarios esenciales de este orden social.

La mayoría de los CPS está puesta en una plataforma llamada “valla”, es decir, una “superficie alargada sobre una armazón colocada en calles o carreteras para anuncios o propaganda” (Miyares Bermúdez 2017: 1204), con la intención de lograr un grado de visibilidad muy alto y un máximo de impacto inmediato sobre las personas que pasan por este espacio regular e irregularmente (habitantes y visitantes) (ver ejemplo 25).

Desde el principio la Revolución cubana ha practicado la unificación de la propaganda política y la estatal en un solo organismo, la Editora Política (Villaverde 2010: 198). Tanto la producción de los CPS como la configuración del espacio público está en manos de agentes institucionales que actúan *top-down*, es decir, se trata de un modelo de comunicación

unilateral y controlado por autoridades estatales locales, nacionales e internacionales.

Una sociedad revolucionaria que rechaza el consumo tiene que redefinir su arte cartelera (o de diseño gráfico), es decir, “the poster remains one principal type of public sign: decorating shared ideas and firing moral sympathies, rather than promoting private appetites” (Sontag 1970: xiii). Al mismo tiempo, la autora supone que los contextos para los carteles comerciales y políticos son diferentes:

While the presence of posters used as commercial advertising generally indicates the degree to which a society defines itself as stable, pursuing an economic and political status quo, the presence of political posters generally indicates that the society considers itself in a state of emergency. Posters are now a familiar instrument, during periods of crisis for the nation-state, for promulgating political attitudes in summery form. (Sontag 1970: xi)

En el caso de Cuba, eso significa, sobre todo en los años 60, que los revolucionarios no podían dar por supuesto que todos los miembros de la sociedad cubana tomaran conciencia inmediata de las nuevas ideas políticas, económicas y sociales. Por lo tanto, los CPS tenían y siguen teniendo hasta la actualidad una función educativa y didáctica en tres campos: ideología, economía y política social.

La función ideológica consiste en la movilización y orientación de la opinión pública en lo que se refiere a la reestructuración fundamental de la sociedad en vez de promover el consumo⁸, con el objetivo de revolucionar no solo la conciencia sino también el compromiso con la formación de esta sociedad y del “hombre nuevo”. La función económica es esencialmente reclamar actitudes y actos concretos de los cubanos mediante los cuales contribuyan a desarrollar la economía del país; mientras la función social es la promoción de Bien Público (salud, educación).

González Quesada (2016: 367s) destaca tres grandes núcleos temáticos relacionados con 1) los hitos fundacionales de la Revolución y las fechas que marcan su calendario; 2) las etapas que atraviesa el proceso revolucionario y las necesidades pedagógicas que resultan de ellas en lo que se refiere a aspectos ideológicos, económicos o sociales; y 3) la situación de Cuba en

8 Según Villaverde (2010: 204), los temas que enfrentaba la gráfica política y social a partir de 1959 demuestran que Cuba fue el primer país que se sacudió “el marasmo publicitario de vender algo” hablando de asuntos que se hacía.

el mundo y su voz sobre asuntos de alcance internacional. En otras palabras, la dinámica de la propaganda ha sido adaptarse a los tiempos y reflejar las distintas coyunturas del proceso revolucionario.

3. Periodos de la dinámica socio-económica en Cuba y su repercusión en el paisaje lingüístico

Nuestro propósito es ir más allá de un estudio cuantitativo del corpus de CPS, en lo que se refiere a sus recursos lingüísticos, correlacionándolos con factores económicos y sociales que se han ido imponiendo en los distintos periodos de la Revolución cubana. Nos interesa especialmente analizar la interacción de aspectos simbólicos, indexicales e icónicos con los distintos contextos históricos del proyecto socioeconómico del socialismo cubano.

El corpus de CPS consiste en los aproximadamente 500 carteles presentados por Sontag/Stemler (1970), González Quesada (2016), Villaverde (2010: cap. IX) y Bermúdez (2015). Un rasgo común que tienen es su monolingüismo dominante. Los pocos testimonios de la presencia de otras lenguas en nuestro corpus de análisis no se relacionan con una política lingüística lingüística oficial o el inglés como índice de la globalización, sino con un pragmatismo político destinado al internacionalismo y la solidaridad de Cuba hacia los pueblos oprimidos en el mundo entero. Ese pragmatismo hace que hasta 1970 aparezca junto al francés (F) y árabe (A) también el inglés (I) que por el hecho de que sea la lengua del enemigo político principal, inicialmente había desaparecido del espacio público. El productor de carteles que más usa estas lenguas —mayoritariamente la misma información divulgada por estas lenguas en forma de traducción— es OSPAAAL (Organización de Solidaridad con los Pueblos de África, Asia y América Latina, 1966 en La Habana). Un criterio para fijar una jerarquía de su prominencia es el orden *top down* en que se presentan: en la mayoría de los casos E-F/I-A y, cuando se manifiestan afroamericanos, también I-F-E-A. Hasta 1989 son sobre todo los invitados políticos soviéticos a los cuales se da la bienvenida en ruso, idioma que llega a ser la principal lengua extranjera que se enseña en las escuelas cubanas (González Quesada 2016: 121-123). No obstante, el uso de otras lenguas en los carteles es escaso. Se supone que solamente existe una relación directa entre la presencia de una lengua, el español, en un área, su vitalidad y su visibilidad. Entonces, las lenguas mencionadas son índices de un modelo de comunicación dicotómico y *top*

down: al exterior tiene rasgos de multilingüismo, al interior está en español (González Quesada 2016: 138ss, Sontag/Stemler 1970).

En el caso de la presencia (o no) de lenguas en el espacio público, mientras el grado de indexicalidad es constantemente muy alto en favor de un monolingüismo de español, en los distintos modelos económicos y sociales se forman constelaciones más complejas y variables. La siguiente periodización se basa principalmente en la propuesta de Velázquez (2012) que a su vez hace referencia a la propuesta más detallada de Valdés (2009).

– *Nueva vía del socialismo (1959-1975)*

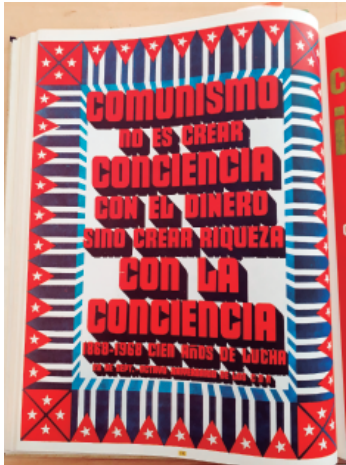
El primer periodo de la Revolución cubana significa un cambio radical de la sociedad en todos los campos: la economía, la ideología, la vida social. En el caso de la economía se destaca su carácter mixto

integrado por entidades estatales —unidades agroindustriales, comercio mayorista y parte del minorista, bancos, transporte, etc.—; cooperativas y un sector privado—comercio, bodegas, kioscos, etc., pequeños talleres, industrias artesanales y productores individuales en el campo (Díaz Velázquez 2012: 125).

La Ofensiva Revolucionaria de 1968 elimina todo tipo de actividad privada e individual (excepto en el agro y el transporte), y en la práctica, despoja al mercado, de sus funciones económicas. Según Valdés (2009: 59-75) apoya un nacionalismo radical y sienta las bases de la transición socialista hacia un socialismo nacional y la integración en la comunidad de los países socialistas.

Los CPS reflejan las tareas y retos que los revolucionarios tienen que enfrentar, así como los rasgos principales que debe tener el “hombre nuevo” como actor social: conciencia y compromiso. Los carteles se convierten en un recurso didáctico de la educación política y social (Sontag/Stemler 1970: 11) que se usa en el espacio público como aula en la que los cubanos son los alumnos. En primer lugar, se trata de enseñar valores morales complejos (conciencia, espíritu de trabajo) que afectan casi siempre el trabajo y, con ello, aspectos económicos y sociales. Al mismo tiempo, es el contexto en que emerge el lenguaje político de la Revolución cubana transmitida y divulgada por los distintos medios, entre los cuales figuran los CPS:

- (1) Sontag/Stemler 1970



COMUNISMO NO ES CREAR CONCIENCIA CON EL DINERO SINO CREAR RIQUEZA CON LA CONCIENCIA

- (2) Sontag/Stemler 1970



ESPÍRITU DE TRABAJO, CONCIENCIA, VALOR Y FE; ACTITUD HONESTA; AMOR A LA SOCIEDAD, A TODO EL PUEBLO, A TODA LA HUMANIDAD ENGENDRA MÁS AMOR ENTRE LOS HOMBRES

(3) Sontag/Stemler 1970



28 DE SEPTIEMBRE OCTAVOS ANIVERSARIO CONCIENCIA POPULAR, TRABAJO VOLUNTARIO, ORGANIZACIÓN, AGRICULTURA, AHORRO, DEFENSA CIVIL, EDUCACIÓN ZAFRA 1970 10 MILLONES

Según Sontag (1970: xiis), las palabras en el ejemplo (1) construyen de forma máxima un mensaje ideológico sofisticado, mientras los ejemplos (2) y (3) dan testimonio de las tareas concretas complejas de la Revolución realzando su importancia por el uso de secuencias de palabras claves cuya semántica expresa no solamente las tareas sino también los temas más generales de las campañas: valores sociales, formas de organización de la sociedad y la economía. De hecho, la zafra, la cosecha de la caña de azúcar, es el tema primordial y central, sobre todo la llamada “Zafra de los 10 Millones” en el año 1970:

Se sabía que no se iba a cumplir y es cuando se da el famoso discurso de Fidel de la explicación de por qué no se pudieron hacer los 10 millones y eso repercutió de tal forma que dentro del discurso Fidel explica que aquel revés para la Revolución —porque no se pudo cumplir el compromiso— que se convirtiera en una victoria. O sea, que debíamos aprender de los reveses, de los errores, como cuando se le dice a los muchachos: aprende de los errores. (Villaverde 2010: 1979)

Los CPS que representan este tema específico (y otros temas relacionados con la economía) tienen frecuentemente un alto grado de iconicidad

representada por cifras y letras, su diseño tipográfico y el uso de onomatopoeía como lo demuestran los siguientes ejemplos:

- (4) El 7mo. (millón de toneladas de azúcar) (COR 1970, Bermúdez 2015: s.p.)



Olivio Martínez logra “conciliar lo informativo con lo persuasivo, esto es, hacer de cada nuevo millón de toneladas de azúcar producido una motivación mayor para alcanzar los diez millones” (Bermúdez 2015: s.p.).

- (5) Convertir el revés en Victoria (Eufemia Álvarez 1970, Muñiz 2003: s.p)



Este cartel cierra la campaña y es relativo a la consigna oficial “Convertir el revés en victoria”, cuyo origen es un discurso de Fidel Castro (1970). Eufemia Álvarez pone solamente la palabra REVÉS y destaca tipográficamente

la letra v convirtiéndola en v de victoria, símbolo muy internacional, muy conocido, pero en el contexto de la palabra revés de un grado muy alto de intertextualidad, que solo es posible por el conocimiento general de los discursos de Fidel Castro que tiene la población cubana.

- (6) CLIK
AHORRO DE ELECTRICIDAD ES AHORRO DE PETRÓLEO
(Félix Beltrán, Muñiz 2003: s.p.)

El diseñador gráfico Félix Beltrán usa aquí el recurso mínimo de la onomatopeya en su función icónica para el ahorro de petróleo y electricidad.

- (7) LARGO EN CORTE, de EXPERIENCIA en AZUCAR: MACHETERO
a TODO! (1970)
- (8) AZUCAR PARA CRECER (1970)
- (9) ¡NI UNA PRIETA EN PIE! AZUCAR PARA CRECER (1972)

La importancia de la zafra para la economía cubana se expresa también en coocurrencias de lexemas con su producto (el azúcar) y sus actores (los macheteros) cuya semántica expresa aumento.

– Aproximación al socialismo real (1976-1990)

El lenguaje de los CPS refleja claramente el espíritu de esta época: la prioridad de la ideología sobre la política, la economía y las relaciones sociales.

Debe subrayarse que, como principios indivisibles, los elementos políticos, económicos y sociales se integraron en las instancias estatales y gubernamentales subordinadas al Partido. Como corolario, el proyecto socialista tejido en la URSS quedó uncido a un modelo que hizo de la ideología factor integrador de las relaciones sociales. De este modo, el accionar de las instituciones en la sociedad transcurría de la esfera ideológica a la política y de esta a la economía (Díaz Velázquez 2012: 128).

En otras palabras, la ideología empieza a sostener el proyecto social y aglutina las áreas políticas, económicas, sociales y estatales.

- (10) SI A OPTIMIZAR LA ZAFRA CENTRAL POR CENTRAL (1976)
- (11) A TERMINAR LA ZAFRA EN EL TIEMPO PROGRAMADO (1982)
- (12) SEREMOS MILLONARIOS⁹ ZAFRA 83' (1983)
- (13) AUSENTISMO: UN HUECO EN LA PRODUCCION (1979)
- (14) MENOS AUSENTISMO MAS PRODUCCION (1980)

Evidentemente, los CPS tienen la función de movilizar a las masas para cumplir con los planes en el área de la producción azucarera, incluyendo también la lucha contra vicios sociales como el ausentismo laboral. Su lenguaje llega a ser más abstracto (optimizar) e impersonal (infinitivos y estilo nominal) en comparación con el periodo anterior.

– Periodo especial en tiempos de paz (1990-2006)

En este periodo predomina la propaganda político-ideológica, sobre todo en forma de la llamada “Batalla de ideas” iniciada por Fidel Castro en 2000. Se trata de administrar la crisis más grave del proceso revolucionario, causada por el derrumbe del campo socialista en Europa del Este. Según Valdés (2009) es el periodo que más representa la cuestión de “sobrevivencia” y “recuperación” a la vez.

Por un lado, encontramos formas de usos lingüísticos en los CPS que son de alto grado icónico, como las secuencias repetidas de los pronombres personales:

- (15) ÉL YO TÚ ELLAS TODOS EL NOSOTROS ELLOS (REPETIDAS VECES)
Somos la revolución (1993)

Por otro lado, el uso excesivo de la palabra “bloqueo” (tipográficamente siempre en mayúsculas) resalta la idea permanente de que existe un enemigo externo que gestiona la crisis:

9 Se trata de un cubanismo que “se aplica al machetero que corta un millón o más de arrobos de cañas” (Ruiz Miyares/Álvarez Moreno/Muñoz Alvarado 2017: 789).

- (16) 2 HORAS DE BLOQUEO EQUIVALEN A TODAS LAS MÁQUINAS BRAILLE QUE NECESITAN LOS CIEGOS DEL PAÍS VS. BLOQUEO.07 (2007)
- (17) 8 HORAS DE BLOQUEO EQUIVALEN A LOS MATERIALES PARA REPARAR 40 CIRCULOS INFANTILES VS. BLOQUEO.07 (2007)
- (18) 3 DÍAS DE BLOQUEO EQUIVALEN A LA IMPRESIÓN DE TODOS LOS LIBROS DE TEXTO DE UN CURSO ESCOLAR VS. BLOQUEO.07 (2007)
- (19) 3 DÍAS DE BLOQUEO EQUIVALEN A LOS LÁPICES; LIBRETAS Y DEMÁS MATERIALES DE UN CURSO ESCOLAR VS. BLOQUEO.07 (2007)

Los ejemplos (16-19) invocan la unidad y el consenso en la sociedad cubana para superar la crisis económica y cultivan el mito de la amenaza de los Estados Unidos (bloqueo) y sus repercusiones negativas en personas con menos capacidad de resistencia.

Los silencios en la propaganda se relacionan con temas socio-económicos, como el ahorro (de agua, electricidad, etc.) a causa de la escasez general en el país. Tampoco aparecen índices del sector económico independiente del Estado, aunque sus agentes, los cuentapropistas, estén autorizados desde 1993.

– Actualización del modelo económico-social (2007-)

En el periodo actual iniciado en 2007, el objetivo fundamental del Gobierno cubano es entrar en una nueva fase de desarrollo económico y social, cuyo rasgo más llamativo es precisamente la reemergencia oficial del sector privado o no estatal (ver Morín Nenoff/Knauer en este volumen).

El “modelo” delineado integrará y promoverá, además de las compañías estatales socialistas, sustrato principal de la economía nacional, variantes de la inversión extranjera, las cooperativas, los agricultores pequeños, los usufructuarios, los arrendatarios, los trabajadores por cuenta propia, así como otras modalidades que contribuyan a elevar la eficiencia económica (Díaz Velázquez 2012: 138).

Evidentemente, se está produciendo una situación de cambio en un sentido contrario a la nacionalización de las empresas privadas en el primer periodo de la Revolución, que trajo consigo la desaparición de categorías sociales como la del cuentapropista. Las autoridades políticas acompañan este cambio, de manera que en los CPS siguen predominando dos símbolos y a la vez mitos fundamentales: el bloqueo económico como símbolo de la amenaza por los Estados Unidos (20-21) y el azúcar y la agricultura como símbolos de identidad nacional (22).

- (20) MIENTRAS MÁS ME BLOQUEAS MÁS ME CRECE (2008)
- (21) BLOQUEO EL GENOCIDIO MÁS LARGO DE LA HISTORIA (2013)
- (22) 400 Años Produciendo Azúcar LA CAÑA ES TRADICION CULTURA IDENTIDAD (2007)

Los CPS vuelven a usar términos abstractos con referencia al modelo económico y social actual (economía, sostenibilidad, sostenible) que son índices, según Hoffmann (2016) de un modelo socialista “burocrático”.

- (23) LA BATALLA ECONOMICA: sostenibilidad y preservación de nuestro sistema social RAUL (2013)
- (24) XX CONGRESO TRABAJADORES UNIDOS POR UNA ECONOMÍA SOSTENIBLE (2013)

No obstante, se puede observar un elemento nuevo en el paisaje lingüístico cubano actual: el Cartel de Publicidad (CP), autorizado solamente para la publicidad de empresas estatales y en cantidad muy reducida. En su estudio dedicado al análisis de las vallas, microvallas y carteles en pared y metálico de carácter no comercial, encontradas en el trazado habanero de la Avenida de los Presidentes y la Avenida Boyeros en el mes de marzo de 2008, Sánchez Castellanos (2011) revela que el tipo de promoción que predomina es la propaganda política (64 carteles). Luego, con mucha menor presencia, está la promoción de eventos y aniversarios (15 carteles), los informativos de fronteras territoriales (5), la promoción de Bien Público (3) y la publicidad (3).

- (25) Cartel de publicidad en el sector del turismo (La Habana, San Rafael 2015, foto hecha por los autores)



A pesar de su legalización, los silencios en los CPS, relacionados con las dinámicas económicas y sociales, dinámicas de consumo visibles en la sociedad, se refieren precisamente al fenómeno del cuentapropismo y los diversos agentes en el sector no estatal que tienen sus propias formas de comunicación en el espacio público como se ve en el ejemplo siguiente:

- (26) Anuncios de permuta y venta (La Habana, Paseo del Prado 2012, foto hecha por los autores)



La esquina de Prado y Colón desde hace ya más de una década se presenta como un espacio para la interacción comercial relacionada con el intercambio de viviendas (el fenómeno de la permuta) en un principio, y posterior al 2012, interacción relacionada con la compra y venta.

Interesante en este caso es su intertextualidad, es decir, el vínculo contextual que se establece entre esta comunicación y otras de su mismo género que aparecen en plataformas como la televisión, la radio, paredes de cualquier inmueble, sitios web diseñados para clasificados, e impresos que como revistas circulan (ya no de forma ilegal) entre los cubanos (hay una experiencia estatal que solamente tiene un número de prueba). Es interesante reconocer este vínculo porque la lengua que se presenta en los anuncios de permuta y venta, su composición textual, va a estar caracterizada a partir de sus peculiaridades contextuales que a la postre van a permitir apuntar una diferencia sobre todo en términos de suficiencia, es decir, cantidad de información que se ofrece y especificidades sobre todo de índole monetaria (el precio de la vivienda en este espacio no suele mencionarse mientras que en la web sí).

Según Domínguez Hernández/Saínez Padrón (2011) representan tradiciones discursivas desarrolladas en el transcurso de la Revolución cubana desde la oralidad a formas textuales escritas más elaboradas que aparecen en la prensa, la televisión o la web y que todas buscan adecuarse en mayor o menor grado al medio en que se producen.

Lo oral resultó insuficiente para estas necesidades y fue preciso comenzar a desarrollar una tradición escritural que debe muchos de sus caracteres constantes al influjo de *Opina*. El cambio de lo oral a lo escrito supone la aparición de estructuras formularias (partes y cláusulas) legitimadas por la autoridad de las instituciones que las promueven, lo que demuestra el carácter modélico y modelador de estas. (Domínguez Hernández/Saínez Prado 2011: 24)

Sin embargo, estas formas más elaboradas no han desplazado completamente ni los encuentros sabatinos de Prado, ni los anuncios minimalistas que aparecen en puertas, paredes y paradas de omnibús. En cambio, los anuncios de compra y venta en el Prado no han logrado presentarse en las vallas como en el caso de los Carteles de Publicidad estatales y los CPS, es decir, los actores del Prado siguen actuando *bottom-up* en un lugar específico tradicional concedido por la Revolución cubana.

4. Resumen y conclusiones

Sin duda, los CPS siguen reflejando en la actualidad la dominancia continua del sector estatal sobre el sector no estatal en la arena pública de la comunicación. Su grado de indexicalidad en lo que se refiere a la presencia o ausencia de los agentes sociales de ambos sectores es muy alto.

Se trata de un conjunto de manifestaciones lingüísticas públicas que forman parte del discurso oficial transmitido continuamente desde 1959 por los canales públicos de los líderes revolucionarios, la prensa y la televisión revolucionarias, así como por los Carteles Políticos y Sociales cuyo carácter multimodal hace que su modalidad verbal sea poco compleja. No obstante, los CPS disponen de un alto grado de intertextualidad con las constituyentes del discurso oficial mencionadas, que se expresan en el uso de lexemas que más allá de su valor simbólico actúan como índices e íconos, lo que posibilita su vinculación con procesos sociales.

Al preguntarnos por el grado de indexicalidad de los CPS, planteamos que existe una correlación entre el contenido de estos mensajes, su orientación ideológica y la lengua. Partimos del supuesto de que los productores de los CPS son sensibles a la realidad social y lingüística, en varios sentidos, cuando se trata de agentes sociales, es decir, parte de su “ethos” forma el uso correcto de la lengua nacional (español de Cuba), la exclusión de la lengua del enemigo político (inglés estadounidense) y la inclusión esporádica de la lengua del amigo político: en el caso del internacionalismo practicado sobre todo hasta 1970 (inglés, francés, árabe) y la cooperación con la Unión Soviética hasta 1989 (ruso). Además, los usos lingüísticos indican por un lado que los emisores tienen conciencia de agentes sociales que se distinguen por su grado de concientización de los procesos revolucionarios (sobre todo en los inicios) y el grado de disposición o altruismo con el que actúan en la sociedad socialista.

A pesar de ello, no reflejan la complejidad de las dinámicas socio-económicas y de sus agentes como lo demuestran los silencios en el caso de los cuentapropistas. Por otro lado, estos usos lingüísticos son índices de homogenización *top-down* con respecto al nivel de educación de los receptores, como en el caso de los términos abstractos. La homogenización se muestra también en el alto grado de iconicidad de los CPS analizados porque evocan generalmente el colectivo (formas en plural, términos colectivos) destacando a veces el individuo (enunciados complejos como citas de los líderes revolucionarios). Más concretamente, eso significa que son herramientas de

la homogenización de 1) los agentes sociales y 2) de sus actuaciones sociales, sobre la base de los principios de unidad y consenso. La negociación de poder llega a ser visible por estas funciones icónicas e indexicales que tienen las formas lingüísticas usadas. En su conjunto, dan testimonio de un caso prominente de regionalización o localización en vez de globalización en el campo de los estudios del Paisaje Lingüístico.

Bibliografía:

- Aiesteran, Jokin/Cenoz, Jasone/Gorter, Durk (2013). “Perspectivas del País Vasco: el paisaje lingüístico en Donostía-San Sebastián”. En: *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, XI, 1, pp. 23-38.
- Barni, Monica/Bagna, Carla (2015): “The critical turn in LL: New methodologies and new items in LL”. En: *Linguistic Landscape. An International Journal* 1, 1, pp. 6-18.
- Ben-Rafael, Eliezer (2009). “A sociological approach to the study of linguistic landscapes”. En: Shohamy, Elana/Gorter, Durk(eds.) (2009): *Linguistic landscape: Expanding the scenery*. London: Routledge, pp. 40-54.
- Ben-Rafael, Eliezer/Shohamy, Elana/Barni, Monica (2010). “Introduction”. En: Shohamy, Elana/Ben-Rafael, Eliezer/Barni, Monica (eds.) (2010): *Linguistic landscape in the city*. Clevedon: Multilingual Matters, pp. 11-28.
- Bermúdez, Jorge R. (2015): *La imagen constante. El cartel cubano en el siglo XX*. La Habana: Cuba Literaria.
- Castillo Lluch, Mónica/Sáez Rivera, Daniel M. (2013). “Introducción”. En: *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, Madrid, XI, 1 (21), pp. 9-22.
- Castro Odio, Lydia A. (2011): “Análisis lingüístico de una muestra del noticiero nacional deportivo de la televisión cubana”. En: Ávila, Raúl (ed.): *Variación del español en los medios*. Ciudad de México: El Colegio de México, pp. 215-232.
- Castro Ruz, Fidel (1970): *Comparecencia del Comandante Fidel Castro Ruz, Primer Secretario del Partido Comunista de Cuba y Primer Ministro del Gobierno Revolucionario, a través de la radio y la televisión nacionales, sobre la zafra azucarera de 1970, el 20 de mayo de 1970, “Año de los Diez Millones”*. <http://www.fidelcastro.cu/es/discursos/comparecencia-traves-de-la-radio-y-la-television-nacionales-sobre-la-zafra-azucarera-de>.
- Centro de Lingüística Aplicada (2017): *Diccionario básico escolar*. Santiago de Cuba: Editorial Oriente.
- Costa, Lluís (ed.) (2011): *Imatge i Comunicació a Cuba*. Girona: Documenta Universitaria.
- Díaz Velázquez, Julio (2012): “Cuba: actualización del modelo económico-social”. En: *Revista Análisis Internacional*, 6, pp. 123-144.
- Domínguez Hernández, Marlen (2011): “Indicadores lingüísticos en una muestra del periódico nacional *Juventud Rebelde*”. En: Ávila, Raúl (ed.): *Variación del español en los medios*. Ciudad de México: El Colegio de México, pp. 87-105.
- Domínguez Hernández, Marlen/Saínez Padrón, Loisi (2011): “El anuncio de permuta: nacimiento y desarrollo de una tradición discursiva”. En: *Normas. Revista de Estudios Hispánicos* 1, pp. 7-36.

- Gewecke, Frauke (2013): "El mito como discurso de fundamentación y legitimación: el caso de la Revolución Cubana". En: Gewecke Frauke (ed.) (2013): *De islas, puentes y fronteras. Estudios sobre las literaturas del Caribe, de la Frontera Norte de México y de los latinos en EE.UU.* Madrid/Frankfurt am Main: Iberoamericana/Vervuert, pp. 197-220.
- González Quesada, Alfons (2017): "¿Dónde encontrar carteles cubanos en Internet? Una guía de recursos". In: *Gráfica*, 5, 10, pp. 105-113.
- González Quesada, Alfons (2016): *Cuba en vallas. El imaginario de la Revolución Cubana a través de sus vallas políticas*. Barcelona: Pol-len Edicions.
- González Quesada, Alfons (2011): "La tanca política cubana en la construcció de l'imaginari de la Revolució". En: Costa, Lluís (ed.) (2011): *Imatge i Comunicació a Cuba*. Girona: Documenta Universitaria, pp. 21-42.
- Gorter, Durk (2006): "Further possibilities for linguistic landscape research". En: Gorter, Durk (ed.) (2006): *Linguistic Landscape. A new Approach to multilingualism*. Clevedon/Buffalo/Toronto: Multilingual Matters, pp. 81-89.
- Gorter, Durk./Marten, Heiko F./Van Mensel, Luk (eds.) (2011): *Minority languages in the linguistic landscape*. Houndmills: Palgrave Macmillan.
- Gutiérrez Grova, Alina (2006): "Apuntes para un estudio de la relación entre corrección y transgresión lingüísticas en el Papel Periódico de La Habana (1791)". En: Knauer, Gabriele/Miranda, Elina/Reinstädler, Janett (eds.) (2006): *Transgresiones cubanas. Cultura, literatura y lengua dentro y fuera de la isla*. Madrid: Iberoamericana, pp. 161-173.
- Gutiérrez Grova, Alina/Knauer, Gabriele (2002): "El Papel Periódico de La Habana (1791 - 94) y la constitución del español americano o propiamente antillano". En: *Neue Romania* 25, pp. 245-283.
- Hoffmann, Bert (2016): "Bureaucratic socialism in reform mode: the changing politics of Cuba's post-Fidel era". En: *Third World Quarterly*, 37:9, 1730-1744.
- Huebner, Thom (2009): "A Framework for the Linguistic Analysis of Linguistic Landscapes". En: Shohamy, Elena/Gorter, Durk (eds.) (2009): *Linguistic Landscape. Expanding the Scenery*. New York/London: Routledge, pp. 70-87.
- Knauer, Gabriele (2008): "Rasgos polémicos en la comunicación pública actual en Cuba". En: Haase, Jenny/Reinstädler, Janette/Schlünder, Susanne (eds.) (2008): *El andar tierras, deseos y memorais. Homenaje a Dieter Ingenschay*. Madrid: Iberoamericana, pp. 219-231.
- Jaworski, Adam/Yeung, Simone (2010): "Life in the Garden of Eden: The naming and imagery of residential Hong Kong". In: Shohamy, Elana/Ben-Rafael, Eliezer/Barni, Monica (eds.) (2010): *Linguistic landscape in the city*. Clevedon: Multilingual Matters, pp. 153-181.
- Landry, Rodrigue/Bourhis, Richard Y. (1997): "Linguistic landscape and ethnolinguistic vitality: An empirical study". In: *Journal of Language and Social Psychology*, 16, 1, pp. 23-49.
- Leeman, Jennifer/Modan, Gabriella (2010): "Selling the city: Language, ethnicity and commodified space". In: Shohamy, Elana/Ben-Rafael, Eliezer/Barni, Monica (eds.) (2010): *Linguistic landscape in the city*. Clevedon: Multilingual Matters, pp. 182-198.
- Lou, Jia Jackie (2010): "Chinese on the side: The marginalization of Chinese in the linguistic and social landscapes of Chinatown in Washington". En: Shohamy, Elana/Ben-Rafael, Eliezer/Barni, Monica (eds.) (2010): *Linguistic landscape in the city*. Clevedon: Multilingual Matters, pp. 96—114.

- Moustaoui Srhir, Adil (2013): "Nueva economía y dinámicas de cambio sociolingüístico en el paisaje de Madrid: el caso del árabe". En: *Revista Internacional de Lingüística Iberoamericana*, Madrid, XI, 1, pp. 89-108.
- Muñiz, Mirta (2003): *El cartel cubano*. Buenos Aires: Editorial Nuestra América.
- Quintana Rodríguez, Dayami (2011): "Análisis lingüístico de las noticias informativas en las muestras de la prensa plana cubana: Granma Nacional y Granma Internacional". En: Ávila, Raúl (Ed.): *Variación del español en los medios*. Ciudad de México: El Colegio de México, pp. 107-138.
- Ruiz Miyares, Leonel/Álvarez Moreno, Celia A./Muñoz Alvarado (2017): *Diccionario básico escolar*. Santiago de Cuba: Editorial Oriente.
- Sánchez Castellanos, Alejandro (2011): "Temas y estrategias discursivas en el cartel cubano de principio del siglo XXI". En : Costa, Lluís (ed.) (2011): *Imatge i Comunicació a Cuba*. Girona: Documenta Universitaria, pp. 59-68.
- Schmitt, Holger (2018): *Language in the Public Space. An Introduction to the Linguistic Landscape*. Wroclaw: Holger Schmitt.
- Sontag, Susan (1970): "POSTERS: advertisement, art, political artifact, commodity". En: Sontag, Susan/Stemler, Dugald (1970): *The Art of the Revolution*. New York: McGraw-Hill, pp. vii-xxxvi.
- Sontag, Susan/Stemler, Dugald (1970): *The Art of the Revolution*. New York: McGraw-Hill.
- Tristá Pérez, Antonia M./Cárdenas Molina, Gisela (2016): *Diccionario ejemplificado del español de Cuba*. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.
- Valdés Paz, Juan (2009): *El espacio y el límite. Estudio sobre el sistema político cubano*. Panamá: Ruth Casa Editorial.
- Villaverde, Héctor (2010): *Testimonios del Diseño Gráfico Cubano*. La Habana: Ediciones La Memoria.